

„Regionale Honiggemeinschaft“ - eine Vermarktungshilfe

Die Präsenz der Bienenhaltung in der Fläche wird im wesentlichen durch Kleinimker gewährleistet, die die Bienenhaltung als Hobby betreiben. Dies soll und muss gefördert werden. Eine florierende Vermarktung kann ein zusätzlicher Anreiz sein, in der Imkerei ein lohnendes Hobby zu sehen. Erfolgreiche Vermarktung stärkt das Ansehen in der Bevölkerung und die gute fachliche Praxis des Imkers. Die Vermarktung des Honigs ist eine wichtige Voraussetzung, die Imkerei beizubehalten, aufzustocken oder neu zu beginnen.

Regionale Produkte spielen beim aufgeklärten und anspruchsvollen Kunden eine zunehmend größere Rolle. Honige mit ihren nach Lage, Jahreszeit und Jahrgang vielfältigen Geschmacksnuancen, sind geradezu dafür prädestiniert, als regionales Produkt verstärkt beworben zu werden.

Der private Haushalt des Kleinimkers ist für viele Kunden allerdings oft zu dezentral und für einige sogar zu privat. Bei berufstätigen Hobbyimkern stellt sich zusätzlich das Problem unregelmäßiger Anwesenheit. Der Vertrieb des selbst erzeugten Honigs ist trotz ausreichender Nachfrage daher manchmal umständlich. Über den Einzelhandel gestaltet sich der Absatz wesentlich einfacher. Die von zentralen Verkaufsstellen geforderten größeren Liefermengen können von einzelnen Kleinimkern allerdings nicht bedient werden. Der Zusammenschluss mehrerer Kleinimker zu einer „Honiggemeinschaft“ kann hier Abhilfe schaffen.

„Honiggemeinschaft Regionaler Imker“

Ziel der Honiggemeinschaft ist die Hilfestellung bei der Absatzsituation. Die Honiggemeinschaft akquiriert dazu Möglichkeiten der gemeinschaftlichen vereinsübergreifenden Vermarktung über zentrale Verkaufspunkte wie Supermärkte/Einzelhandel oder Wochenmärkte und garantiert durch ihre Mitglieder die dazu erforderlichen Mengen.

Bevorzugte Mitglieder der Honiggemeinschaft sind Hobbyimker. Im bundesdeutschen Durchschnitt bewirtschaften diese 12 Völker. In unserer Honiggemeinschaft haben wir maximal 25 Wirtschaftsvölker zugrunde gelegt. Mit der Begrenzung soll erreicht werden, dass die Unterstützung möglichst vielen Kleinimkern zugute kommt. An zentralen Verkaufsstellen nachgefragte Honigmengen können so nicht nur von Erwerbsimkern, sondern auch von einer Vielzahl von Hobbyimkern bedient werden.

So entstand im Rahmen eines Programms zur Nachwuchsförderung im Imkerverband Rheinland die vereinsübergreifende Idee der „Honiggemeinschaft Regionaler Imker“. Der Marktleiter des REWE-Supermarktes in Seelscheid zeigte nach einem Gespräch Interesse, die Produkte in sein Sortiment aufzunehmen. In einer Auftaktpräsentation wurden die regionalen Honige den Kunden vorgestellt. Kernaussagen des Projektes wurden in großformatigen Plakaten veranschaulicht. Zudem konnten die Kunden Sommertrachthonige eines Jahrgangs unterschiedlicher Herkunft aus der Region verkosten und aufkommende Fragen wurden von Mitgliedern der Honiggemeinschaft detailliert und fachkompetent beantwortet.

Die vom Marktleiter zugewiesene Platzierung des Regals neben dem Gemüsestand unterstreicht die Reinheit und Naturbelassendheit des Honigs und die Beziehung zu den Naturprodukten besonders gut. Seitdem wird „unser“ Regal mit Honigen von 6 Imkern, die namentlich und örtlich ausgewiesen werden, fortlaufend bestückt. Ein Mini-Flyer an jedem Glas dient als „Markenzeichen“ unserer Gemeinschaft und dem Kunden als Produktinformation. Kann ein Imker keinen Honig mehr liefern, wird er durch einen weiteren ersetzt. „Lieferbedingungen“ der Honiggemeinschaft klären Neuzugänge über Qualitätsanforderung, Aufmachung, Präsentation, Vergütung und Pflichten auf.

In den ersten 10 Monaten des Projektes (Oktober 2005 bis August 2006) nahmen 14 Imker an der Gemeinschaftsvermarktung teil und verkauften monatlich ca. 80 Gläser Honig.

Im Frühjahr und im Spätherbst finden im Supermarkt eine weitere Präsentationen statt, um dem Kunden die neue Ernte zur Verkostung anzubieten. Dabei soll auch der Rücklauf von Leergut verbessert werden. Trotz eines deutlichen Hinweises und einem entsprechenden Korb im unteren Fach des Verkaufsregals bringen die Kunden bislang gerade einmal 10 % der Gläser zurück.

Die bisherigen Erfahrungen sind insgesamt so positiv, dass das Projekt im Imkerverband nun fortentwickelt werden soll.

Wie zu Beginn angeschnitten, haben derartige gemeinschaftliche Vermarktungskonzepte vielfältige positive Effekte in unterschiedlicher Hinsicht:

Nutzen in Richtung Nachwuchsförderung

- Erleichterung der Vermarktung des selbst erzeugten Honigs zu einem angemessenen Preis für Neuimker ohne festen Kundenstamm.
- Hilfestellung bei der Absatzsituation berufstätiger Neuimker und finanzieller Anreiz durch Kostendenkung ihres Hobbys und Erwirtschaftung von Gewinnen.
- Entspannte Hilfestellung der Imkerpaten ohne latente Konkurrenzangst.
- Kunden der Honiggemeinschaft erkennen durch die Vielzahl der beteiligten Kleinimker auf vorgelebte Art ein auch für sie realisierbares Hobby.

Nutzen in Richtung Völkerbestandserhaltung

- „Altimker“ werden durch die Honiggemeinschaft ermutigt, ihren Völkerbestand zu erhalten oder aufzustocken.
- Der gesicherte Absatz fördert eine nachhaltigere Betriebsweise, bei der u.a. auch verstärkt auf die Gesunderhaltung der Völker geachtet wird.

Nutzen in Richtung Kundenfreundlichkeit

- Präsentation einer Palette geschmacklich differenzierter Honige und damit Geschmacksvielfalt im Gegensatz zu Einheits-Handelshonigen anbieten.
- „Regionale Kleinimker“ bedeutet, dass die Erzeugnisse tatsächlich aus der Region stammen. Eine überregionale Ausweitung der Honiggemeinschaft (Land, Bund) ist daher nicht beabsichtigt.
- Zentrale Verkaufsorte für den durchorganisierten Kunden mit Zeitproblemen.

Bild 1: Auftaktpräsentation mit Degustation der regionalen Honige

Bild 2: Verkaufsregal der „Honiggemeinschaft Regionaler Imker“ im Supermarkt

Silke Beckedorf
Redaktion Deutsches Bienenjournal

bienenjournal@bauernverlag.de

Tel.: 030-464 06 245