



LfL

Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft

Milch-Direktvermarktung mit Automaten



LfL-Information

1 Einleitung

Milchautomaten und Zapfstellen werden derzeit verstärkt als Möglichkeit gesehen, für die eigene Milch einen besseren Preis als bei Abgabe an die Molkerei zu erzielen. So sind in einem Landkreis in Bayern allein in diesem Jahr sechs neue Automaten aufgestellt worden.

Damit wird eine alte Tradition - der Verkauf von Milch ab Tank - wieder belebt. Und auch die „Stählerne Kuh“ zum Zapfen der Milch in einem Supermarkt gab es schon vor gut zwanzig Jahren, damals v.a. um Verpackungen zu sparen.

Heute kaufen Verbraucher Milch ab Hof, weil:

- immer mehr Kunden die Herkunft der Lebensmittel kennen wollen: Regionale Lebensmittel liegen im Trend,
- es sehr „Gesundheitsbewusste“ gibt: Kunden wollen gesund leben und wertvolle Lebensmittel kaufen. Sie wollen diesen Lebensstil auch bewusst zeigen,
- sich damit traditionelle Speisen herstellen lassen.

Der Kunde von heute möchte aber auch

- einen bequemen Einkauf,
- ohne weite Wege,
- ohne zusätzlichen Aufwand.

Mit dem Milchautomaten werden Kunden angesprochen, die

- tagfrische Milch aus der Region kaufen möchten,
- wissen möchten, wo ihre Milch herkommt und wie sie produziert wird,
- zeitlich unabhängig und schnell einkaufen möchten,
- womöglich lieber anonym einkaufen.

Betriebsleiter, die einen Automaten zur Milchvermarktung aufstellen möchten, sollten diese Verbraucherwünsche erfüllen wollen und können. Die Anschaffung eines Automaten ist der erste Schritt in die Direktvermarktung. Das bedeutet, der Betrieb geht den Schritt:

- vom Landwirt zum Dienstleister,
- vom landwirtschaftlichen Betrieb zur Verkaufsstätte, an der mit dem Automaten Milch für die Kundschaft „rund um die Uhr“ angeboten wird.

2 Gesetzliche Regelungen für Milchautomaten

Wer Milch mit dem Automaten vermarktet, muss den rechtlichen Rahmen hierzu kennen und beachten.

Wird nur Milch angeboten (= Produkt der ersten Verarbeitungsstufe) zählt diese Vermarktung noch zur Landwirtschaft. Es muss dazu kein Gewerbe angemeldet werden.

Lebensmittel-Recht¹

Milch, vor allem Rohmilch, ist ein leicht verderbliches Produkt. Bei der Vermarktung sind die Regelungen des Lebensmittelrechts zu beachten, im Besonderen der Lebensmittelhygiene-Verordnung (LMHV) und der Tierischen Lebensmittelhygiene-Verordnung (Tier-LMHV).

Veterinäramt frühzeitig einbinden:

Es ist daher wichtig, vor der Anschaffung eines Automaten mit dem Veterinäramt des zuständigen Landratsamts Kontakt aufzunehmen, um sich über die Anforderungen zu informieren!

Wer in die Vermarktung von Rohmilch ab Hof einsteigt und die Auflagen des Veterinäramtes berücksichtigt hat,

- muss die Vermarktung von Rohmilch beim Veterinäramt anzeigen,
- muss zuvor an einer Belehrung nach Infektionsschutzgesetz teilgenommen haben,
- darf die Rohmilch nur direkt im Milcherzeugungsbetrieb abgeben, nicht an einem anderen Ort, wenn er auch zum Betrieb gehört,
- darf nur Milch abgeben, die am selben Tag oder einen Tag zuvor gewonnen wurde,
- muss an der Abgabestelle deutlich sichtbar und lesbar den Hinweis anbringen: „Rohmilch, vor dem Verzehr abkochen!“ (vgl. dazu §17 Tier-LMHV).

Jährlich Belehrung ist notwendig

An einer Belehrung nach Infektionsschutzgesetz muss jeder, der die Milch produziert und/oder an die Kunden abgibt, teilnehmen. Die Belehrung führt das Gesundheitsamt oder ein vom Gesundheitsamt Beauftragter durch. Eine jährliche Nachbelehrung ist erforderlich.

Baurecht

Bei der Aufstellung eines Milchautomaten auf einem landwirtschaftlichen Betrieb muss auch das Baurecht beachtet werden. Die Bayerische Bauordnung (BayBO) regelt, welche baulichen Maßnahmen genehmigungspflichtig und genehmigungsfähig sind. Innerhalb von Ortschaften können freistehende Gebäude bis zu einem Rauminhalt von 75 m³ genehmigungsfrei errichtet werden.

Außerhalb einer Ortschaft wird unterschieden, ob für den Automaten

- ein Anbau neu errichtet werden soll oder
- ein freistehendes Gebäude neu errichtet werden soll oder
- der Automat in einem bestehenden Gebäude aufgestellt werden soll. (Hier wird eine mögliche Nutzungsänderung überprüft).

¹ Die Ausführungen zum Lebensmittelrecht wurden in Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Landesamt für Gesundheit und Lebensmittelsicherheit erstellt. Wir danken Herrn Dr. Peter Kämpf für die Zusammenarbeit.

Das Landratsamt prüft, ob ein Genehmigungsverfahren im Einzelfall notwendig ist.

Auch wenn das Gebäude für den Automaten genehmigungsfrei erfolgen kann, sind Regelungen zu beachten: Liegt z. B. ein Bebauungsplan vor, müssen dessen Vorgaben eingehalten werden. Außerdem muss das Grundstück erschlossen sein. Im Außenbereich muss die Privilegierung für das Bauvorhaben vorliegen. Es wird dabei u.a. geprüft, ob die direkte Vermarktung der eigenen Milch wirtschaftlich sein wird.

Es ist daher ratsam, sich vor Beginn des Vorhabens bei der Gemeinde über die Genehmigungsvoraussetzungen zu informieren.

Straßenverkehrsrecht

Milchautomaten, die in der Nähe einer Straße aufgestellt werden sollen, müssen die Vorgaben des Straßenverkehrsrechts einhalten. Damit soll ausgeschlossen werden, dass durch den Betrieb des Verkaufsautomaten der Straßenverkehrsteilnehmer abgelenkt oder belästigt werden können. Auch die Werbung, z. B. durch Beschilderung, darf den Verkehrsfluss nicht stören. Die Betreiber von Milchautomaten sollten durch geeignete Hinweisschilder dafür sorgen, dass mögliche Kunden den Weg zum Betrieb gut finden können, ohne sich und andere Verkehrsteilnehmer zu gefährden.

Die zuständige Straßenverkehrsbehörde entscheidet gemeinsam mit dem Straßenbau-träger und der Polizei anhand der Situation vor Ort über eine mögliche verbotene Beeinträchtigung. Auch hier ist es daher sinnvoll, frühzeitig mit den Behörden Kontakt aufzunehmen.

Mess- und Eichgesetz²

Kunden, die ihre Milch am Automaten kaufen, möchten die Menge Milch erhalten, für die sie bezahlt haben. Daher greift auch bei Milchautomaten das Mess- und Eichgesetz (MessEG) sowie die Mess- und Eichverordnung (MessEV).

Konformitätserklärung der Hersteller:

Grundsätzlich gilt, dass Milchautomaten geeicht sein müssen (§ 1 Abs. 2 Nr. 1 MessEV). Jeder Milchautomat, mit dem Milch verkauft werden soll, muss daher den gesetzlichen Anforderungen entsprechen. Die Hersteller der Milchautomaten bestätigen mit ihrer Konformitätserklärung, dass ihr Automat die Anforderungen der Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Europäischen Rates Nr. 2014/32/EU erfüllt.

Eine Schätzung der abgegebenen Menge oder Abgabe von Milch-Portionen ist nicht zulässig: Milchvermarkter müssen auch die Preisangabenverordnung einhalten. Danach ist es nicht erlaubt, Portionen, die ungefähr die angegebene Menge enthalten, an die Kunden zu verkaufen. Werden Mengen angegeben, müssen diese mit geeichten Messgeräten gemessen worden sein (§33 Abs. 1 MessEG).

Ausnahmen von der Eichpflicht:

² Die Informationen zum Mess- und Eichgesetz wurden in Zusammenarbeit mit dem Bayerischen Landesamt für Maß und Gewicht, Hauptsitz München, erstellt. Wir danken auch hier für die Zusammenarbeit.

Milchautomaten, die je Geschäftsvorgang einen Betrag von 5 Euro nicht überschreiten und der Verwender glaubhaft machen kann, dass der Jahresumsatz 2000 Euro nicht übersteigt, müssen nicht geeicht werden. Wer mehr als 5 Euro je Geschäftsvorgang vermarktet und wer mehr als 2000 Euro Jahresumsatz erwirtschaftet, muss seinen Automaten eichen lassen.

Kosten für die Eichung eines Milchautomaten:

Die Gebührenverordnung zum Mess- und Eichwesen (MessEGebV) regelt die Kosten der Eichung. Dabei sind Milchmessanlagen mit einer Durchflussmenge bis 100 l/min nach Zeitaufwand abzurechnen. Der Stundensatz beträgt derzeit 100 €. Die Eichung eines Milchautomaten dauert ca. 1 Stunde und ist jährlich durchzuführen (§ 34 Abs. 1 Nr. 1 i.V.m. Anlage 7 MessEV – Ordnungszahl 5.4.2).

Bußgeld bei Missachtung:

Diese Regelungen dienen zum einen dem Schutz der Verbraucher. Zum anderen soll auch der Handelsverkehr geordnet ablaufen: Es sollen alle Flüssigkeiten unter den gleichen Bedingungen verkauft werden. Das heißt auch, dass sich keiner einen Vorteil erwirtschaften kann, wenn er die Regelungen nicht einhält. Die Höhe des Bußgeldes kann bis zu 50.000 Euro betragen.

Ansprechpartner:

Zuständig für Fragen rund um die Eichung ist das Bayerische Landesamt für Maß und Gewicht. Auf der Internetseite der Behörde, <https://www.lmg.bayern.de/index.php>, sind die Adressen der bayerischen Eichämter aufgelistet.

Markengesetz

Betreiber von Milchautomaten, die mit einem besonderen Namen, Farben, Schriftzug o.ä. werben möchten, können sich dazu eine Marke beim Deutschen Patent- und Markenamt in München (DPMA) eintragen lassen. Zuvor ist es notwendig beim DPMA zu recherchieren, ob die geplante Marke geschützt ist und durch ihre Verwendung bestehende Rechte verletzt werden. Die Recherche ist im Internet möglich: <http://www.dpma.de/marke/recherche/>.

Beim DPMA wurden z. B. die Marken „Milchtankstelle“ (August 2013) und „Milchzapfstelle“ (Oktober 2014) eingetragen. Diese Begriffe sind geschützt und dürfen nicht ohne Zustimmung der Markeninhaber verwendet werden. Daher ist es wichtig, beim Deutschen Patent- und Markenamt zu recherchieren, ob ihre geplante Marke geschützt ist und sie durch ihre Verwendung bestehende Rechte verletzen.

3 Ökonomik des Milchverkaufs mit Automaten

Wer sich einen Milchautomaten anschaffen möchte, muss wissen, welche Kosten auf ihn zukommen werden und ab wann sich ein solcher Automat rechnet.

Erforderliche Investitionen

Die Kosten für den Milchautomaten hängen stark von seiner Ausstattung ab. Während sehr einfache Modelle unter 5.000 € kosten, werden für gut ausgestattete Automaten mehr als 15.000 € bezahlt.

Außerdem muss ein Raum eingerichtet werden, der die Auflagen des Veterinäramtes erfüllt: Der Automat muss so aufgestellt sein, dass er vor schädlichen Umwelteinflüssen geschützt ist, z. B. Wärme, Staub und Schmutz, Ungeziefer.

- Die Bauberatung kalkuliert bei einem Umbau mit ca. 250 € pro m³ umbauter Raum.
- Bei einem Neubau, wie einer einfachen Holzhütte, sind Kosten für die Erdarbeiten, die Bodenplatte und auch der Strom- und Wasseranschluss einzurechnen. Hier sollte mit 300 - 350 € pro m³ umbauter Raum kalkuliert werden.
- Es empfiehlt sich ein Waschbecken mit Warmwasserbereiter zum Händewaschen einzuplanen.

Daneben sind weitere Investitionen notwendig, z.B. Milchkannen, Transportkarren, die Außenanlage muss gestaltet werden. Die Gesamthöhe der Investitionen liegt meist zwischen 20.000 und 30.000 €.

Wer die Milch pasteurisieren möchte, um sie beispielsweise an einem anderen Ort vermarkten zu können, muss für eine kleine Pasteurierungsanlage und weiteres Zubehör mit zusätzlichen Kosten in vergleichbarer Höhe rechnen.

Tab. 1: Investitionskosten für die Vermarktung mittels Milchautomaten

| Investitionen | in Euro |
|--|----------------|
| Automat, inkl. Sonderausstattung | 15.000 |
| Milchkannen, Transportkarre, u. ä. | 750 |
| Umbau eines geeigneten Raums (auch Anschlüsse) | 4.000 |
| Ausstattung Gebäude (z. B. Bodenbelag, Beleuchtung, Tisch, Waschbecken, Boiler, Seifen- und Handtuchspender) | 1.250 |
| Außenanlage (auch Parkplatz, Fahrradständer) | 3.000 |
| Sonstiges | 500 |
| Summe | 24.500 |

(Quelle: Herstellerangaben, KTBL-Daten-Direktvermarktung, Beispiele von Vermarktern)

Arbeitszeitaufwand

Der Einsatz eines Automaten bedeutet nicht, dass die Arbeit vollautomatisch erfolgt und keine zusätzliche Arbeitszeit erforderlich ist. Täglich muss mit ca. einer Stunde Arbeit gerechnet werden.

Tab. 2: Arbeitszeitaufwand für den Betrieb eines Milchautomaten

| Tätigkeit und deren Zeitaufwand | in Minuten | in Std. pro Jahr |
|--|------------|------------------|
| Nachfüllen der Milch | 15 | 91 |
| Reinigung des Tanks | 30 | 183 |
| Geldentnahme | 5 | 30 |
| Reinigung des Verkaufsraums | 15 | 91 |
| Wöchentliche Pflege der Außenanlage | 30 | 26 |
| Büroarbeit (Dokumentation für Finanzamt und Lebensmittelüberwachung) | 10 | 61 |
| Arbeitszeitaufwand, gesamt | | 482 |

(Quelle: Beispiele von Vermarktern)

Marktpotenzial

Der Standort des Milchautomaten ist ganz entscheidend dafür, wie viel Milch verkauft werden kann. Das Marktpotenzial kann anhand der Anzahl der möglichen Kunden im Umkreis errechnet werden.

Tab. 3: Beispielhafte Berechnung des Marktpotenzials

| Marktpotenzial einer Mittelstadt | | |
|----------------------------------|---|-----------|
| | Einwohnerzahl | 40.000 |
| : | Durchschnittliche Haushaltsgröße ¹ 2,07 - 2,3 Personen (je Hh) | 2,2 |
| = | Zahl der privaten Haushalte | 18.182 |
| x | Kaufbereitschaft zum Kauf beim Landwirt (Anteil der Haushalte in %) | 2 |
| : | Milchverzehr pro Haushalt und Jahr (in l): 55 | 55/365 |
| : | Anzahl der Mitbewerber | 0 |
| = | Mögliche Absatzmenge | 55 l/ Tag |

¹ In Bayern leben durchschnittlich 2,07 – 2,3 Personen je Haushalt.

² Schätzung Kaufbereitschaft 2 - 5 % ; (Quelle: Eigene Berechnung; die Daten zum Milchverzehr stammen vom Milchindustrie-Verband e. V. (<http://www.milchindustrie.de>))

Die Berechnung eignet sich v.a. für Mittel- und Großstädte. Bei kleineren Gemeinden beeinflussen zahlreiche Faktoren die Nachfrage, so dass die errechnete Absatzmenge häufig unter der möglichen Absatzmenge liegt. Hier sollte mit einem höheren Anteil kaufbereiter Haushalte gerechnet werden.

Was mit dieser Berechnung nicht vorhergesagt werden kann, ist:

- Wie geeignet ist der Standort aus Sicht der Kunden?
- Wie lange sind die Kunden bereit, für den Milchkauf einen zusätzlichen Weg auf sich zu nehmen oder Flaschen zu spülen?
- Reichen die Werbemaßnahmen aus, um immer wieder neue Kunden zu gewinnen?

Umsatzerwartung

Um einen dauerhaft positiven Unternehmergewinn mit der Rohmilchvermarktung zu erzielen, sollten täglich ca. 50 Liter Milch verkauft werden.

Tab. 4: Berechnung wirtschaftlicher Kenndaten beim Verkauf von Rohmilch

| Verkaufte Milchmenge pro Tag | 20 l | 30 l | 40 l | 50 l | 60 l | 80 l |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Erlös*, gesamt | 8.640 | 12.960 | 17.280 | 21.600 | 25.920 | 34.560 |
| Variable Kosten* | 3.062 | 4.121 | 5.179 | 6.238 | 7.296 | 9.413 |
| <i>Deckungsbeitrag</i> | <i>5.578</i> | <i>8.839</i> | <i>12.101</i> | <i>15.362</i> | <i>18.624</i> | <i>25.147</i> |
| Feste Kosten | 4.820 | 4.820 | 4.820 | 4.820 | 4.820 | 4.820 |
| <i>Vollkosten je Liter Milch</i> | <i>2,28</i> | <i>1,62</i> | <i>1,29</i> | <i>1,00</i> | <i>0,96</i> | <i>0,79</i> |
| <i>Arbeitsertrag</i> | <i>1,32</i> | <i>8,08</i> | <i>14,84</i> | <i>21,61</i> | <i>28,37</i> | <i>41,90</i> |
| <i>Unternehmergewinn</i> | <i>-7.804</i> | <i>-4.542</i> | <i>-1.281</i> | <i>1.981</i> | <i>5.242</i> | <i>11.765</i> |
| <i>Amortisationsdauer in Jahren</i> | <i>7,9</i> | <i>3,9</i> | <i>2,6</i> | <i>1,9</i> | <i>1,5</i> | <i>1,1</i> |

*Erlöse bzw. Kosten in Euro (Quelle: Eigene Berechnung)

In diesem Beispiel wurde der Erlös aus der verkauften Rohmilch (Preis: 1€/l) und den verkauften Flaschen (20 % der Kunden kaufen eine Flasche zu je 1€) errechnet.

Zu den variablen Kosten für den Milchautomaten zählen:

- Kosten für die Milch (in Höhe des Milchauszahlungspreises),
- Strom-, Wasser- und Reinigungsmittelkosten für den Automaten und für den Raum.

Die festen Kosten umfassen:

- Abschreibung und Instandhaltung, Kapitalkosten,
- Versicherung,

- Werbung, Dekoration,
- Gebühren für verpflichtende Schulungen.

4 Handlungsempfehlungen

Als ersten Schritt empfiehlt sich die Kontaktaufnahme mit dem Landratsamt und/ oder der Gemeinde, um sich über die rechtlichen Voraussetzungen zu informieren. Überprüfen Sie ihren Versicherungsschutz. Wichtig ist es, den Markt zu erkunden, die mögliche Zielgruppe und die weiteren Anbieter.

Beantworten Sie sich folgende Fragen zum Standort:

- Liegt der Betrieb an einem geeigneten Standort?
- Leben viele mögliche Kunden im Umkreis?
- Kann der Hof leicht erreicht werden?
- Lässt sich auf dem Betriebsgelände ein guter Standort finden, der für Kunden, aber auch für Sie vom Milchtank aus gut erreicht werden kann und den die Kunden mit dem Auto anfahren können?

Die Kunden wünschen sich:

- einen leicht zugänglichen Automaten,
- einen hellen, ansprechend gestalteten und sauberen Raum,
- Milchflaschen zum Abfüllen.

Sammeln Sie in Gesprächen mit anderen Vermarktern viele Informationen, um für sich eine gute Entscheidung treffen zu können. Wägen Sie bei der Anschaffung eines Automaten ab zwischen:

- Bequemlichkeit für den Kunden und möglicher Störanfälligkeit,
- Bequemlichkeit für Sie und Höhe der Investitionskosten.

Planen Sie Ihre Öffnungszeiten. Die Kunden kaufen erfahrungsgemäß eher abends und vermehrt am Ende der Woche ein. Nächtliche Öffnungszeiten werden eher am Wochenende als in der Woche genutzt.

- Möchten Sie rund um die Uhr den Zugang zum Automaten ermöglichen?
- Könnte Sie nächtlicher Kundenverkehr auf dem Betrieb stören?

Für den langfristigen Erfolg ist es wichtig, stetig neue Kunden zu gewinnen und diese möglichst dauerhaft zu halten. Kunden, die Milch ab Hof kaufen, möchten die Bestätigung, das richtige mit dem Einkauf zu tun. Bieten Sie daher:

- Informationen zur Milchqualität, den Vorteilen regionales Einkaufs, ...
- Informationen zum Hof
- und ein paar andere Produkte „vom Bauern“.

Nutzen Sie das Angebot der Ämter für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten, z. B. das Seminar zur Betriebszweigentwicklung Direktvermarktung.

Bewerben Sie Ihr Angebot ausreichend und stellen Sie Ihren Betrieb z. B. auf die Plattform <https://www.regionales-bayern.de/>.

Impressum

Herausgeber: Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL)
Vöttinger Straße 38, 85354 Freising-Weißenstephan
Internet: www.LfL.bayern.de

Redaktion: Institut für Betriebswirtschaft und Agrarstruktur
Menzinger Straße 54, 80638 München
E-Mail: Agraroeconomie@LfL.bayern.de
Telefon: 089 17800-111

Autoren: Dr. Anja Hensel-Lieberth

Fotos: Wolfgang Seemann

2. Auflage: März 2017

© LfL