

DEZEMBER: Der Winter ist da!

Johann Fischer
FB für Bienenzucht in Schwaben
Otto-Mueller-Straße 1
87600 Kaufbeuren
E-Mail:
Johann.Fischer@alf-kf.bayern.de
Tel. 08341-9394-25 oder -9394-0

Im Dezember kann mit verschiedenen Witterungen gerechnet werden. Kalte frostige Tage wechseln mit mildem Wetter ab. Obwohl jeder auf weiße Weihnachten hofft, ist gerade um diese Zeit häufig mit milden Westströmungen zu rechnen. Gegen Ende des Monats erlebt man dagegen wieder entsprechende Kälteeinbrüche.

Im Bienenvolk

Im Dezember kommt in der Regel das Brutgeschäft völlig zum Erliegen. Die Bienen ziehen sich zu einer dichten Traube zusammen. Nur an milden Tagen mit entsprechenden Temperaturen kann es zu leichtem Flug kommen.

Am Bienenstand

Am Bienenstand kehrt Ruhe ein. In regelmäßigen Abständen wird der Stand kontrolliert. Dies ist vor allem nach stürmischen Tagen nötig. Abdeckungen könnten davongeflogen oder Bäume umgestürzt sein. Solche Störungen sollten umgehend beseitigt werden. Wichtig ist auch die Kontrolle der Mäusegitter auf festen Sitz. Im Dezember bietet sich aufgrund der Brutfreiheit eine Restentmilbung der Varroa an. Milde Witterungsperioden sind dafür gut geeignet. Zugelassen für eine Winterbehandlung im brutfreien Zustand sind Perizin® oder als rückstandsfreie Alternative dazu die Oxalsäuredihydratlösung 3,5 % ad. us. vet. sowie die Milchsäure 15 % ad us. vet.

Perizin und Oxalsäuredihydratlösung werden im Träufelverfahren auf die Bienen in den Wabengassen aufgebracht, während die Milchsäure auf die Bienen aufgesprüht wird. Dabei müssen die Waben gezogen werden. Detaillierte Hinweise zur Anwendung finden Sie in der Broschüre „Varroa unter Kontrolle“.

Rückblick

Am Ende des Jahres wird Resümee gezogen. Das abgelaufene Jahr lässt man Revue passieren. Die dabei getätigten Aufzeichnungen machen manche Beobachtung leichter erklärbar. Bei einem Jahresrückblick sollten jedoch nicht nur die Versäumnisse oder Fehler im Mittelpunkt stehen, sondern auch die Freude an besonderen Erlebnissen oder Vorkommnissen auskosten werden.



▲ Die Bienen und die Imker haben im Winter etwas Ruhe.

Die Bienen ziehen sich zu einer Wintertraube zusammen. (rechts oben)

Die fertige und handwarme Oxalsäurelösung wird auf die Bienen in den Wabengassen geträufelt. (rechts unten)

Gerade diese Überraschungen und neuen Herausforderungen, die uns die Biene immer wieder aufgibt, machen letztendlich die Imkerei interessant und spannend. Darum sollten im Gespräch mit anderen Imkern nicht nur die Probleme, sondern auch die Freude an den Bienen ausgetauscht werden. Wer ständig jammert, wird nie einen Interessierten für die Imkerei begeistern können!

Honigvermarktung

Der Dezember mit seiner kalten und wechselhaften Witterung, in Verbindung mit trockener Heizungsluft in den Wohnungen, erhöht die Infektanfälligkeit. Dadurch steigt die Nachfrage nach dem bewährten Hausmittel Honig sprunghaft an. Also ideale Voraussetzungen, uns um die Vermarktung unserer Bienenprodukte intensiver zu kümmern. Und im Übrigen ist die Honigvermarktung ja genauso zeitaufwendig, aber auch spannend und interessant wie die Völkerführung selbst.

► Rechtliche Vorgaben

Bei der Honigvermarktung sind einige rechtliche Vorgaben zu beachten wie z. B.



- die Honigverordnung (regelt die Mindestanforderungen an Honig, der in den Verkehr gebracht wird),
- die Warenzeichensatzung des Deutschen Imkerbundes (gegenüber Honigverordnung deutlich höhere Qualitätsanforderungen),
- das Lebensmittel- und Bedarfsgegenständengesetz (Allgemeine

Bestimmungen zum Schutz des Verbrauchers vor Gesundheitschäden und Täuschungen),

- die Fertigverpackungsverordnung (regelt u. a. die Kennzeichnungspflicht),
- das Eichgesetz,
- die Loskennzeichnungsverordnung (Nachvollziehbarkeit der Produkte) und
- die Lebensmittelhygieneverordnung (Hygieneanforderungen an Betriebsstätten, Geräte und Personen – siehe hierzu auch Beitrag Heftmitte).

Daneben können in Einzelfällen auch noch weitere Regelungen greifen (z. B. Höchstmengenverordnung, Preisangabenverordnung, Ladenschlussgesetz, Gewerbeordnung usw.).

Trotz dieser Fülle an Vorschriften und Regelungen sollte man sich nicht entmutigen lassen; die Praxis ist oft einfacher, als es hier auf den ersten Blick scheint.

Nachfolgend einige Grundvoraussetzungen:

Räume und Geräte zur Bearbeitung von Honig müssen sauber und hygienisch sein. Der Honig muss von hoher Qualität und entsprechender Konsistenz sein.

Zum Honigabfüllen benötigt man eine geeichte Waage, und die Mengenangabe (z. B. 500 g) darf nicht unterschritten werden. Das Honiggebinde muss mit der Angabe der Verkehrsbezeichnung (Honig), der Herkunft (Deutschland), der Nennfüllmenge (z. B. 500 g), dem Namen und der Anschrift des Herstellers, Abfüllers oder Verkäufers, einer Los- oder Chargenbezeichnung sowie dem Mindesthaltbarkeitsdatum versehen sein. Auf Märkten oder in Verkaufsräumen muss das Honiggebinde mit Preisen inkl. MwSt. ausgezeichnet werden.

Wird Honig noch mit anderen Produkten (z. B. Pollen oder Nüssen) versetzt, müssen zusätzlich noch Zutaten und Zusatzstoffe angegeben werden (siehe Beitrag von Dr. Friedgard Schaper, Seite 12).

► Kundenwünsche und Produktqualität

Verkaufen beschränkt sich jedoch nicht allein auf die rechtliche Einhaltung aller Vorschriften. Vielmehr hat man es hierbei mit Menschen zu tun. Dabei sind Kontaktfähigkeit und Freude am Umgang mit Menschen notwendig.

Eine wachsende Zahl an Lebensmittelkandalen bewirkte einen Wertewandel bei den Verbrauchern. Der Wunsch nach mehr Natürlichkeit und gesicherter Herkunft der Produkte ergibt für uns eine gute Chance für die Vermarktung heimischer Imkereiprodukte. Nachdem die Kunden durch die verschiedenen Lebensmittelskandale immer kritischer und selbstbewusster geworden sind, stellen sie hohe



Werbegeschenke mit Imkereiprodukten sind eine Möglichkeit für neue Absatzwege.

Ansprüche an Qualität, Leistung und Information, die wir mit unseren Produkten erfüllen können.

Bezüglich der Vermarktung gibt es keine Patentrezepte, die für alle Imker gelten, vielmehr muss jeder die eigenen Möglichkeiten suchen und nutzen. Für eine erfolgreiche Vermarktung müssen viele Bereiche aufeinander abgestimmt sein.

Zuerst steht das Produkt selbst im Mittelpunkt. Eine hohe Qualität steht an oberster Stelle.

Dabei beginnt Honigqualität bereits mit der Völkerführung und dem verwendeten Wabenwerk. Dabei sind die Reife des Honigs, die hygienische Gewinnung und Weiterverarbeitung bis zur optimalen Aufbe-

reitung in einen ansprechenden Zustand wichtig. Die Frage nach Rückständen in den Bienenprodukten gewinnt immer mehr an Bedeutung. Man sollte hierbei nicht warten, bis das Kind in den Brunnen gefallen ist, sondern beizeiten die Weichen in die richtige Richtung stellen.

► Unterschiedliche Absatzwege

Möglichkeiten zum Honigabsatz gibt es unzählige. Meistens lässt sich der Honig entweder direkt ab Haus oder im Bekannten- oder Kollegenkreis an den Mann oder die Frau bringen. Über diesen Weg wird der Großteil der Hobbyimker seinen Honig vermarkten. Die Beschickung von Weihnachts- oder Adventsmärkten bedeutet schon einen deutlich größeren Arbeits- und Organisationsaufwand. Da diese Märkte oft nur wenige Tage dauern, sind sie auch für mittlere Imkereien zur Vermarktung geeignet. Die ganzjährige Beschickung eines Wochenmarktes ist nur mehr für größere Imkereien sinnvoll. Man muss ganzjährig lieferfähig sein, und es steckt ein beträchtlicher Zeitaufwand darin.

Firmen, die individuelle Werbegeschenke suchen, nutzen in letzter Zeit häufiger das Angebot von Imkereien für diese Zwecke. Teilweise wird der original abgefüllte und mit der vollen Anschrift des Imkers versehene Honig nur noch mit einem Anhänger oder einer Begleitbroschüre mit der Firmenwerbung versehen, teilweise wird die Firma direkt auf dem Etikett erwähnt, und die Anschrift des Imkers rückt in den Hintergrund.

Solche Beispiele lassen sich noch beliebig fortsetzen. Hier ist eigene Kreativität gefordert, um frühzeitig neue Chancen und Wege zu erkennen.



Weihnachtsmärkte sind oft leichter zu beschicken als ganzjährige Wochenmärkte.

► Fundierte Preisgestaltung

Ein weiterer wichtiger Punkt in der Vermarktung liegt in der Preisgestaltung. Wer jedoch meint, mit einer Preissenkung den Absatz steigern zu können, irrt sich. Meistens werden die Kunden misstrauisch, wenn der Preis ohne erkennbaren Grund gesenkt wird.

Für die Preiskalkulation von Honig, aber auch von anderen Erzeugnissen der Imkerei (z. B. Bienenwachskerzen, Königinnen, Ableger) sollte man vorher wissen, welche Herstellungskosten anfallen. Dies ist natürlich nur möglich, wenn man gewissenhaft Aufzeichnungen führt. Dabei werden zwei große Gruppen an Aufwendungen unterschieden: zum einen gibt es die variablen Aufwendungen, die sich mit zunehmendem Produktionsumfang erhöhen (z. B. Winterfuttermenge, Mittelwände, Honiggläser). Zum anderen gibt es die festen Aufwendungen, die weitgehend unabhängig vom jeweiligen Umfang der Produktion (z. B. Abschreibungen der Gebäude und Maschinen, Pacht aufwendungen, Versicherungen, Beiträge, Zinsansatz für das festgelegte Kapital) sind.

Dadurch ergibt sich automatisch, dass es keinen festen Herstellungspreis für alle Imker gibt, sondern er muss von jedem selbst für seine Situation ermittelt werden. In der Regel wird ein Imker mit einem höheren Honigertrag seiner Völker wesentlich geringere Herstellungskosten haben als ein Imker mit geringem Honigertrag.

In der Regel wird man noch einen gewissen Aufschlag für die eigene Arbeitszeit mitberechnen. Natürlich lässt sich der Preis nicht ins Uferlose steigern, das ortsübliche Preisniveau darf nicht ganz außer acht gelassen werden. Trotzdem könnten bei guter Qualität und entsprechendem Vermarktungsaufwand höhere Preise als bei anderen Imkern in der Region erzielt werden. Dem Kunden muss die Wertigkeit des Produktes bewusst gemacht werden; durch Beratung und Information kann diese erläutert werden. Höchste Qualität und schonendste Verarbeitung sollen dem Kunden vermittelt werden. Auch die ökologische Bedeutung der heimischen Imkerei kann hier durchaus mit einfließen. Wer selbstbewusst hinter seinem Honig steht, hat weniger Probleme, einen höheren Preis auch durchzusetzen. Der Kunde spürt instinktiv, ob man zu diesem Preis steht.

Die größte Chance der heimischen Imkerei in der Vermarktung wird vielfach zu wenig genutzt. Kunden, die sich die Mühe machen, beim Imker direkt einzukaufen, erwarten auch Informationen zu diesem Produkt. Dies sind Angaben zur Sorte, Herkunft, Zusammensetzung, Verwendung in der Küche oder in der Naturheilkunde. Dies setzt natürlich voraus, dass

man sich selbst intensiv mit seinem Produkt auseinandersetzt, seinen Honig auch immer wieder einmal bezüglich Qualität oder Rückständen untersuchen lässt. Eine klare und detaillierte Auskunft zu dem Produkt schafft ein gutes Vertrauensverhältnis zwischen Erzeuger und Verbraucher. Dieses Verhältnis bleibt auch dann bestehen, wenn Negativmeldungen über Honig in den Medien erscheinen.

► Verkaufstalent

Für die Direktvermarktung sind natürlich nicht alle Imker gleich gut geeignet. Wer Schwierigkeiten im Umgang mit anderen Menschen hat, für den ist die Direktvermarktung nicht unbedingt das Richtige. Er wird dabei nicht viel Freude haben und auch weniger Umsatz erzielen.

Die wichtigsten persönlichen Voraussetzungen für die Direktvermarktung sind:

- zuhören können,
- auf die Wünsche der Kunden eingehen,
- eine freundliche Ausstrahlung besitzen,
- ein sicheres und überzeugendes Auftreten,
- gute Kenntnisse über die Produkte.

(Siehe auch Beitrag von Heike Hennig, Seite 10 f.)

► Marktpotenzial und Werbung

Eine weitere wichtige Voraussetzung für die Direktvermarktung ist die Lage der eigenen Imkerei. In einer Stadt oder größeren Siedlung wird man leichter einen Kundenstamm aufbauen können als in einem kleineren Ort. Direktvermarktung bedeutet auch einen erheblichen Zeit-

aufwand. Deshalb ist sie nur sinnvoll, wenn genügend Arbeitszeitreserven vorhanden sind. Um Direktvermarktung für den Kunden attraktiv zu machen, sollte eine größere Produktpalette angeboten werden. Neben verschiedenen Honigsorten eignen sich auch weitere Imkereiprodukte wie Bienenwachskerzen und Blütenpollen. Vorsicht ist bei einem größeren Anteil an Zukaufsprodukten geboten. Schnell wird man dann als Händler eingestuft, und die Glaubwürdigkeit der angebotenen eigenen Produkte leidet darunter.

Als Direktvermarkter muss ich erst einmal bekannt werden. Es hilft nichts, wenn keiner weiß, wo mein Honig gekauft werden kann. Der Aufbau eines Kundenstammes in der Direktvermarktung dauert einige Zeit. Um bekannt zu werden, können verschiedene Wege besritten werden.

Einige Beispiele hierzu: Honigschilder, Schaukasten, Anzeigen, Werbezettel, Vorträge bei verschiedenen Vereinen, Werbegeschenke, Tag der offenen Tür etc. Welcher Weg gewählt wird, hängt von den eigenen Voraussetzungen und Möglichkeiten ab.

Dieser kurze Abriss über die Vermarktung kann natürlich kein Ersatz für Vermarktungsschulungen sein. Nachdem die Direktvermarktung landwirtschaftlicher Produkte für immer mehr Betriebe ein zweites Standbein wird, werden immer wieder entsprechende Schulungen von Landwirtschaftsämtern oder anderen landwirtschaftlichen Einrichtungen angeboten. Es lohnt sich auf jeden Fall, eine solche zu besuchen. Hier können dann auch steuerliche Aspekte und weitere wertvolle Tipps vermittelt werden. Auch in der aktuellen und der vorangegangenen Ausgabe unserer Imkerfachzeitschrift findet man entsprechende Beiträge zur Vermarktung.

Was ist im Dezember zu tun:

- Standkontrollen
- Varroabekämpfung bei Brutfreiheit
- Honigvermarktung
- Rückblick auf das abgelaufene Jahr.

Mit der Dezember-Monatsbetrachtung endet wieder ein Kalenderjahr. Natürlich kann man nie alle Aspekte eines Bienenjahres in den Monatsbetrachtungen umsetzen. Trotzdem hoffe ich, dass für jeden etwas dabei war und Sie meine Ausführungen gerne gelesen haben.

Ich wünsche Ihnen weiterhin viel Freude mit Ihren Bienen und alles Gute für das kommende Jahr

Ihr Johann Fischer



Durch die Bestäubung der Bienen ist auch in der Natur der Tisch reich gedeckt.
Fotos: Autor