Milchautomaten: Der Standort entscheidet

Viele Landwirte suchen nach Alternativen, um einen höheren Milchpreis zu erzielen. Die Nachfrage nach Milchautomaten ist stark angestiegen. Aber nicht für jeden zahlt sich eine Investition aus.

eit 23 Jahren dürfen Landwirte in der Schweiz selber Milch verkaufen. Eine Abgabepflicht an die Molkereien gibt es nicht mehr. Alfred Bruni sah einst in Österreich einen Milchautomaten. Er liess sich von der Idee inspirieren und konstruierte einen Automaten, der den Schweizer Vorschriften entsprach. Seine Automaten verkauft er heute weltweit.

Arbeitsaufwand ist gross

Bruni produziert Automaten mit unterschiedlichster Ausstattung. In der Schweiz vermarktet er hauptsächlich die kleineren Modelle. «Automaten mit Wechselgeldfunktion sind sehr gefragt», so Bruni. «Hingegen gibt es in der Schweiz keinen Automaten, der Kartenzahlung akzeptiert.» Einer seiner ersten Kunden war Alois Iten aus Zug. Der Landwirt hat seit 20 Jahren einen Milchautomaten auf seinem Betrieb stehen. Auch als er und sein Nachbar sich zu einer Betriebsgemeinschaft zusammenschlossen, blieb der Automat auf dem Hof.

Iten entschied sich für einen Automaten und somit für die Direktvermarktung, um den Zwischenhandel zu umgehen. Trotzdem verkauft er nur einen kleinen Teil seiner Milch via Direktvermarktung. Den grössten Teil der Milch liefert er immer noch an einen Abnehmer.

Pro Tag verkauft er zwischen 20 und 80 Liter aus dem Automaten. Die Milch vermarktet er für 1.20 CHF/Liter. Beim Abnehmer erhält er mit Gehaltszuschlag 0.60 CHF/ Liter. Der Erlös ist somit doppelt so hoch wie beim Abnehmer. «Die Marge ist für Schweizer Landwirte zwar kleiner als für Deutsche. Trotzdem ist das Geschäft lukrativ, so dass sich die Anschaffung lohnt», meint Bruni. In der Schweiz stehen aktuell circa 500 Automaten. Das sind deutlich weniger als im benachbarten Ausland. Vor allem in Deutschland sind die Automaten sehr beliebt.

Pro Tag rechnet Iten 20 Minuten Arbeitszeit ein, um den Automaten zu befüllen und zu reinigen. Ausserdem kommen Amortisationskosten sowie Strom und Flaschen dazu, die Iten der Kundschaft gratis zur Verfügung stellt. Die Flaschen haben den Vorteil, dass die Leute auch ohne Gebinde Milch beziehen können. Seit Iten diese zusätzliche Dienstleistung anbietet, läuft der Verkauf viel besser. «Klar verdiene ich unter dem Strich mehr Geld



Iten wirbt mit dieser Tafel an der Strasse für seinen Milchautomaten. Ein grosser Teil seiner Kundschaft kommt mit dem Auto.



Alfred Bruni stellt seit 23 Jahren Milchautomaten her. Sein Produkt verkauft er im Ausland deutlich besser als in der Schweiz.



Alois Iten verkauft die Milch aus seinem Automaten für 1.20 CHF. Das ist doppelt so viel, wie er vom Abnehmer trotz Mengenzulagen erhält.

mit dem Automaten, als wenn ich die Milch abliefere», so Iten. «Aber man darf den Aufwand nicht unterschätzen und sich nur auf die 1.20 CHF fokussieren.»

(Total: 8500 CHF)

Damit der Automat rentiert, muss Iten im Schnitt täglich 50 Liter Milch verkaufen. Wie die Tabelle 2 zeigt, können bereits kleine Änderungen von Verkaufsmenge und -preis einen

Tabelle 1: Lohnt sich ein Milchautomat?

Marktannahme	
Menge (30 l/Tag)	10950 kg
Verkaufspreis pro Einheit (kg)	1.30 CHF
Jahresrechnung	CHF
Leistung	14235
Produktspezifische Kosten 1)	8760
Deckungsbeitrag Produkte	5 475
Kosten von projektspezifischen Investitionen 2)	1821
Deckungsbeitrag Projekt	3 654
Arbeitsverdienst familieneigene AK	3 654
Lohnanspruch familieneigne AK (20 CHF/ h; ca. 35 min/ Tag)	4413
Kalkulatorischer Gewinn oder Verlust	-759
Nosten der Milchproduktion nach Vollkostenrechnung (28 CHF je h) T.Haas und P. Hofstetter in Agrarforschung Schweiz 8 (9): 356-393, 20 (1 CHF je kg Milch -20 Rp.; DZ je kg = 80 Rp.)	Sum
²⁾ Materielle Investitionen, Milchautomat, Gebäude/Unterstand mit St	rom und

Bei einer Verkaufsmenge von 30 l/Tag und einem Preis von 1.30 CHF/kg ergibt sich ein Arbeitsverdienst von 3 654 CHF/Jahr.

Wasser, Bodenbelag, Beleuchtung, Waschbecken, Werbung/Homepage

grossen Einfluss auf das Ergebnis haben. Auf Itens Betrieb funktioniert der Verkauf im Sommer besser als im Winter. Sobald das Wetter schlecht ist, verkauft er weniger. Gerade Leute aus der Umgebung, die sich zu Fuss zum Automaten begeben, verzichten dann. Im Sommer sei die Lage hingegen ideal. «Die Badi liegt ganz in der Nähe und im Allgemeinen spazieren im Sommer viele Anwohner den Weg entlang», so Iten.

Aber die meisten Kunden besuchen den Automaten mit dem Auto. Iten liegt an der meistbefahrenen Hauptstrasse des Kantons Zug. «Die passende Lage ist sehr wichtig für den Absatz», ist sich Bruni sicher.

Begehrtes Diebesgut

Der Milchautomat sollte an einer Durchgangsstrasse oder im Zentrum einer Ortschaft stehen. Bruni sagt, dass im Ausland auch viele Automaten in Bäckereien und ähnlichen Lokalen aufgestellt werden. In der Schweiz komme dies jedoch selten vor. «Vielleicht liegt es daran, dass die Konsumenten bei uns auch auf die Qualität der Regalmilch im Supermarkt vertrauen», spekuliert Bruni.

Es hat sich ausgemolken

Flurin Conradin lancierte das Projekt «Stadtmilch». Heute steht der Milchautomat still. Die Idee von Ökonom Flurin Conradin war, dass Stadtmenschen wieder Milch vom lokalen Bauernhof in ihrer eigenen Glasflasche einkaufen können – so wie er als kleiner Bub. Im September 2014 stellte er deshalb «Im Via-

dukt» in der Zürcher Markthalle ein Milchhüsli auf und integrierte darin einen Milchautomaten. Nach zweieinhalb Jahren Laufzeit stellte er das Projekt im April 2017 ein.

«Die Nachfrage war zu gering, die technischen Probleme zu gross und so hätte sich eine Weiterführung nicht gelohnt,» so Conradin. Auf die Frage, weshalb es nicht funktionierte, hat Conradin eine klare Antwort: Der Standort war ungeeignet. Optimal wäre eine stark befahrene Strasse gewesen. Die Markthalle besuchen die Konsumenten nur sporadisch. «Die meisten Kunden kommen einmal pro Woche hierher, um Delikatessen einzukaufen», sagt Conradin. «Das reicht für den erwünschten Milchabsatz nicht.»

29500 CHF Starthilfe

Pro Tag verkaufte er nur zehn Liter Milch. 40 bis 50 Liter waren sein Ziel – dann hätte der Automat rentiert. Den Liter Milch verkaufte Conradin für 1.80 CHF. Aus dem Projekt hat Conra-

Das Milchhüsli
in der Zürcher
Markthalle hat
sich nicht
rentiert.

Neben der passenden Lage ist auch die Werbung wichtig. Iten verzichtet jedoch auf Inserate in der Zeitung. Er verlässt sich auf die Mund-zu-Mund-Propaganda im Dorf und zwei Werbeplakate am Strassenrand. «Das Gebiet ist gut frequentiert», so Iten. «Das ist für den Erfolg ausschlaggebend. Die Tafeln am Strassenrand reichen somit aus.»

Er bietet seinen Kunden auch die Möglichkeit, den Stall zu besichtigen. So können sie sich ein Bild von der Tierhaltung machen. Das unterstützt das gute Image. Hin und wieder ergeben sich auch spannende Gespräche mit den Kunden. «Ich habe viel ausländische Kundschaft, besonders aus den Balkan-Regionen», sagt Iten. «Sie finden den Geschmack der Milch aus dem Automaten besser.»

Ausserdem holen sie oft grössere Mengen, um selber Käse und Joghurt zu produzieren. Das ist nur mit Rohmilch möglich. «Schweizer Landwirte dürfen Rohmilch verkaufen», so Bruni. Die Landwirte müssen allerdings auf dem Atomaten deklarieren, dass es sich um Rohmilch handelt. Diese muss innert drei Tagen konsumiert und vor dem Verzehr abgekocht werden.

Aber nicht nur Kunden besuchen den Automaten gerne, wie Iten feststellen musste. Bereits vier Mal brachen Diebe den Milchautomaten auf. Seither hat Iten eine Alarmanlage installiert. Die Polizei riet ihm zudem, anzuschreiben, dass das Geld täglich entnommen wird.

Fazit

- Der Standort entscheidet über den Erfolg.
- Landwirte können die Milch im Automaten zu einem deutlich höheren Preis verkaufen als die Abnehmer bezahlen.
- Der Arbeitsaufwand ist hoch.

Nadine Maier

Tabelle 2: So rechnen sich verschiedene Varianten

	Variante 1	Variante 2	Variante 3	Variante 4
Arbeitsaufwand total in Akh	221	221	221	221
	CHF	CHF	CHF	CHF
Investitionsbedarf	8 5 0 0	8 5 0 0	8 5 0 0	8 500
Leistungen	14235	15330	18980	20440
produktspezifische Kosten	8 760	8 760	11 680	11 680
Deckungsbeitrag Produkte	5 475	6 570	7 300	8 760
Kosten von projektspezifischen Investitionen	1821	1821	1821	1821
Deckungsbeitrag Projekt	3 6 5 4	4 749	5 479	6 939
Arbeitsverdienst familieneigene AK total	3 6 5 4	4 749	5 479	6 939
Lohnanspruch familieneigene Arbeitskräfte	4413	4413	4413	4413
Kalkulatorischer Gewinn oder Verlust	-759	336	1 066	2 526
Arbeitsverdienst familieneigene AK pro Stunde	16.56	21.52	24.83	31.45

Variante 1: wie in Tabelle «Lohnt sich ein Milchautomat?»

Variante 2: Verkaufspreis um 10 Rp. erhöht

Variante 3: Verkaufsmenge um 10 kg je Tag erhöht

Variante 4: Kombination von Varianten 2 und 3.

Wer seine Verkaufsmenge und/oder den Milchpreis auch nur leicht erhöht, kann bereits bessere Ergebnisse erzielen. din gelernt, dass man die Nachfrage besser evaluieren sollte, bevor man eine solch grosse Anschaffung tätigt.

Damit er das Projekt realisieren konnte, wurde Conradin von mehreren Seiten finanziell unterstützt. Er lancierte eine Crowdfunding-Aktion. Auf diesem Weg kamen 10000 CHF zusammen. Zwei Drittel der Spenden erhielt Conradin von unbekannten Personen. Zu einem Drittel waren es Freunde und Bekannte, die das Projekt unterstützen. «Die Idee kam bei den Leuten gut an», so Conradin. «Mit ihren Spenden ergatterten sie sich Jetons für den Milchkauf. Bezogen haben sie jedoch nur wenige.»

Mit der erhaltenen Summe schaffte sich Conradin den Automaten an. Zusätzlich unterstützte das BLW im Rahmen der «QuNaV-Projekte 2014» die Idee mit 19500 CHF, welche Conradin nicht zurückerstatten muss. Dieses Geld nutzte er in erster Linie um die technischen Probleme zu lösen.

Mit dem gekauften Milchautomaten war der Projektleiter nicht zufrieden.

Mehrere Probleme musste er beheben: Sein Modell zeigte oft einen Leerstand an, obwohl noch ausreichend Milch im Tank war. Die Kunden gingen enttäuscht nach Hause, da sie keine Milch beziehen konnten. Ausserdem war der Automat fürs Ladenpersonal kompliziert zu reinigen. «Es wäre technisches Know-how nötigt gewesen, um den Automaten sauber zu kriegen», so Conradin. «Das Verkaufspersonal stiess an seine Grenzen.» Dazu kam, dass sich in der Nähe des Milchhüslis ein Restaurant befand. Die Milch in der Kanne nahm den Geschmack der zubereiteten Menus an.

Automaten entwickelt

Gemeinsam mit der Zürcher Hochschule für angewandte Wissenschaften (ZHAW) entwickelte Conradin daraufhin einen eigenen Automaten. Als Gehäuse nutzten sie einen Gastronomiekühlschrank. Damit die homogenisierte Milch nicht aufrahmte, bauten sie einen Schwenkmechanimus ein.



Das Projekt «Stadtmilch» wurde von mehreren Seiten finanziell unterstützt.

Ausserdem füllten sie die Milch in 10-Liter-Einwegbeutel ab und stellten keine offene Kanne in den Automaten. Zusätzlich bauten sie einen Internetanschluss ein, damit Conradin aus der Ferne über den Füllstand informiert war.

Der selbst konstruierte Automat funktionierte deutlich besser. Trotzdem konnte auch dieser das Projekt nicht retten.

Husqvarna READY WHEN YOU ARE

HUSQVARNA 572 XP®

Bei nur 6.6 kg und einem leistungsstarken 4.3 kW Motor bietet die 572 XP* ein hervorragendes Leistungsgewicht und eine um 12 % höhere Schnittleistung als vergleichbare Maschinen. Die weiterentwickelten Kühlungsund Filtersysteme erhöhen und halten die Leistung. Die Bauweise ist schlank und handlich gehalten, sodass die Kettensäge auch mit langen Schwertern gut manövriert werden kann.





www.husqvarna.ch/endurance