

# Mehr wert

## Regionaler Honig ist etwas Besonderes

Heimische Sorten- und Blütenhonige sind einzigartige, aromatische Fingerabdrücke einer Region.

Ist ein Bewusstsein hierfür geschaffen, steigt auch die Wertschätzung des Naturproduktes bei den Verbrauchern. Annika Singer, PR-Beraterin, Münchner Stadtimkerin sowie Initiatorin der Verkostungsseminare von Honigschlecken gibt nun Tipps zur Vermarktung.



Honig ist immens vielfältig. Schaffen Sie Orientierung für Ihre Kunden hinsichtlich Qualität und Geschmack.

**C**remig gerührt, zart, lieblich und mild oder zähfließend, leicht bitter, holzig und kräftig aromatisch? Haben Sie schon mit Hilfe der ersten beiden Ausgaben von *bienen&natur* im Januar und Februar die Honigprofile Ihres Sortiments erstellt? Ja? Nein? Oder sind Sie einfach noch unschlüssig, was Ihnen das bringt? Womöglich haben Sie gar kein Absatzproblem: Die Vorräte der Ernte 2016 gehen schon jetzt zur Neige und Sie haben reichlich treue Kunden. Warum also noch zusätzlich Aufwand betreiben?

Weil aufgeklärte, informierte Kunden bereit sind, mehr für ein hochwertiges Produkt im D.I.B.-Imkerhonnigglas oder mit einem Bio-Siegel versehen zu zahlen! Andererseits, wer kennt sie nicht, die Kommentare: „Das ist aber teuer! Beim Discounter kostet das Glas nur 2,99 Euro!“ Eben. Ich behaupte bewusst provokant: Naturbelassener Honig, direkt vom Imker, ist viel zu günstig im Vergleich zu importierter Massenware.

### Information schafft Vertrauen

Die Gewissheit der Kunden über die Herkunft und Qualität des Produkts sowie die einzigartigen, aromatischen Nuancen sind gewichtige Argumente für höhere Preise. Ganz abgesehen von dem ökologischen Nutzen für die Region, die ein Imker mit seiner Arbeit leistet, und dafür häufig am Ende bestenfalls kostendeckend sein Hobby betreibt. Der Dialog mit absolut preisorientierter Klientel mag müßig oder gar Zeitverschwendung sein, doch qualitätsbewusste (Stamm-)Kunden haben



„Und welcher Honigtyp sind Sie?“  
Die Typfrage klären Sie am besten gemeinsam mit den Kunden durch Probieren.

in der Regel ein offenes Ohr für mehr Information, und mit diesem Mehr an Wissen ist ihnen am Ende das Produkt auch mehr wert.

Wie lassen sich also die neuen Erkenntnisse über die Honigaromen vermitteln? Dosierte, modular einsetzbar und in Anlehnung an den bisherigen Auftritt. Die zusätzlichen Informationen können mehr oder weniger aufwendig aufbereitet oder in Aktionen eingebunden sein: von Infomaterial über Probiersets bis hin zu eigenen Veranstaltungen.

### Neue Ernte neu verpackt

Die kommende Ernte ist ideal, um die Kunden mit neuen Aktionen zu überraschen und ihnen mehr über die besonderen Eigenschaften Ihres Honigs weiterzugeben. Je nachdem, ob man an der Haustür, an einem Marktstand oder im Internet den Honig verkauft, lassen sich die ausgearbeiteten Honigprofile ansprechend aufbereiten. Es muss nicht gleich ein edler Druck sein, handschriftliche Schilder tun auch ihr Übriges. Je nach Stil des Hauses. Hauptsache, der Gesamteindruck ist einheitlich und Sie lassen die gleiche Sorgfalt erkennen, die Sie beim Abfüllen und der Präsentation Ihres Honigs walten lassen.

### Honigprofile hervorheben

Haben Sie eine Infotafel zur Imkerei vor dem Haus? Dann hängen Sie einen (laminierten) Ausdruck des Honigprofils der aktuellen Ernte aus; legen Sie verkauften Gläsern das Profil als Infoblatt bei; stellen Sie auf Ihrem Markttisch erklärende Klappkarten mit den typischen Aromamerkmale auf; oder Sie bringen direkt auf den Gläsern die beschreibenden Aromahinweise mit zusätzlichen Etiketten an.

Wie essen Sie Ihren Honig am liebsten? Teilen Sie ihr Lieblingsrezept mit Ihren Kunden! Nehmen Sie das jeweilige Honigprofil und fügen den Rezeptvorschlag hinzu – schon haben Sie eine persönliche Zugabe, die Sie beim Verkauf beilegen können.



*Unabhängig davon, wie aufwendig Sie die Aromen Ihres Honigs vermitteln: Ihre Kunden werden ihn danach bewusster genießen. Unter [www.honig-schlecken.de](http://www.honig-schlecken.de) gibt es weitere Anregungen für Verkostungsformate. Fotos: A. Singer*

Sie haben eine eigene Homepage? Dann können Sie hier dem Thema zusätzlich Raum geben. Nennen Sie nicht nur schlicht Ihre Honigsorten, sondern präsentieren Sie die aromatischen Besonderheiten und Honigprofile. Auch hier ist Platz für persönliche Rezepte und Kochbuchempfehlungen (Achtung Copyright! Titelnennung immer mit Autor und Verlag). Um die regionale Besonderheit hervorzuheben, könnten auch die eigenen Beobachtungen über die Blütenfolge aufgeführt werden. Ein „Blütenradar“, das die Vielfalt der Region dokumentiert, gepaart mit Fotos, Hinweisen und Links zu bienenfreundlicher Pflanzung und Schädlingsbekämpfung. Das schärft die Sensibilität der Verbraucher für die Natur in ihrer Nachbarschaft.

### Honigtypen herausfinden

Ihre Honigprofile sind ein guter Einstieg in den Dialog mit den Kunden. Vielleicht hören Sie schon im Gespräch raus, welche Geschmacksrichtung wem liegt. Doch lassen Sie sie am besten probieren! Bereiten Sie hierfür verschiedene Probier-Sets vor. Schon die Varianten Ihres eigenen Blütenhonigs – flüssig, kristallisiert oder cremig gerührt – sorgen für einen Aha-Effekt. So erlebt der Kunde drei gänzlich verschiedene Wahrnehmungen.

Eine weitere Variante ist die Blindverkostung von mindestens vier Honigen. Nehmen Sie eigene Sorten sowie charakteristische Beispiele aus Ihrer Sammlung (siehe Ausgabe 01/17) in neutralen, nicht etikettierten, aber nummerierten Gläsern. Die beschreibenden Honigprofile haben Sie griffbereit, sodass der Kunde durch Riechen und Schmecken versuchen kann, die Honige entsprechend zuzuordnen.

Natürlich können Sie auch mit „offenen Karten“ spielen und bieten im Originalglas ergänzend zum eigenen Sortiment typische Sortenhonige aus Ihrer Sammlung zum Probieren an. So verhelfen Sie den Kunden einerseits, sich für die großen Unterschiede von Honigen zu sensibilisieren und andererseits zu der Erkenntnis, sich selbst geschmacklich besser einzuordnen. Am Ende wissen die Honigliebhaber dann: Ich bin ein süßer, ein kräftiger oder ein offener, experimentierfreudiger Honigtyp. Ein Kunde, der diese bereichernde Erfahrung bei Ihnen gemacht hat, bleibt Ihnen gewiss treu.

### Genussevent veranstalten

Die Verkostungen funktionieren im kleinen Stil beim Verkauf an der Haustür ebenso wie mit größerem Publikum am Wochenmarkt, im Rahmen eines Tages der offenen Tür im Imkerverein, eines Ge-

meinde- oder Straßenfestes. Je mehr man ein exklusives Event anbieten möchte, desto aufwendiger wird es. Suchen Sie sich daher am besten örtliche Partner für ein gemeinsames Genussevent. Bäckereien, ein Tee- oder Feinkostladen, aber auch Käsespezialisten und Vinotheken harmonieren in der Regel gut. Wichtig ist, dass Sie sich thematisch und organisatorisch ergänzen, die Lokation muss attraktiv sein und Sie benötigen personelle Unterstützung vor Ort. Gemeinsam sprechen Sie auch ein größeres Publikum an. Sparen Sie im Vorfeld nicht an Handzetteln und Plakaten, legen Sie Flyer aus und sprechen Sie mit der Redaktion der Lokalzeitung, um den Termin anzukündigen. Und scheuen Sie sich nicht, einen angemessenen Beitrag zu verlangen, so kommen nur die wirklich interessierten Gäste.

Die Bewusstseinsbildung für qualitativ hochwertigen Honig geht sicher nicht von heute auf morgen, aber der Trend spricht für uns: Regionale Lebensmittel werden zunehmend nachgefragt. Die Herkunft der Nahrung rückt generell mehr ins Bewusstsein, und viele Menschen sorgen sich um die Bienen. Die Zeit ist reif, „ehrlichen“ Honig gut zu vermarkten.

Annika Singer  
[a.singer@honig-schlecken.de](mailto:a.singer@honig-schlecken.de)