

NEWS

Makeaa dataa

Teknologian mahdollisuudet pesän ja purkin välissä

27. kesäkuuta 2026, Tobias Engl



Tuotantopuoli on jo miehitetty. BeeWise, Wolf, 3Bee, ApisProtect, BroodMinder, Bruker – kukin palvelee omaa osuuttaan ketjusta. Puuttuu kerros niiden takana. EU:n laajuisessa "From the Hives" -valvontatoimessa (tulokset 2023) 46 prosenttia rajoilla otetuista tuontinäytteistä epäiltiin sokerisiirapilla jatketuiksi. Pesässä huipputarkka anturitekniikka, purkissa staattinen merkintä "Mehiläistarhaajan hunajaa". Tämä datan runsauden ja näkyvyyden välinen aukko on elintarvikealan suurin viestinnällinen heikkous – ja juuri tällaisia aukkoja näyttöalustat ovat kuroneet umpeen jo kolmen vuosikymmenen ajan.

Tästä syntyvä rooli on puolueettoman välittäjän rooli: ei anturivalmistaja, ei laboratorio, ei mehiläistarhaaja. ScreenWay tuo avoimen kerroksen olemassa olevien tietolähteiden ja kuluttajan väliin ja tekee tiedon näkyväksi juuri siellä, missä ostopäätös syntyy. Aseman rakenteellinen etu: kun ei tuota mitään omaa, voi integroida kenet tahansa. Wolfin pesävaa'at, BroodMinderin sikiöanturit, Eurofinsin NMR-tulokset, aproneX:n varkauspaikantimet – kaikki yhtä aikaa. Pirstaloitunut markkina tarvitsee yllleen avoimen kerroksen; saksankielisellä alueella sille ei tällä hetkellä ole vakavasti otettavaa kilpailua.

Viisi moduulia muodostaa tämän luottamuskerroksen alueellisille elintarvikkeille. HiveStory tuo näkyvän alkuperätiedon tilamyymälän hyllylle, HoneyHost vie premium-hunajat hotellien aamiaispöytiin ja käsityöpuoteihin, HivePartner on aulan ohjaamo yrityksille, joilla on CSR-mehiläiskummiuksia, ja PA-Guard sulkee sääntelyaukon pyrrolitsidiiniäkaloidiriskien

aitoustarkastuksessa. Uutena mukaan tulee HiveGuard. Se kokoaa erikoistuneiden toimittajien GPS-LoRaWAN-paikantimet valmistajasta riippumatta yhdelle kartalle, yhdistää hälytykset mehiläistarhaajan sovellukseen, käynnistää hätätilanteessa valmiiksi määritellyn poliisityönkulun ja näyttää halutessa CSR-kummipesien sijainnit reaaliajassa HivePartner-näytöllä. Näin turvallisuustoiminnosta tulee samalla viestinnällistä arvoa.

Asiakaskunta jakautuu neljään kerrokseen: 1. noin 2 500 saksalaista ammattimehiläistarhaajaa ja heidän tuottajayhteisönsä, jotka rahoittavat tilauksen suoramyynnin hintalisällä; 2. suoramyyntiketjut kuten Alnatura, Denn's ja Reformhaus-luontaistuoteketju, jotka ovat vuosia etsineet pelkkää mainontaa pidemmälle meneviä kuluttajainformaatiojärjestelmiä; 3. premium-hotellit, joissa ScreenWay on Münchenin myyntilogiikan ansiosta jo kotonaan; ja 4. taloudellisesti houkuttelevimpana yritys- ja CSR-liiketoiminta. Konsernit, joilla on omia mehiläispesiä, maksavat aulanäytöt ESG-budjetista, eivät mehiläistarhaajan markkinointibudjetista. Yksi toimipaikka, jossa on useita näyttöjä, konsernin pesien reaaliaikainen kytkentä ja valmis ESG-raportointikooste, on viisinumeroinen vuosisopimus. DACH-alueella noin kolmesataa tällaista yritystä on valmiita liitettäväksi.

Harvoin on markkinoita, joilla välittäjä ansaitsee enemmän kuin tuottaja. Digitaalinen elintarvikekauppa on muuttumassa sellaiseksi. Anturi, NMR-analyysi ja paikannin maksavat yhteensä muutamia satoja euroja. Näkyvän alkuperän tuoma hintalisä kertyy kauden aikana moninkertaiseksi. Joka rakentaa sillan anturin ja kuluttajan välille ensimmäisenä ja huolellisesti – Baijerissa, Itävallassa ja Sveitsissä –, voittaa vertikaalin, joka on sen jälkeen siirrettävissä viiniin, juustoon, oliiviöljyyn ja riistaan. Hunaja ei ole päätepiste vaan ovenavaaja. Mehiläiset eivät ole symboli, ne ovat todiste.

LÄHTEET Euroopan komissio / JRC, koordinoitu toimi "From the Hives", julkaistu maaliskuussa 2023 (147 näytettä 320 tuontinäytteestä, 46 % epäilyttäviä) · Council Directive 2001/110/EC (EU:n hunajadirektiivi) · Markkina- ja asiakastiedot: ScreenWayn sisäinen selvitys.