



Direktvermarktung mit Automaten und Vertrauenskassen Eine innovative Vermarktungsform

Sabine Biberger

Fachzentrum Diversifizierung und Strukturentwicklung
AELF Ingolstadt

Mitglied Arbeitsgruppe LfL-Information 2016



Selbstbedienung ab Hof

Mittlerweile gibt es immer mehr Automaten für Lebensmittel und Vertrauenskassen auf landwirtschaftlichen Betrieben. So funktioniert eine Direktvermarktung auch mit wenig Personal. Doch dabei sollte man einiges beachten.

Direktvermarkter sind ein Baustein in einem funktionierendem Nahversorgerkonzept. Sie bieten mit ihren eigen-erzeugten Produkten und auch durch deren Zukäufe eine breite Palette an Lebensmitteln. Neben den traditionellen Vermarktungsformen in Hofläden und auf Märkten entdecken immer mehr Vermarkter neue Absatzmöglichkeiten, wie Automaten und Vertrauenskassen. Damit reagieren sie auf die Bedürfnisse der Kunden.

Der Bedarf an flexiblen Einkaufsmöglichkeiten für Lebensmittel wird...



ten. Zum anderen werden auch Lücken in der Versorgung außerhalb der Öffnungszeiten, zum Beispiel sonntags beim Grillfleischverkauf, geschlossen.

Zu klärende Fragen

Direktvermarktung über Automaten oder Vertrauenskasse unterscheidet sich im Wesentlichen von den traditionellen Vermarktungsformen durch den Verzicht auf Verkaufspersonal. Daher sollten Direktvermarkter die Chancen und Risiken (siehe Tabelle 1) für den landwirtschaftlichen Betrieb und die Kunden bei der Planung genau betrachten und folgende Fragen berücksichtigen:

- Soll mit dem Automaten zusätzliches Einkommen erzielt und/oder zusätzliche Kunden gewonnen werden?
- Dient die Vermarktungsform vor allem der Werbung für die eigene landwirtschaftliche Produktion?
- Wie kann dem Kunden ein Einblick in die Arbeit gegeben werden?

Fachpresse

Direktvermarktung mit Automaten und Vertrauenskassen, Teil 1: 24 Stunden am Tag, 365 Tage im Jahr... hat Chancen und Risiken

Zahlreiche landwirtschaftliche Betriebe vermarkten ihre Produkte direkt und leisten damit einen Beitrag zur Nahversorgung in ihrer Region. Dieses Angebot ist für den Betrieb mit enormem Zeitaufwand verbunden. Werden die Produkte in einem Automaten oder mit Vertrauenskasse verkauft, spart der Direktvermarkter Zeit ein und der Kunde kann zeitlich flexibel einkaufen. In den meisten Fällen nur geringe Mengen ab und erzielen dadurch nur einen geringen Einkommensbeitrag. Welche Chancen und Risiken diese Vermarktungsform mit sich bringt, zeigt das Forum Diversifizierung der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) auf, das die Versorgungslage mit Automaten auf bayrischen Betrieben und die Für und Wider dieser Angebotsform untersucht hat.

Zahlreiche landwirtschaftliche Betriebe vermarkten ihre Produkte direkt und leisten damit einen Beitrag zur Nahversorgung in ihrer Region. Dieses Angebot ist für den Betrieb mit enormem Zeitaufwand verbunden. Werden die Produkte in einem Automaten oder mit Vertrauenskasse verkauft, spart der Direktvermarkter Zeit ein und der Kunde kann zeitlich flexibel einkaufen. In den meisten Fällen nur geringe Mengen ab und erzielen dadurch nur einen geringen Einkommensbeitrag. Welche Chancen und Risiken diese Vermarktungsform mit sich bringt, zeigt das Forum Diversifizierung der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL) auf, das die Versorgungslage mit Automaten auf bayrischen Betrieben und die Für und Wider dieser Angebotsform untersucht hat.

Dr. Anja Hensel-Lieberth und Anke Wehking, Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL), Sabine Biberger und Claudia Eberl, Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten (AELF), Ingolstadt

Forellomat: Der erste Fisch-Automat Bayerns steht in Hausen



Bürger und Dorfmutter Simon aus Hausen stehen ihrem Fisch aus auch am Automaten an. Bild: Melina Lapp

Fisch „to go“ gibt's jetzt am Forellomat: Die Hausener Familie Simon verkauft nun 24 Stunden lang an sieben Tagen in der Woche. Der Automat stammt von der Firma Regionat.



Themen

- Vorüberlegungen
- Chancen & Risiken
- Standortwahl
- Automatentypen - Auswahlkriterien
- Kosten und Arbeitsbedarf
- Rechtliche Rahmenbedingungen
- Professionelles Marketing
- Erfolgreiche Beispiele

Verbraucher-trends

- ▶ Flexible Einkaufsmöglichkeiten:
Zeitlich unabhängig - möglichst rund um die Uhr
- ▶ Anonym und schnell einkaufen
- ▶ „One-stop-shopping“
z.B. auf dem Weg z.B. zur Arbeit/Schule
- ▶ Mit dem Auto sauber „bis vor die Tür“
- ▶ Frische Produkte jederzeit verfügbar



Deshalb:

Der Verkauf mit Automaten und/oder Vertrauenskassen boomt!

Vorüberlegungen

- ▶ Haben einen geeigneten Standort?
- ▶ Wie viel Arbeitszeit ist zusätzlich verfügbar bzw. können Arbeitskräfte eingestellt werden?
- ▶ Haben wir ein geeignetes Produkt?

Im Automaten lässt sich alles gut verkaufen, was gut verpackt werden kann - auch größere Gebinde!

- ▶ Wie treten wir in den Dialog mit den Kunden?
- ▶ Wie erhält der Kunde Informationen über Erzeugung und Produkt?

Will ich das? Will das meine Familie?

CHANCEN für den Betrieb

- ✓ Arbeitserleichterung
 - zeitlich unabhängige Vermarktung
 - Möglichkeit, Stoßzeiten im Hofladen abzupuffern)
- ✓ Gewinnung von neuen Kunden,
 - die aufgrund begrenzter Öffnungszeiten nicht kommen konnten,
 - die einen Hofladen nicht nutzen und anonym einkaufen möchten
- ✓ Werbemöglichkeit für die eigenen Produkte
- ✓ Werbemöglichkeit für die landwirtschaftliche Erzeugung/Produktion
(Stichwort: Erzeuger-Verbraucher-Dialog)

RISIKEN für den Betrieb

- Arbeitszeit für Tätigkeiten rund um Automaten muss verfügbar sein, auch am Wochenende
- kein bzw. geringer Kundenkontakt und somit kein bzw. wenig Erzeuger-Verbraucher-Dialog möglich
- möglicherweise Lärmbelästigung durch Kunden, v. a. wenn abends/nachts eingekauft wird,
- auch Störung der Nachbarn durch zusätzlichen Verkehr
- Automat: Investitionskosten für Gerät und Standort

Standort: Automaten auf der eigenen Hoffläche

POSITIV:

- Kundenkontakt möglich
- Evtl. genehmigungsfreie Aufstellung
- Kurze Wege: Zeitersparnis bei Kontrolle, Nachfüllen, Störung
- Geringe Gefahr von Vandalismus

ABER:

- Lage? Kundenfrequenz?
- Gut sichtbar für Kunden?

Standort: Automaten außerhalb des Hofes

POSITIV:

- Großer Kundenkreis: Supermärkte mit hoher Kundenfrequenz
- Gute Lage: Stark frequentierte Straßen
- Direkt an der Produktionsstätte (Stallgebäude, Feld, Teiche)

ABER:

- Wegezeiten für Kontrolle, Nachfüllen und bei Störungen
- Keine Kundenkommunikation möglich
- Ggf. Miet- oder Pachtverträge mit Grundstückeignern erforderlich

Automatentypen

Trommelautomat



Klappenautomat



Spiralautomat/
Schachtautomat



Auswahl des Automaten

Welche Produkte sollen im Automaten verkauft werden?

Größe Produkte / Temperaturanforderungen / Zerbrechlichkeit

Wo wird der Automat aufgestellt?

Innenbereich – Außenbereich (Umhausung, Überdachung)

Welche Sonderausstattungen sind für die Kunden nötig?

Bezahlsystem / Wechselgeldfunktion / Höhe Entnahmeschacht

Welche Sonderausstattungen sind sinnvoll?

Störungsmeldung via SMS/Handy / Automatische Temperaturkontrolle

Wie erfolgt die Bestückung und Reinigung des Automaten?

Investitionskosten

Investition	in Euro
Automat, einfache Ausstattung	10.000
Gebäude	3.000
Strom- und Wasseranschluss	1.000
Ausstattung Gebäude (Boden, Beleuchtung, Tisch, Waschbecken, ...)	1.000
Außenanlage	3.000
Sonstiges (Logo-Entwicklung, ...)	1.000
Summe	19.000

Arbeitszeitaufwand am Beispiel eines Automaten auf der Hofstelle

Tätigkeit	in Min./Tag
Wegezeit (Produktionsraum-Automat, ca. 150 m)	5
Nachfüllen (pro Vorgang)	15
Geldentnahme	5
Reinigung des Verkaufsraums/Automaten	15
Pflege der Außenanlage (erfolgt wöchentlich)	5
Büroarbeit (Dokumentation für Finanzamt und Lebensmittelüberwachung, ...)	10
Gesamt	60

Kosten (€ pro Jahr) am Beispiel eines Automaten auf der Hofstelle

Feste Kosten	in Euro
Abschreibung	2.567
Instandhaltung	580
Arbeit mit 17 €/Stunde (bei 60 Minuten pro Tag)	6.205
Zinsaufwand (2% der halben Investitionssumme)	190
Sonstige Kosten (Pacht/Miete für Aufstellplatz, Versicherung, Videoüberwachung...)	0
Strom, Reinigungsmittel, Wasser	274
Gesamt	9.816

Mindestabsatz verschiedener Produkte

Produkt	Erlös, bisher (€)	Erlös im Automaten (€)	Mehrerlös (€)	Mindestabsatz- menge pro Tag (+ <i>Verlust</i>)
Eier	0,17	0,25	0,08	335 Stück (+17)
Milch	0,30	1,00	0,70	38 Liter (+2)
Grillfleisch	9,10	15,00	5,90	4,5 kg (+ 0,2)

Rechtliche Rahmenbedingungen (1)

Wer mithilfe von Automaten vermarkten möchte, muss zahlreiche rechtliche Fragen klären.

Deshalb: Nehmen Sie bereits bei der Planung mit den verschiedenen Stellen Kontakt auf:

- Kreisbauverwaltung (Landratsamt/Stadt)
- Gesundheitsamt (Lebensmittelkontrolle)
- Gemeinde (Gewerbe, Bauamt)
- Steuerberater
- Versicherung
- Berufsverband

Rechtliche Rahmenbedingungen (2)

Diese Fragen müssen Sie sich stellen:

- ▶ Muss die Aufstellung von Automat/Verkaufshütte genehmigt werden?
- ▶ Welche Anforderungen müssen berücksichtigt werden, um die Lebensmittelsicherheit und Hygiene gewährleisten zu können? (Umhausung, Bodenbelag, Waschbecken,...)
- ▶ Wo dürfen Werbeschilder aufgestellt werden? Ist eine Genehmigung erforderlich? (Gemeinde - Landkreis)
- ▶ Wie müssen die Preise angegeben werden?
- ▶ Wie müssen die Produkte gekennzeichnet werden - was muss auf das Etikett?
- ▶ Was muss steuerlich berücksichtigt werden?
- ▶ Was muss täglich für das Finanzamt dokumentiert werden? (z.B. Zählprotokoll!)
- ▶ Benötige ich Fremd-Arbeitskräfte, z.B. am Wochenende/Urlaub?

Professionelles Marketing

„Es gibt keine zweite Chance für den 1. Eindruck“

Marketingstrategie:

- ✓ Betriebslogo
- ✓ Werbeschilder
- ✓ Kundenkommunikation
- ✓ Einsatz sozialer Medien
- ✓ Kooperation/Austausch mit anderen Betrieben



Wintermayr
LK Pfaffenhofen



Eier-Automat
LK Traunstein

Erfolgreiche Automaten



Eierautomat Scheiningen
LK Schrobenhausen



Milchtankstelle Hänfling
LK Forchheim

Kombination: Verkaufsautomat + Vertrauenskasse

Den Umsatz über den Verkauf weiterer Produkte erhöhen

Selbstbedienungs-Verkaufshütte

Der Automat liegt abgelegen, die Anfahrt ist den Kunden für ein Produkt zu weit!

Deshalb Beispiel Wintermayr, Pfaffenhofen:

Milchtankstelle + zusätzlich Verkauf von Käse, Fleisch, Eier, Heu, Wintergrün, mit Vertrauenskasse!



*Verkaufshütte Wintermayr
LK Pfaffenhofen*



Kombination: Verkaufsautomat + Vertrauenskasse

Den Umsatz über den Verkauf weiterer Produkte erhöhen

Selbstbedienungs - Hofladen

Milchtankstelle Hecker in Teising, LK Altötting



Fazit

Eine erfolgreiche Vermarktung mit Automaten/Vertrauenskasse ist möglich!

- Umfassende **Informationen** einholen!
- Neutrale Betrachtung des Ist-Zustandes in Familie, Betrieb, Umfeld, Konkurrenz: *Analysieren Sie!*
- Geplantes Vorhaben mit allen Betroffenen und Behörden planen und entwickeln!
- Neue Arbeitsfelder klar festlegen = Schnittstellen-Management!
- **Passt das zu uns/zum Betrieb?**

Ich wünsche Ihnen viel Erfolg für Ihr Vorhaben!

