



FOTO: JAKOB BERR

Eierautomaten werden von den Kunden besonders gerne genutzt. Grundsätzlich lässt sich in Automaten aber alles verkaufen, was verpackt werden kann – von Obst und Gemüse über Fleisch, Fisch und Milchprodukte bis hin zu Soßen und Eingemachtem.

Verkaufen ohne Personal

Automaten für Eier, Milch, Gemüse etc. werden bei Direktvermarktern immer beliebter. Viele Kunden schätzen das Einkaufen unabhängig von Öffnungszeiten. Ein Selbstläufer sind Verkaufsautomaten dennoch nicht.

Der Hofladenverkauf rund um die Uhr an sieben Tagen in der Woche boomt und es ist noch kein Ende in Sicht“. Das machte Sabine Biberger, Ansprechpartnerin und Beraterin für Direktvermarktung am Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten in Ingolstadt-Pfaffenhofen bei der digitalen Direktvermarkterkonferenz deutlich.

Demnach wird die Vermarktung über einen Automaten immer beliebter. „Allerdings ist die Lage entscheidend: Deshalb müssen vor der Anschaffung Demographie und Verkehrsströme analysiert werden“, betonte sie gleich zu Beginn ihres Vortrages zum Thema „Optimierung der Vermarktung mit Automaten und Vertrauenskassen in 24/7-Hofläden“.

Nach ihrer Auskunft lässt sich in Automaten alles verkaufen, was verpackt werden kann – auch größere Gebinde. Zu den beliebtesten Erzeugnissen zählen Milch, Eier, Wurst, Fleisch, Nudeln, Obst, Salat, Gemüse, Fisch, Kartoffeln, Käse, Butter, Joghurt, Eis, Fruchtaufstriche, Honig,

Säfte sowie Soßen und Eingemachtes. Im Verbrauchertrend liegen zunehmend flexible Einkaufsmöglichkeiten – die Kundinnen und Kunden möchten zeitlich unabhängig und möglichst rund um die Uhr einkaufen. Manche Verbraucherinnen und Verbraucher legen auch Wert auf anonymes und schnelles Einkaufen von frischen Produkten, die jederzeit verfügbar sind. Der Trend geht auch zu gut erreichbaren Einkaufsmöglichkeiten und zum „One-stop-shopping“, zum Beispiel auf dem Weg zu Arbeit oder Schule.

Die Vorteile des Automaten-Verkaufs liegen auf der Hand: Die Kundinnen und Kunden können anonym, schnell und frisch Produkte einkaufen, unabhängig von Öffnungszeiten. Zudem können sie mit Werbung auf Aktionen aufmerksam gemacht werden (z. B. Fleischpakete, Hoffest) und erhalten Zugang zur landwirtschaftlichen Erzeugung. Als Nachteile sind

zu nennen: eingeschränkte Produktauswahl, kein Einkaufserlebnis, keine individuelle Beratung und Probleme bei Reklamationen.

„Automaten machen Arbeit. Es läuft nichts von selbst und dieser Aufwand muss einkalkuliert werden“, gab Biberger zu bedenken. Sie forderte Interessierte auf, in jedem Fall zu analysieren, ob ein Automat das Richtige für den eigenen Betrieb

Viele Verbraucher wollen anonym und zeitlich flexibel einkaufen.

ist, und dazu folgende Vorüberlegungen anzustellen:

- Haben wir ein geeignetes, nachgefragtes Produkt?
- Haben wir einen geeigneten Standort?
- Wie viel Arbeitszeit ist zusätzlich verfügbar bzw. können Arbeitskräfte eingestellt werden?
- Wie treten wir in den Dialog mit den Kunden?
- Wie erhält der Kunde Informationen über Erzeugung und Produkt?
- Will ich das und will das auch meine Familie?

„Mit dem Automatenverkauf ergeben sich durchaus Chancen für den Betrieb“, erklärte die Referentin. So bedeutet er eine Arbeiterleichterung durch die zeitlich unabhängige Vermarktung und die Möglichkeit, Stoßzeiten im Hofladen abzufuffern. Außerdem können neue Kunden gewonnen werden, die aufgrund begrenzter Öffnungszeiten nicht kommen konnten, die einen Hofladen nicht nutzen und anonym einkaufen möchten. Es gebe sowohl Werbemöglichkeiten für die eigenen Produkte als auch für die landwirtschaftliche Produktion.

Im Gegenzug bestehen auch Risiken für den Betrieb: notwendige Verfügbarkeit von Arbeitszeit für Tätigkeiten rund um Automaten, auch am Wochenende; kein bzw. geringer Kundenkontakt und somit kein bzw. wenig Erzeuger-Verbraucher-Dialog; möglicherweise Lärmbelästigung durch Einkaufende, vor allem wenn abends oder nachts eingekauft wird, auch Störung der Nachbarn durch zusätzlichen Verkehr. Nicht unterschätzt werden dürfen auch die Investitionskosten für das Gerät und den Standort.

Hat man sich für die Aufstellung eines Automaten entschieden, entsteht die Frage nach dessen Standort. Für einen Automaten auf der eigenen Hoffläche sprechen folgende Aspekte:

möglicher Kundenkontakt, eventuell genehmigungsfreie Aufstellung oder Umnutzung eines Gebäudes, Zeiterparnis bei Kontrolle und Nachfüllen, keine langen Wege, geringe Gefahr von Vandalismus. Gleichzeitig muss aber eine ausreichende Kundenfrequenz sichergestellt sein, das heißt, der Automat muss gut sichtbar für Kunden sein, unterstützt zum Beispiel durch einen Fahnenmast.

Die Investitionskosten betragen schnell über 20000 Euro.

Automaten außerhalb der eigenen Hoffläche ermöglichen dagegen eine unmittelbare Nähe zu weiteren Einkaufsmöglichkeiten, zum Beispiel Supermärkten mit hoher Kundenfrequenz, an einer stark frequentierten Durchgangsstraße mit Berufsverkehr oder direkt an der Produktionsstätte neben dem Stall oder dem Feld.

Zu bedenken gelten aber hier die Wegezeiten zum Befüllen und bei Störungen, die fehlende Kundenkommunikation, die notwendigen Miet- oder Pachtverträge mit Grundstückseignern sowie die Gefahr von Vandalismus. „In jedem Fall sollten die Kunden ihre Autos gut abstellen und sicher einkaufen können“, fügte Sabine Biberger hinzu.

Es gibt eine Reihe von Automatentypen: Trommelautomat, Klappenautomat für verschieden große Produkte sowie Spiral- und Schachtautomat für kleinere Erzeugnisse. Bezahlt werden kann mit Bargeld und gegebenenfalls mit bargeldlosen Bezahlungssystemen. „Die junge Kundschaft will in der Regel bargeldlos bezahlen“, informierte die Referentin. Eine Übersicht der technischen Möglichkeiten und Anbieter bargeldloser Bezahlungssysteme gibt es unter www.lfl.bayern.de/iba/haushalt/243213.

Die Auswahlkriterien für einen Automaten sind vielfältig:

- Welche Produkte sollen verkauft werden (Größe, Temperaturanforderungen, Zerbrechlichkeit)?
- Wo wird der Automat aufgestellt (Innenbereich, Außenbereich und Umhausung/Überdachung)?
- Welche Sonderausstattungen sind für die Kunden nötig (Bezahlungssystem, Wechselgeldfunktion, Höhe des Entnahmeschachts)?
- Welche Sonderausstattungen sind sinnvoll (Störungsmeldung via SMS/Handy, automatische Temperaturkontrolle)?
- Wie erfolgt die Bestückung und Reinigung des Automaten?

Ausstattung, Strom- und Wasseranschluss sowie Außenanlage auf mindestens 20 000 Euro.

Für den Arbeitszeitbedarf bei einem Automaten an der Hofstelle ist mit Wegezeit, Nachfüllen, Geldentnahme, Reinigung, Pflege der Außenanlagen und Büroarbeit mit 60 Minuten pro Tag zu rechnen und die Kosten für den Betrieb (Abschreibung, Zinsen, Arbeitszeit) summieren sich jährlich auf knapp 10 000 Euro.

„Bevor Sie mithilfe von Automaten vermarkten, sollten Sie unbedingt vorher die rechtlichen Rahmenbedingungen abklären. Es gibt je nach verantwortlicher Stelle verschiedene Anforderungen und Auslegungen“, empfahl die Referentin und wies darauf hin, dass eine Fülle von Fragen abgeklärt werden muss.

- Muss die Aufstellung des Automaten oder der 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 Fremdarbeitskräfte, z. B. am Wochenende oder im Urlaub?

„Am besten nimmt man bereits bei der Planung mit den verschiedenen Stellen Kontakt auf“, empfahl die Expertin. Dazu gehören die Gemeinde (Gewerbe-, Bauamt), die Kreisbauverwaltung (Landratsamt/Stadt), das Gesundheitsamt (Lebensmittelüberwachung), der Steuerberater sowie die Versicherung und die Berufsgenossenschaft.

„Das Landratsamt als für die Lebensmittelüberwachung zuständige Behörde muss immer informiert und eingebunden werden, wenn man Lebensmittel gewerblich verkauft“, ergänzte sie und erklärte, dass die Anforderungen bereits bei der Planung besprochen werden sollen: Produktions-, Lager- und Kühlräume, Verkaufsraumgestaltung, Auszeichnung und Etikettierung der Lebensmittel (gegebenenfalls Probeetikett vorlegen), Organisation der Hygienevorschriften (Überwachung Kühlung,

Reinigung, Personal usw.). „Also vor der Planung des Um- bzw. Neubaus Kontakt mit der Gemeinde und dem Bauamt sowie vor dem Start der Direktvermarktung mit der Lebensmittelüberwachung am Landratsamt aufnehmen“, legte sie den Teilnehmern ans Herz.

Die Expertin stellte zudem fest: „Je schöner das Umfeld, desto weniger besteht die Gefahr von Vandalismus. Das heißt: „Schaffen Sie eine attraktive Umgebung und Umhausung für den Automaten und stellen Sie eventuell auch Sitzplätze auf.“ Bilder von Menschen, deren Augen auf die Besucherinnen und Besucher gerichtet sind – am besten vom Betriebsleiter selbst – können die Zahlungsmoral erhöhen.

Genauso wird positiv registriert, wenn sich die Bäuerin oder der Landwirt selbst auch öfter mal sehen lässt. Im Hofladen kann der Umsatz durch die Kombination von Verkaufsautomat und Vertrauenskasse über den Verkauf weiterer Produkte erhöht werden.

„Das Erfolgsrezept in der Direktvermarktung ist sichtbar sein durch professionelles Marketing“, meinte die Referentin. Bei der Marketingstrategie sollten Betriebslogo, Werbeschilder, Fahnen, Online-Marketing, Marketing in der Region durch besondere Architektur, Kooperationen zum Vollsortiment nicht fehlen.

Worauf kommt es für den Erfolg eines 24/7-Hofladens an? Sichtbar sein – klare Beschilderung, sorgsame Auswahl des Standortes (gut sichtbar, Parken, Beleuchtung, Sicherheit), anfangs viel Aufklärungsarbeit (Presse, Infotage), klare und einfache Handhabung, verschiedene Bezahlungssysteme, klares Sortiment, strukturierte Warenpräsentation sowie Kundenkontakt durch Präsenz, Homepage und soziale Medien. Zu aktuellen Entwicklungen zählen sogenannte „Walk-in-stores“, SmartStore24, Livello Micro-Market, Lokbest.

„Eine erfolgreiche Vermarktung mit Automaten oder einer Vertrauenskasse ist möglich“, zeigte sich Sabine Biberger überzeugt. Zu den notwendigen Grundlagen gehören die Einholung umfassender Informationen, die genaue Analyse neuer Systeme, die Durchführung einer Stärken-Schwächen-Analyse, eine gute Planung und Entwicklung des Vorhabens mit Betroffenen und Behörden sowie aktive Entscheidungen hinsichtlich Automatenart, Bezahlungssysteme, Verpackung und Marketing.

Ohne eine sorgfältige Marktanalyse sollte man die Finger davon lassen.

Mindestabsatz von Produkten im Automaten

Produkt	Erlös, bisher (€)	Erlös im Automaten (€)	Mehrerlös (€)	Mindestabsatzmenge pro Tag (+ Verlust)
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)
Äpfel	1,80	2,50	0,70	32 kg



Die Vertrauenskasse im Hofladen der Familie Walser klappt in der Regel gut, dazu trägt auch ein liebevolles Ambiente bei.

Helga Gebendorfer