



24/7 Vermarktungskonzepte und Erfahrungsbericht aus der Praxis: Kooperative Direktvermarktung im niederbayerischen *Kleeberger Kistl*



Fachforum „Logistik und 24/7 Stores“ im Rahmen des
12. Bundestreffens der Regionalbewegung
am 5. Juni 2025 in der Lüneburger Heide



Projektleitung: Dr. Sophia Goßner
Bayerische Landesanstalt für Landwirtschaft (LfL)
Institut für Agrarökonomie
Hans-Loher-Str. 32, 94099 Ruhstorf a. d. Rott
www.lfl.bayern.de/diversifizierung

Merkmale von Smart Store 24/7 Konzepten*



Ohne Personal: Der Einkaufsvorgang läuft im Self-Service ab.



24/7: Die Stores sind an 7 Tagen die Woche, 24 h am Tag geöffnet.



Kleine Flächen: Die Stores operieren i. d. R. auf 100 bis 200 m² Fläche, häufig in der Größe eines Containers.



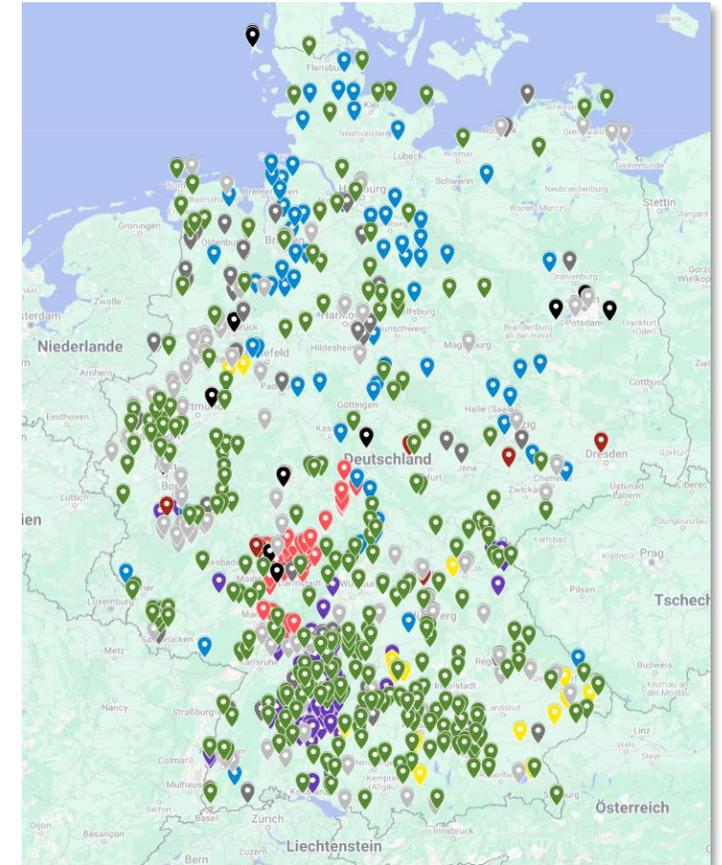
Bargeldlos: Die Zahlung funktioniert i. d. R. bargeldlos.



Registrierung: Vorab ist i. d. R. eine Registrierung notwendig.

* Ausnahmen bestätigen die Regel

In Deutschland gibt es rund 700 Smart Stores (Mai 2025)



[Smart Stores 24/7 – Google Maps Karte der DHBW Heilbronn](#)

Struktur und Anbieter von 24/7 Konzepten in Deutschland

Walk-in Konzepte

- Grab & Go, z. B. Rewe Pick&Go
- Smartphone Scanning und/oder Kassen Selfcheckout z. B. Dorfladenbox, Tante-M, SmartStore24
 - a. EAN-Barcodes
 - b. QR-Codes
 - c. RFID-Tags
- Hybride Lösungen, z. B. Tante Enso

Automated Boxes

- Automatische Kommissionierung, z. B. Bertie Goods
- Automaten Grab & Go, z. B. Foodie's MicroMarket
- Automatenshops, z. B. Herr Anton
- Traditionelle Automaten, z. B. Regiomat



Quelle: DHBW Heilbronn, August 2023

Betriebsformen für 24/7 Konzepte

In einer neuen Filiale



© Goßner (Schmankerl Box Hohenwart)

Mobil als Anhänger



© Georg Fischer GmbH & Co. KG

Hybrid in bereits vorhandenem Geschäft



© Habeker Hofladen, Haar

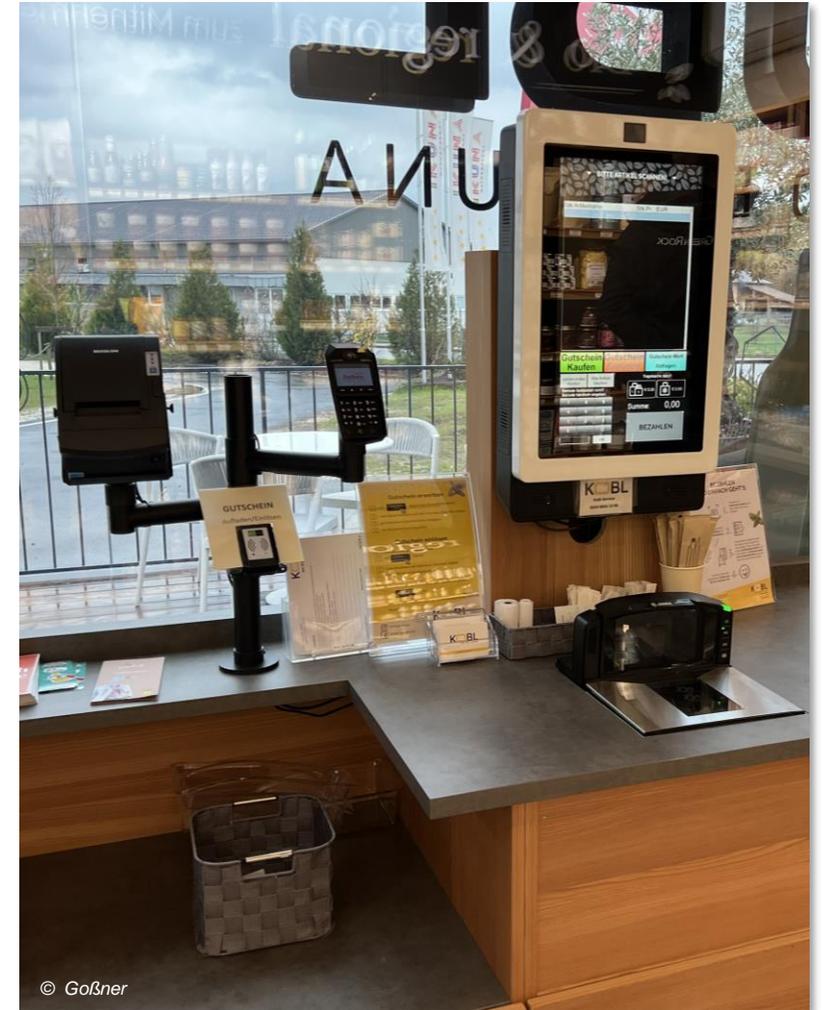
In einem Verkaufscontainer



© Goßner (Dorfladenbox Pfarrkirchen)

Voraussetzungen für eine Containerlösung

- Notwendige Bevölkerungsanzahl: je nach Konzept i. d. R. min. 1.500 bis 2.000 in Gemeinde bzw. Gemeindeteil
- Genehmigung, festes Fundament
- Starkstromanschluss sowie gute Netzabdeckung
- Genügend Parkplätze
- i. d. R. zusätzlich zur Box kleine Lagerfläche (etwa 10 bis 15 m²) erforderlich
- Ansprechpartner:in vor Ort zur Betreuung und Pflege des Containers
- Vorbereitungszeit vor der Eröffnung bei Nutzung einer Komplettlösung: ca. 3-6 Monate (abhängig von Konzept und Anbieter)



Chancen und Herausforderungen bei der 24/7 Vermarktung

Chancen

- ✓ Stärkung der Nahversorgung, insbesondere zu Randzeiten sowie im ländlichen Raum
- ✓ Wiederbelebung von Leerständen
- ✓ Neue Absatzmöglichkeiten für regionale Erzeuger:innen
- ✓ Verkaufsoption trotz Fachkräftemangel
- ✓ Belebung des Ortskerns, z. B. durch Kombination mit (Fahrrad-) E-Ladestationen, Paket- und Abholstationen, Café-Bar-Angeboten, öffentliches WLAN

Herausforderungen

- Optimale Sortimentsgestaltung
- Effiziente Logistik und Lieferkettenorganisation
- Regulatorische Hürden:
 - Verkauf an Sonn- und Feiertagen meist nicht zulässig (Ladenschluss ist Ländersache)
 - Fehlende Rechtssicherheit bedroht 24/7 Geschäftsmodelle

Tabelle: Regelungen zur Sonntagsöffnung von Smart Stores in den einzelnen Bundesländern

Bundesland	Sonntagsöffnung	Reformabsichten
Baden-Württemberg*	„auf eigenes Risiko“	In Prüfung
Bayern*	Kommunale Genehmigung	Laut Koalitionsvertrag
Berlin*	Nein	Nein
Brandenburg*	Nein	Nein
Bremen*	Nein	Nein
Hamburg*	Nein	Nein
Hessen**	Ja für < 120 m ² VK-Fläche	2024 umgesetzt
Mecklenburg-Vorpommern*	Ja	2024 umgesetzt
Niedersachsen*	Bäderregelung + 3 h	Nein
Nordrhein-Westfalen*	Nein	Nein
Rheinland-Pfalz*	unklar	In Prüfung
Saarland*	Nein	Keine Angabe
Sachsen*	Ja für < 100 m ² VK-Fläche	In Prüfung
Sachsen-Anhalt*	Nein, aber Erholungsorte	In Prüfung
Schleswig-Holstein*	Bäderregelung	In Prüfung
Thüringen*	Nein	In Prüfung

* Umfrage der Redaktion Lebensmittelzeitung bei den zuständigen Ministerien aller 16 Bundesländer, Ausgabe 19, 10. Mai 2024

** Änderung des Hessischen Ladenöffnungsgesetzes vom 10. Juli 2024

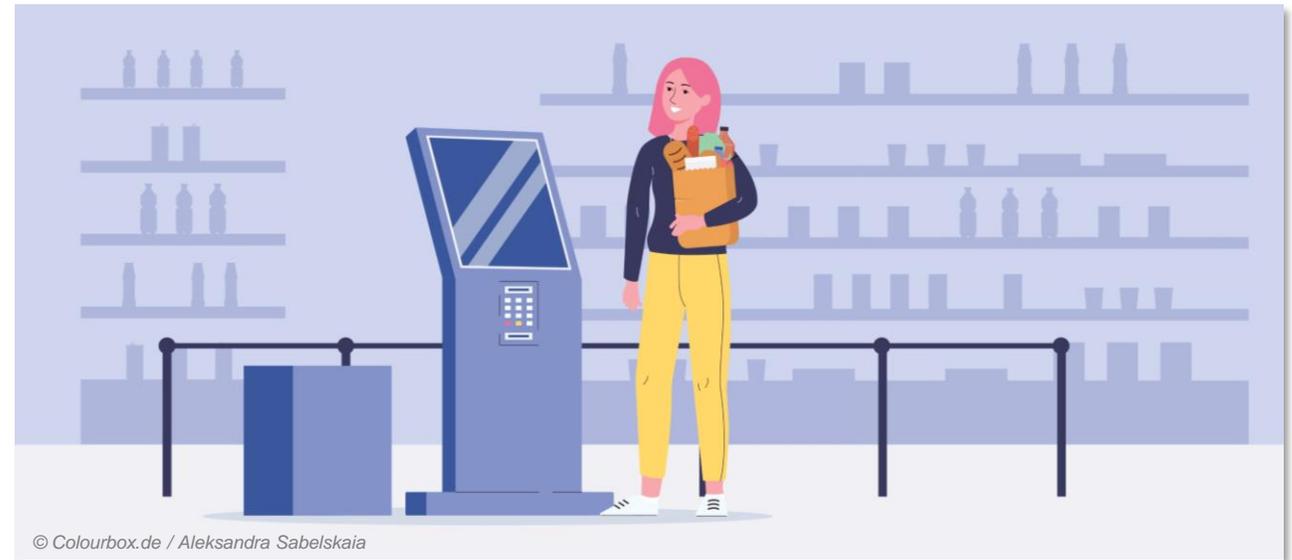
Mittlerweile großes Angebot an Lösungen für smarte SB-Hofläden

Anbieter von SB-Bezahlterminals ohne Netto-Umsatzbeteiligung

- [AckerPay \(myAcker GmbH\)](#)
- [Apro Kassensysteme](#)
- [asello GmbH](#)
- [BINARYTEC GmbH](#)
- [CASPOS Computerabrechnungssysteme GmbH](#)
- [FarmVend UG](#)
- [HIOPOS](#)
- [Högl Gesellschaft m.b.H.](#)
- [LocaFox GmbH](#)
- [Perfect Money \(DCSI AG\)](#)
- [SmartStore24](#)
- [S+M GmbH](#)

SB-Shopsysteme bzw. Ladenboxen mit Netto-Umsatzbeteiligung (Franchise-Systeme)

- [Dorfladenbox](#)
- [Fridas24](#)
- [Kistenkrämer](#)
- [LOKBEST](#)



Quelle: eigene Zusammenstellung, ohne Anspruch auf Vollständigkeit

Forschungs- und Innovationsprojekt *Kleeberger Kistl*

Ziel: Aufbau und wissenschaftliche Begleitung einer kooperativen Direktvermarktung mit landwirtschaftlichen Betrieben aus dem Rott- und Inntal am niederbayerischen LfL Standort Ruhstorf

- Eigenentwicklung einer Nahversorgungsbox mit individuellem Marktauftritt und geringen laufenden Kosten
→ Erhebung von Praxisdaten und Leitlinien
- Projektlaufzeit: 01.01.2022 bis 31.12.2026
- Finanzierung: Bayerisches Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus



Das Kleeberger Kistl

- Individuell gestalteter Verkaufscontainer mit 18 m² Verkaufsfläche
- Im Inneren: technisch vollausgestatteter Verkaufsautomat, Regale, Truhen sowie Gefriertruhen (SB)
- 24/7 ohne Verkaufspersonal geöffnet
- Keine Zutrittsbeschränkung bzw. Registrierung erforderlich
- Videoüberwachung mit 4 Kameras
- Bezahlung aller Produkte am Automaten (mit Bargeld oder kontaktlos)
- Fernüberwachung und -analyse inkl. Warenwirtschaft dank Telemetrie
- Rückgabestation für Mehrweggläser auf Vertrauensbasis
- Briefkasten für Kundenfeedback
- Sortiment umfasst ausschließlich Erzeugnisse von regionalen Direktvermarkter:innen
- Über ein Display werden alle an der Kooperation beteiligten Betriebe vorgestellt
- Eröffnung am 19. Januar 2023



Standortwahl und beteiligte Direktvermarkter:innen



Standortwahl

Ortsteil Kleeberg in der niederbayerischen Marktgemeinde Ruhstorf an der Rott (7.306 Einwohner:innen)

- Gute Grundfrequenz an der Kreuzung der vielbefahrenen Kreisstraßen PA8 und PA10 im LK Passau gegenüber eines Gasthauses
- Nähe zum Gasthaus fördert zusätzliche Frequentierung
- Gute Parkmöglichkeiten
- Keine weiteren, nahversorgungsrelevanten Angebote im Ortsteil Kleeberg

An der Kooperation beteiligte Betriebe

- Zum Start der Kooperation: 15 Direktvermarkter:innen
- Stand Mai 2025: 21 Direktvermarkter:innen
- Mittlere Entfernung zwischen Betrieb und *Kleeberger Kistl*: 14,4 km (Min: 1,6 km, Max: 58,9 km)



Buntes Produktportfolio im *Kleeberger Kistl*

Freilandeier (konventionell und bio), bunte Eier (saisonal)

Nudeln, verschiedene Sorten und Formen (konventionell und bio)

Popcorn und Popcornmais

Getreidekörner und Mehle (Bio)

Fleisch (frisch und TK) sowie Grillfleisch und Grillwürste (saisonal)

Geräuchertes

Wurstwaren

Griebenschmalz

Honig

Geschenkkörbe

Verschiedene Essige

Fruchtaufstriche

Pikante Brotaufstriche und Pestos

Diverse Speisen aus der Gasthausküche

Diverse Gewürzsalze

Eingelegte Peperoni

Apfel- und Birnenchips

Kartoffelchips

Süßkartoffeln

Speisekartoffeln

Zwiebeln

Knoblauch

Joghurt (Natur und mit Frucht)

Käse

Speiseeis



© Barbara Bonisoli

→ Über 95 Produkte von 21 Direktvermarkter:innen aus dem Rott- und Inntal

Organisation der Kooperation



- Betreiber des *Kleeberger Kistls*: Wirtsfamilie Huber vom benachbarten Gasthaus Hölzlwimmer
- Gutachten zu den Konstellationen für die vertragsrechtliche Ausgestaltung von Kooperationen in der Direktvermarktung in Zusammenarbeit mit der Startup Law Clinic der Juristischen Fakultät der Universität Passau, vgl. [Projektwebseite](#)
→ Wirtsfamilie kauft Direktvermarktern Produkte ab und verkauft diese mit einem individuellen Aufschlag zur Deckung ihrer Kosten weiter

- Lager/Kühlmöglichkeiten: von Wirtsfamilie zur Verfügung gestellt
- Bestellungen: 1-2 x pro Woche (telefonisch, per WhatsApp oder E-Mail)
- Lieferung der Produkte nach Kleeberg erfolgt selbstständig durch Direktvermarkter:innen
- Monatliche Rechnungsstellung durch Betriebe
- Pflege und Befüllung des Containers: Wirtsfamilie (von Januar bis Dezember 2023 mit Unterstützung des LfL-Projektteams)



Investitionsbedarf *Kleeberger Kistl*

Tabelle: Investitionskosten für das Forschungs- und Innovationsprojekt *Kleeberger Kistl*. Preise sind Nettopreise zzgl. MwSt.

	Nettopreis (€)
Verkaufscontainer	26.022
• Gebrauchter Bürocontainer (6,06 m Länge x 3,00 m Breite x 2,80 m Höhe)	3.800
• Zimmereiarbeiten: individuelle Holzverkleidung Bürocontainer (innen und außen), inkl. Bodenbelag, Vordach und Ausgang aus Holz vom Parkplatz zum Verkaufscontainer	17.990
• Kunststoff-Haustür, 2-flügelig	2.857
• LED-Leuchtwerbearbeitung mit Beschriftung und Dachbefestigung	1.375
Verkaufsautomat	23.170
• 2 Slaves (Kühlschränke) und 1 Steuermodul	18.350
• Münzwechsler	640
• Banknotenleser	640
• EC-Kartenmodul	950
• Telemetrie Hardware Vendonbox	380
• Frostschutzheizung (2 Stück)	400
• UV-Schutzfolie	100
• Individuelle Folierung des Verkaufsautomaten im Corporate Design des <i>Kleeberger Kistls</i>	1.000
• Schienen für den Außenverkauf	710
Marketing und Zubehör	2.869
• Namens- und Logoentwicklung	1.755
• Wort-/Bildmarkenanmeldung beim Deutschen Patent- und Markenamt (Schutz für 10 Jahre)	300
• Bauzaunbanner (2 Stück)	238
• Beachflag (3,6 m x 0,7 m) mit Standkonstruktion	277
• Preisauszeichnungsgerät	299

	Nettopreis (€)
Ausstattung Verkaufscontainer	7.465
• Klimaanlage	1.584
• Videoüberwachungssystem (3 Sicherheitskameras)	2.268
• Outdoor-Display (27 Zoll) zur Vorstellung aller beteiligten Betriebe	675
• Tiefkühlschrank	1.222
• WiFi-Hygrometer-Thermometer Sensor Tiefkühlschrank (zur Temperaturüberwachung)	50
• Regale (4 Stück)	810
• Innenbeleuchtung	260
• Holztruhen (2 Stück; für die Aufbewahrung von Kartoffeln, Zwiebeln und Knoblauch; 92 cm Länge x 50 cm Breite x 45 cm Höhe)	252
• Korbständer (für den Verkauf von Popcorn)	76
• Briefkasten (für Kundenrückmeldungen)	45
• Geldkassette (für Pfandgeld) und Korb für die Rückgabe der Pfandgläser und -flaschen	14
• Mülleimer	29
• Kreidetafeln (3 Stück, 70x90 cm, 30x40 cm und 50x60 cm)	160
• Motivtafeln (3 Stück)	20
Gesamtinvestitionen	59.527

Arbeitszeitbedarf *Kleeberger Kistl*

*Tabelle: Erfasster wöchentlicher bzw. täglicher Arbeitszeitbedarf für den Betrieb des Kleeberger Kistls; ermittelt im Zeitraum Januar bis Dezember 2023.**

Arbeitszeitbedarf für den Betreiber der Kooperation	min/Woche	min/Tag
Warenbestellungen (1 x pro Woche), Warenannahme, Lieferantenbetreuung	75	11
Lieferscheinablage, Rechnungskontrolle, Überweisungen	60	9
Zählprotokolle und Kassenbuch	55	8
Auszeichnung der Preise für die Vertrauenskasse, Vorbereitung der Ware für den Automaten	40	6
Kontrolle der Warenbestände, Befüllung der Waren	200	29
Reinigung des Kleeberger Kistls und der Außenanlage	20	3
Marketingmaßnahmen (z. B. Facebook, Google Business)	30	4
Summe Arbeitszeitbedarf	480	69

** Die Direktvermarkter liefern ihre Produkte eigenständig zum Kleeberger Kistl.*

Wirtschaftlichkeitsabschätzung kooperative Direktvermarktung I

Kostenposition	Bemerkung	Kosten pro Jahr (€/Jahr)
Absetzung für Abnutzung (AfA)	Abschreibungsdauer (Jahre)	7.387
• Verkaufscontainer	15	1.735
• Verkaufsautomat	5*	4.634
• Ausstattung Verkaufscontainer	10	747
• Zubehör**	3	271
Instandhaltung	Anteil an Investition (%)	1.038
• Verkaufscontainer	1	260
• Verkaufsautomat	3	695
• Ausstattung Verkaufscontainer	1	75
• Zubehör**	1	8
Zinsaufwand	3 % auf die halbe Investitionssumme	893
Sonstige festen Kosten		532
• Internetgebühr		202
• Telemetrie		180
• Bargeldlose Bezahlung	Grundgebühr	150
Arbeitszeitbedarf	69 min/Tag mit 24 €/h	10.074
Variable Kosten		2.440
• Strom	4.380 kWh pro Jahr mit 27 Cent/kWh	1.183
• Bargeldlose Bezahlung	Umsatzabhängige Gebühren*	339
• Personalisierte Preisetiketten	Mit Logo, in Farbe, 21.000 Stück	422
• Fahnen	2 Stück, 4 m x 1,3 m	333
• Flyer	1.000 Stück	90
• Reinigungskosten (Reinigungsmittel, Wasser)	0,20 €/Tag	73
Gesamtkosten ohne Wareneinsatz		22.364 €/Jahr bzw. 61 €/Tag

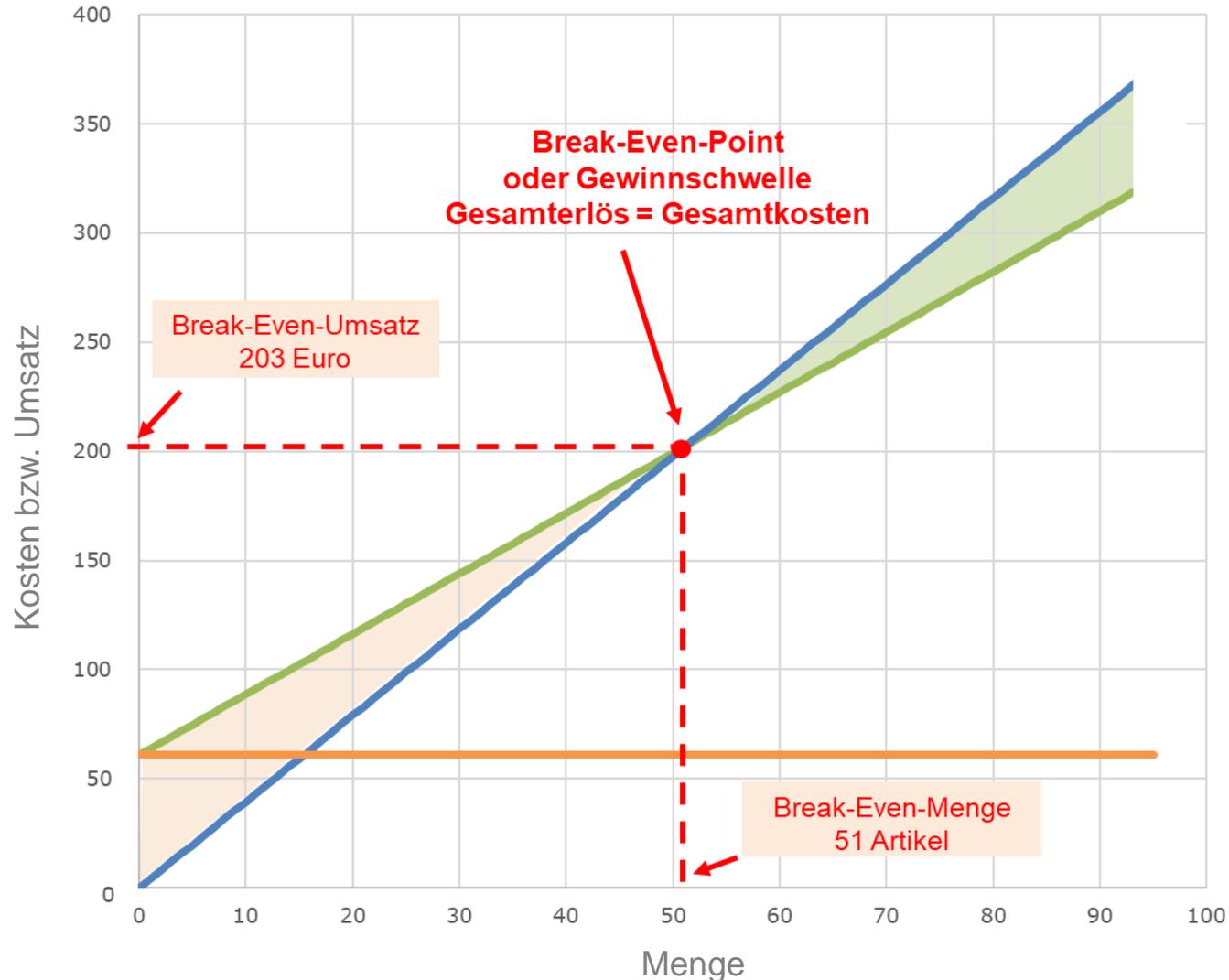
* Gemäß AfA-Tabelle für die allgemein verwendbaren Anlagegüter (AfA-Tabelle „AV“)

** Zubehör beinhaltet: Bauzaunbanner, Beachflag und Preisauszeichnungsgerät

*** 6,9 Cent pro Transaktion plus 0,2 % bei Girocard bzw. 1,2 % bei Kreditkarte; Annahme: 300 Euro Umsatz pro Tag, mit 50 Einkäufen, davon 20 % bargeldlos, 80 % Girocard, 20 % Kreditkarte

Wirtschaftlichkeitsabschätzung kooperative Direktvermarktung II

Gewinnschwellenanalyse (Break-Even-Analyse)



- Fixkosten
- Gesamtkosten bei 30% Aufschlag
- Erlös

→ **Break-Even-Umsatz:**
203 Euro/Tag oder
6.175 Euro/Monat oder
74.095 Euro/Jahr

Lessons learned

- **Stark schwankende Umsätze**, mittlerer Umsatz pro Bon: 9,78 Euro; Sonn- und Feiertage tragen zu 32 % des Gesamtumsatzes bei!
- Rund 26 % der Einkäufe werden bargeldlos bezahlt
- Dank **Videoüberwachung**: keine Probleme mit Vandalismus, Diebstahlquote sehr gering
- **Erfolg ist kein Selbstläufer**, dauerhafte Marketingmaßnahmen erforderlich; besonders effektiv: Social Media Posts, Gewinnspielaktionen
- **Saisonale Sortimentsanpassungen** werden von den Kund:innen sehr geschätzt und gut angenommen
- Beteiligte Betriebe sind mit den **Absatzmengen** zufrieden (Schulnote: 2,0), Beitrag des *Kleeberger Kistls* zum gesamten Umsatz ihrer Direktvermarktung schwankt zwischen 1 bis 50 %, je nach Anzahl der sonstigen Wiederverkäufer:innen
- **Kooperation zwischen Direktvermarkter:innen und Gastronomie bietet optimale Synergieeffekte**, Reduktion von Lebensmittelverschwendung auf ein Minimum



© Colourbox.de / Valery Vasilyeu

Ausblick



© Colourbox.de / #247337

- **Wissenschaftliche Begleitung** des *Kleeberger Kistls* noch bis mind. Ende Dezember 2026
- Überlegung zur **Umrüstung** des *Kleeberger Kistls* mit einer **Selfcheckout-Kasse**
- Fortlaufende **Praxisdatenerhebung**, z. B. zum Thema Arbeitszeitbedarf, laufende Kosten, Einkaufsverhalten usw.
- Konstellationen für die **vertragsrechtliche Ausgestaltung von Kooperationen** in der Direktvermarktung inkl. Musterverträge
- Detaillierte Auswertung **qualitativer und quantitativer Erhebungen** rund um die 24/7 Vermarktung
→ Ergebnisse auf der [LfL-Projektseite](#)



Weiterführende Informationen

- **LfL Newsletter Diversifizierung:** kostenlose Anmeldung unter www.lfl.bayern.de/newsletter-diversifizierung
- **Internetseite des LfL Arbeitsbereichs Diversifizierung mit vielfältigen Fachinformationen,** z. B. zur korrekten Lebensmittelkennzeichnung für Direktvermarkter oder zur Online-Vermarktung von Lebensmitteln www.lfl.bayern.de/diversifizierung
- **Broschüre: Wichtige Rechtsvorschriften für die Direktvermarktung,** StMELF, Dezember 2024, [hier](#) verfügbar
- **Rechtsportal Direktvermarktung,** Beauftragter für Bürokratieabbau der Bayerischen Staatsregierung, [hier](#) verfügbar
- **NEU.LAND. das landwirtschaftliche Gründerzentrum der Bayerischen Landesanstalt für Landwirtschaft** www.gruenderzentrum.lfl.bayern.de

