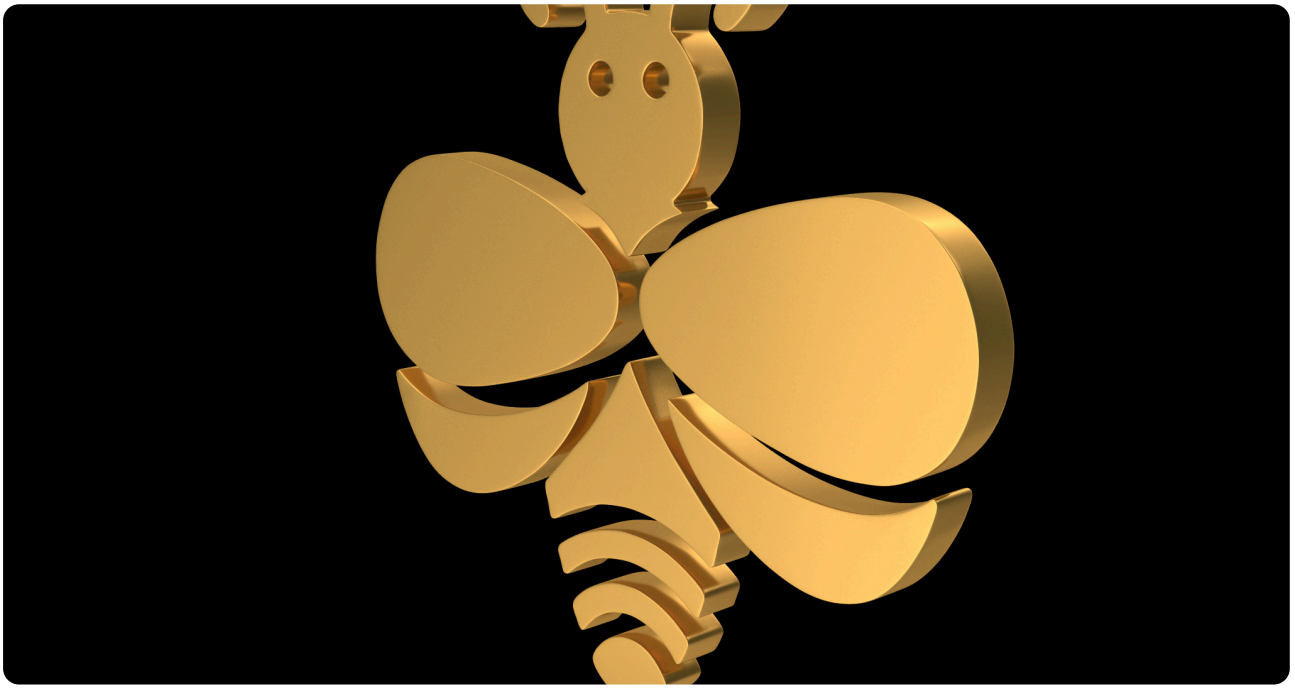
NEWS

Slatki podaci

Tehnološke mogućnosti između košnice i staklenke

27. lipnja 2026., Tobias Engl



Proizvodna strana je popunjena. BeeWise, Wolf, 3Bee, ApisProtect, BroodMinder, Bruker – svatko pokriva svoj dio lanca. Ono što nedostaje jest sloj iza toga. U koordiniranoj kontrolnoj akciji EU-a „From the Hives“ (rezultati iz 2023.) 46 posto uzoraka iz uvoza uzetih na granicama bilo je pod sumnjom da sadrži dodani šećerni sirup. U košnici visokoprecizni senzori, na staklenci statična napomena „pčelarski med“. Taj jaz između obilja podataka i vidljivosti najveća je komunikacijska slabost prehrambene industrije, a upravo takve jazove platforme za zaslone premošćuju već tri desetljeća.

Uloga koja iz toga proizlazi jest uloga neutralnog posrednika – ne proizvođača senzora, ne laboratorija, ne pčelara. ScreenWay postavlja otvoreni sloj između postojećih izvora podataka i potrošača i čini informacije vidljivima upravo ondje gdje se donosi odluka o kupnji. Strukturna prednost tog položaja: tko ne proizvodi ništa svoje, može integrirati svakoga. Vage za košnice tvrtke Wolf, senzore legla tvrtke BroodMinder, NMR nalaze laboratorija Eurofins, uređaje za praćenje krađe tvrtke aproneX, sve istodobno. Rascjepkanom tržištu potreban je otvoreni sloj iznad njega; na njemačkom govornom području za to trenutačno nema ozbiljne konkurencije.

Pet modula čini taj trust-layer za regionalne namirnice. HiveStory donosi vidljivo podrijetlo na policu seoske prodavaonice, HoneyHost uključuje premium medove u hotelski doručak i manufakturne trgovine, HivePartner je kokpit u predvorju za tvrtke koje u okviru CSR-a kumuju pčelinjim zajednicama, a PA-Guard zatvara regulatornu prazninu pri provjeri autentičnosti s obzirom na rizik od pirolizidinskih alkaloida. Novi je HiveGuard. On na jednoj karti objedinjuje GPS-LoRaWAN uređaje za praćenje specijaliziranih dobavljača neovisno o proizvođaču, povezuje alarme s pčelarskom aplikacijom, u slučaju krađe pokreće pripremljeni postupak prijave policiji i na zahtjev uživo prikazuje položaje kumovskih košnica na zaslonu HivePartner. Tako sigurnosna funkcija istodobno postaje i komunikacijska vrijednost.

Krug kupaca dijeli se u četiri sloja: 1. oko 2.500 njemačkih profesionalnih pčelara i njihove proizvođačke zajednice, koji pretplatu financiraju iz dodatne marže izravne prodaje; 2. lanci izravne prodaje poput Alnature, Denn'sa i udruženja prodavaonica Reformhaus, koji već godinama traže sustave informiranja potrošača koji nadilaze puko oglašavanje; 3. premium hotelijerstvo, u kojem je ScreenWay zahvaljujući prodajnoj logici iz Münchena već kao kod kuće; i 4. gospodarski najprivlačniji, korporativni i CSR posao. Koncerni s vlastitim košnicama plaćaju zaslone u predvorju iz ESG proračuna, a ne iz marketinškog proračuna pčelara. Lokacija s više zaslona, izravnom vezom s korporativnim košnicama i isječkom za ESG izvještavanje znači godišnji ugovor s peteroznamenkastim iznosom. Oko tristo takvih tvrtki u regiji DACH moglo bi se uključiti.

Rijetka su tržišta na kojima posrednik zarađuje više od proizvođača. Digitalna trgovina namirnicama upravo postaje jedno od njih. Senzor, NMR analiza i uređaj za praćenje zajedno stoje nekoliko stotina eura. Viša cijena koju postiže vidljivo podrijetlo po sezoni se zbraja u višestruki iznos. Tko prvi čisto izgradi most između senzora i potrošača, u Bavarskoj, Austriji i Švicarskoj, osvaja vertikalu koja se potom može prenijeti na vino, sir, maslinovo ulje i divljač. Med pritom nije završna točka, nego ulaznica. Pčele nisu simbol, one su dokaz.

IZVORI Europska komisija / JRC, koordinirana akcija „From the Hives“, objavljeno u ožujku 2023. (147 od 320 uzoraka iz uvoza, 46 % sumnjivo) · Council Directive 2001/110/EC (Direktiva Vijeća o medu) · Podaci o tržištu i kupcima: interno istraživanje tvrtke ScreenWay.