

NEWS

Sladká data

Technologické možnosti mezi úlem a sklenicí

27. června 2026, Tobias Engl



Výrobní strana je obsazena. BeeWise, Wolf, 3Bee, ApisProtect, BroodMinder, Bruker – každý obsluhuje svůj úsek řetězce. Co chybí, je vrstva za tím. Při celoevropské kontrolní akci „From the Hives“ (výsledky 2023) bylo 46 procent dovozních vzorků odebraných na hranicích označeno za podezřelé z přidavku cukerného sirupu. Vysoce přesná senzorika v úlu, statický nápis „med od včelaře“ na sklenici. Tato mezera mezi bohatstvím dat a viditelností je největší komunikační slabinou potravinářského odvětví – a právě takové mezery překlenují displejové platformy už tři desetiletí.

Role, která z toho vyplývá, je role neutrálního zprostředkovatele – ne výrobce senzorů, ne laboratoře, ne včelaře. ScreenWay vkládá otevřenou vrstvu mezi existující zdroje dat a spotřebitele a zviditelňuje informace přesně tam, kde padá rozhodnutí o koupi. Strukturální výhoda této pozice: kdo nevyrábí nic vlastního, může integrovat kohokoli. Úlové váhy od Wolf, senzory plodu od BroodMinder, NMR nálezy od Eurofins, trackery proti krádeži od aproneX, všechno současně. Roztříštěný trh potřebuje otevřenou vrstvu nad sebou; v německy mluvícím prostoru pro to v současnosti neexistuje žádná vážná konkurence.

Tuto vrstvu důvěry (trust layer) pro regionální potraviny tvoří pět modulů. HiveStory přináší viditelný původ do regálu farmářského obchodu, HoneyHost začleňuje prémiové medy do hotelových snídaní a manufakturních prodejen, HivePartner je kokpit do vstupní haly pro firmy s CSR patronátem nad včelstvy, PA-Guard uzavírá regulační mezeru při

ověřování pravosti s ohledem na rizika pyrrolizidinových alkaloidů. Nově přibývá HiveGuard. Agreguje GPS/LoRaWAN trackery specializovaných dodavatelů napříč výrobcí na jedné mapě, propojuje alarmy s aplikací včelaře, v případě nouze spouští připravený policejní postup a na přání zobrazuje polohy patronátních úlů živě na displeji HivePartner. Z bezpečnostní funkce se tak zároveň stává komunikační hodnota.

Zákaznická krajina se rozprostírá do čtyř vrstev: 1. zhruba 2 500 německých profesionálních včelařů a jejich odbytových sdružení, kteří předplatné refinancují z přírážky za přímý prodej; 2. řetězce s přímým prodejem jako Alnatura, Denn's a svaz prodejen zdravé výživy Reformhaus, které už léta hledají systémy spotřebitelských informací nad rámec pouhé reklamy; 3. prémiové hotelnictví, v němž je ScreenWay díky mnichovské obchodní logice už doma; a 4. ekonomicky nejatraktivnější – firemní a CSR byznys. Koncerny s firemními úly platí displeje ve vstupních halách z rozpočtu ESG, ne z marketingového rozpočtu včelaře. Jedna lokalita s několika displeji, živým napojením koncernových úlů a snippetem pro ESG reporting je pětimístná roční zakázka. Zhruba tři sta takových firem je v regionu DACH k napojení.

Trhů, na nichž zprostředkovatel vydělává víc než výrobce, je málo. Digitální obchod s potravinami se právě jedním z nich stává. Senzor, NMR analýza a tracker stojí dohromady několik set eur. Cenová přírážka, kterou viditelný původ přináší, se za sezónu sečte na mnohonásobek. Kdo jako první čistě postaví most mezi senzorem a spotřebitelem – v Bavorsku, Rakousku a Švýcarsku – získá vertikálu, kterou lze následně přenést na víno, sýr, olivový olej a zvěřinu. Med přitom není konečná stanice, ale otvírák dveří. Včely nejsou symbol, jsou důkaz.

ZDROJE Evropská komise / JRC, koordinovaná akce „From the Hives“, zveřejněno v březnu 2023 (147 z 320 dovozních vzorků, 46 % podezřelých) · Council Directive 2001/110/EC (směrnice o medu) · Údaje o trhu a zákaznících: interní šetření ScreenWay.