



Honig to go

Von Pia Aumeier

Emscherstraße 3, 44791 Bochum,

E-Mail: Pia.Aumeier@rub.de,

Tel. 0170 / 3 17 59 32



„To go“ ist „in“. Ob Autowäschen, belegte Brötchen, Kaffee, Pizza oder WLAN, viele Produkte werden heute einfach und unkompliziert angeboten, einfach zum Mitnehmen ohne Verkaufsgespräch oder Termine. Warum nicht auch Honig?

Die gängigen Methoden:

Etwa vier Arbeitsstunden pro Jahr benötigt ein pfiffiger Imker für die Bewirtschaftung und Gesunderhaltung eines Bienenvolkes. Bis der darin entstandene Honig qualitativ einwandfrei auf dem Frühstücksbrot des Honigkunden glänzt, ist mindestens noch einmal genau so viel Zeit zu investieren. Schleudern, weiterverarbeiten und ansprechend verkaufsfertig abpacken sind dabei überschaubar planbare Schritte. Unerwartet zeitintensiv gestaltet sich jedoch häufig die Interaktion mit dem Kunden. Der persönliche Kontakt zum „Imker des Vertrauens“ will gepflegt sein, Fragen zum aktuellen Jahrgangs-Honig beantwortet, die Situation von Bienen und Imkerei sollen vom Fachmann bewertet werden. Einen Stundenlohn berechnet der schlaue Hobbyimker daher lieber nicht, sein Lohn sind vor allem Anerkennung für sein Produkt und seine Tätigkeit.



Abb.1: Wer beim Vorbeifahren das große Schild „Honigverkauf – Selbstbedienung“ erblickt, wird vom ansprechend gestalteten Eingangsbereich mit Bieneninfos und im Sommer einem kleinen Bienenvolk zum Bestaunen angezogen.



Die Alternative

Vermarktung über Dritte bietet einen Ausweg. Schließen sich mehrere Imker in Honigerzeugergemeinschaften zusammen, können ganzjährig auch Märkte oder Bäckereien beliefert werden. Doch nicht jeder gibt seinen Honig gerne aus der Hand. Viele scheuen zudem die unvermeidliche Bürokratie. Die Lösung: anonymer Verkauf an der Haustür.

Von Äpfeln über Kartoffeln bis zu Zucchini, kleine Stände oder einfach ein Schubkarren mit Waren und Kasse vor der Haustür finde ich bei Fahrten zwischen Bienenständen immer häufiger am Wegesrand. Und ich halte gerne, begutachte ungestört die Waren, werfe meist mehr als den angegebenen sehr günstigen Preis in die Kasse, und genieße zuhause das individuelle und regionale Produkt, das ich unverhofft „erbeutet“ habe. Anne und Uli Kley-Sehrbrock haben in Velbert die Vorteile des anonymen Haustürverkaufs für sich entdeckt und perfektioniert. Ganz ohne Werbung und zeitaufwendige Kundengespräche vermarkten sie jedes Jahr die Erträge ihrer 20 Völker umfassenden Standimkerei nur etwa 50 Meter vom Entstehungsort des Honigs entfernt.

Drive in...

Der Vorteil des imkernden Ehepaars: optimale Verkehrsanbindung. Der Eingangsbereich ihres Hauses liegt an einer Hauptverkehrsstraße in der

Nähe einer Ampel (Abb.1). Nicht nur wer zum Anhalten während einer Rotphase gezwungen ist, wird schon vom Auto aus vom ansprechenden Ambiente, den außergewöhnlichen Metallfiguren und dem liebevoll gestalteten Garten im Hintergrund in den Bann gezogen. Im Sommer sind 5 m von der Straße entfernt sogar Bienen im Anflug auf ein kleines Schauvolk ein Blickfang. Spätestens jetzt lädt das auffällige Schild „Honigverkauf – Selbstbedienung“ zum Anhalten ein. Und das ist leicht, denn direkt vor dem Haus sind einige Parkplätze vorhanden. Der Eingangsbereich selbst ist überdacht, so können Interessierte auch bei Regen die ausgehängten Infotafeln und Honigbeschreibungen studieren. Die Überdachung schützt den Honig jedoch auch vor Hitzeschäden. Kälte hingegen macht Honig nichts aus.

...and take away

Das Honigangebot ist übersichtlich und für den Kunden klar strukturiert in einem witterungsbeständigen und nachts abschließbaren Metallschränken in angenehmer Erwachsenenhöhe eingestellt (Abb.2, 3). Die Türen des Metallschränkens sind mit einem eleganten Stange-Hakensystem gegen Zuschlagen bei Wind gesichert. Meist sind nur 500 g Gläser im Angebot, alle Sorten zu einem einheitlichen, gut leserlich angebrachten Preis (Achtung: es muss auch der kg-Preis angegeben sein). Stets stehen nur wenige Gläser jedes Typs zur Mitnahme bereit, das redu-



Abb.2: Übersichtliche Präsentation stets nur weniger Gläser mit klaren Preisangaben und Infos zum Geschmack der Sorten. Infobroschüren zum Mitnehmen und preisgünstige 30g-Gläschen für Kindergeburtstage sprechen viele Kunden an.



ziert auch Verluste durch Diebstahl. Ohne in lästige Gespräche verwickelt zu werden, können schüchterne Kunden die ausgelegten detaillierten Honigbeschreibungen studieren oder einfach nur nach erstem Eindruck zugreifen. Besondere Informationen z.B. zum Kristallisationsverhalten flüssig verkauften Honigs finden sich mit einem Gummi befestigt an jedem Glas. Urkunden von Honigprämierungen belegen die Fachkunde der Verkäufer. Wer mehr Informationen benötigt, wird zum Klingeln aufgefordert, meist ist jemand zuhause. Der einzige Nachteil für den Kunden: probieren ist unter diesen Umständen nicht möglich.

Wer sich zum Kauf entschließt, wirft den geforderten Obolus in eine gut sichtbar aufgehängte Geldkassette. Sie ist so in eine Ecke eingebaut, dass sie weder entnommen, noch mit einem Stöckchen Geld herausgefischt werden kann. Ob und wann man die Mehrzweckgläser zurück bringt, bleibt dem Kunden überlassen. Der Verkäufer erfüllt die gesetzlichen Anforderungen, indem er gut sichtbar einen Leerglasständer für die Rücknahme aufstellt.

Und die Erfahrungen nach vielen Jahren „Haustürgeschäften“?

- Der Ertrag von bis zu 20 Völkern lässt sich sehr zeitsparend und doch professionell vermarkten.
- Der Absatz unterliegt saisonal starken Schwankungen. Vor Weihnachten ist Absatz-Hochsaison,

sicher auch gefördert durch ansprechende Weihnachtsdekoration des Verkaufstandes.

- Der Stand muss immer – auch während der Urlaubszeit – gefüllt sein. Enttäuschte Kunden kommen nicht wieder.
- Über 50% der Mehrweggläser kommen zurück.
- Die einheitliche Gebindegröße (es werden überwiegend 500-g-Gläser angeboten) wurde selten bemängelt. Allerdings kommen 1-Euro-Kindergläser ebenso hervorragend an, sie sind sehr gefragt für Geburtstage, Adventskalender etc.
- Eine Preiserhöhung wurde bislang immer drei Monate im Voraus angekündigt, meist lesen die Kunden jedoch nicht genau und bezahlen sofort den höheren Preis.

Bisschen Schwund ist immer...

Maximal 10 Gläser jährlich kommen durch Diebstahl abhanden. Ob diese hervorragende Quote an der nahe gelegenen Straße (gut einsehbar) liegt, oder an den auffälligen Videokameras, bleibt ungeklärt. Die Videoüberwachung darf den öffentlichen Raum nicht erfassen, die Kunden werden durch zwei Schilder auch schon vor Eintritt in den Kamerabereich aufgeklärt. Um Verlusten vorzubeugen, wird zudem Geld mehrfach täglich aus der Kassette entnommen. Der Metallschrank wird abends abgeschlossen, Öffnungszeiten sind 8 bis 20 Uhr. Und: manche Diebe sind einfach dumm. Einer konnte ding-

fest gemacht werden, nachdem er unter Kameraüberwachung erst eine Pizzawerbung ablegte und dann Honig stahl.

*Für weitere Infos:
Anne und Uli Kley-Sehrbrock,
Kley-sehrbrock@t-online.de*

Union der Basiszüchter



www.basiszüchter.de

Am 3. Februar um 15:00 Uhr hält unser 2. Vorsitzender Jörg Hinnerks in Regensburg folgenden Vortrag:

„Basiszucht auf Varroafestigkeit – Bienenhaltung ohne Varroabekämpfung: Frommer Wunsch oder machbar?“

Jörg Hinnerks betreibt seit 2004 eine kleine Nebenerwerbsimkerei mit inzwischen über 40 Völkern, in der seit dem Sommer 2010 keine Varroabekämpfungsmittel mehr zum Einsatz kommen. Dabei halten sich die Verluste in gut vertretbaren Grenzen.

Ausgehend von theoretischen Fragestellungen und Vorüberlegungen zu den Erfolgsstrategien der westlichen Honigbiene werden zunächst gedankliche Ansätze gesucht, um sich dem Thema nähern zu können.

Nach einer Besprechung des Gotlandversuchs und der Entstehungsbedingungen der Primorski-Biene wird das notwendige Rüstzeug für diese Form der Bienenhaltung und -zucht zusammengestellt. Dann stellt der Referent seine Betriebsweise vor, die untrennbar mit seiner Zuchtarbeit verbunden ist. Das handwerkliche Vorgehen, das „Was? Wann? Wie?“ wird ausführlich besprochen. Zum Ende des Vortrages werden Erfahrungen aus sieben Jahren Zuchtarbeit und Bienenhaltung ohne Varroabekämpfung mitgeteilt.

Während der anschließenden Aussprache können Fragen gestellt werden, sowohl zum Vortrag und der Arbeitsweise des Referenten als auch zur eigenen Vorgehensweise.

Gäste sind willkommen.

Veranstaltungsort:
Gasthaus „Goldener Hirsch“,
Großprüfening 21, 93049 Regensburg
Zeit: 3. Februar um 15:00 Uhr
Unkostenbeitrag: 5 Euro



Abb. 3: Die Kasse ist diebstahlsicher angebracht. Unter dem nachts abgeschlossenen Metallschränkchen können Kunden die Honigbewertungen bestaunen und leere Gläser zurückgeben.