

# NEWS

## Édes adatok

Technológiai lehetőségek a kaptár és az üveg között

2026. június 27., Tobias Engl



A termelési oldal foglalt. BeeWise, Wolf, 3Bee, ApisProtect, BroodMinder, Bruker – mindegyik a lánc saját szakaszát szolgálja ki. Ami hiányzik, az a mögöttük lévő réteg. Az EU-szintű „From the Hives” ellenőrzési akcióban (eredmények: 2023) a határokon vett importminták 46 százalékánál merült fel a cukorszirup hozzáadásának gyanúja. Nagy pontosságú érzékelők a kaptárban, egy statikus „termelői méz” felirat az üvegen. Ez a rés az adatgazdagság és a láthatóság között az élelmiszeripar legnagyobb kommunikációs gyenge pontja – és éppen ilyen réseket hidalnak át a kijelzőplatformok három évtizede.

Az ebből adódó szerep a semleges közvetítőé: nem érzékelőgyártó, nem laboratórium, nem méhész. A ScreenWay nyitott réteget húz a meglévő adatforrások és a vásárlók közé, és pontosan ott teszi láthatóvá az információt, ahol a vásárlási döntés születik. E pozíció szerkezeti előnye: aki semmit sem gyárt maga, bárkit integrálhat. A Wolf kaptármérlegei, a BroodMinder fiasításérzékelői, az Eurofins NMR-leletei, az aproneX lopásjelzői – mind egyszerre. A széttöredezett piacnak egy fölé húzott nyitott rétegre van szüksége; a német nyelvterületen erre jelenleg nincs komoly versenytárs.

Öt modul alkotja ezt a regionális élelmiszerekre szabott bizalmi réteget (trust layer). A HiveStory látható eredetet visz a termelői bolt polcára, a HoneyHost prémium mézeket integrál a szállodai reggelibe és a manufaktúraboltokba, a HivePartner az előcsarnok irányítópultja azoknak a vállalatoknak, amelyek CSR keretében méhcsaládokat fogadnak

örökbe, a PA-Guard pedig a pirrolizidin-alkaloid-kockázatok hitelességvizsgálatánál zárja be a szabályozási rést. Újként érkezik a HiveGuard. Gyártófüggetlenül, egyetlen térképen összesíti a specializált szolgáltatók GPS-LoRaWAN nyomkövetőit, összekapcsolja a riasztásokat a méhészkalkulációval, vészhelyzetben előkészített rendőrségi munkafolyamatot indít, és kérésre élőben megjeleníti az örökbe fogadott CSR-kaptárak helyzetét a HivePartner-kijelzőn. Így egy biztonsági funkcióból egyúttal kommunikációs érték is lesz.

Az ügyfélkör négy rétegre bomlik: 1. mintegy 2500 német hivatásos méhész és termelői csoportjaik, akik az előfizetést a közvetlen értékesítés felárából finanszírozzák; 2. az olyan közvetlen értékesítési láncok, mint az Alnatura, a Denn's és a reformbalt-szövetség, amelyek évek óta keresnek a pusztán reklámon túlmutató fogyasztói tájékoztató rendszereket; 3. a prémium szállodaipar, ahol a ScreenWay a müncheni értékesítési logikának köszönhetően már otthon van; és 4. – gazdaságilag a legvonzóbb – a vállalati és CSR-üzletág. A saját céges kaptárakat fenntartó nagyvállalatok az ESG-keretből fizetik az előcsarnoki kijelzőket, nem a méhész marketingbüdzséből. Egy több kijelzős telephely a vállalati kaptárak élő bekötésével és ESG-jelentési snippettel ötjegyű éves megbízást jelent. Mintegy háromszáz ilyen vállalat kapcsolható be a DACH-régióban.

Ritkán akad olyan piac, ahol a közvetítő többet keres, mint a termelő. A digitális élelmiszer-kereskedelem most válik ilyenné. Az érzékelő, az NMR-elemzés és a nyomkövető együtt néhány száz euróba kerül. A látható eredetért elérhető felár szezononként ennek a többszörösére rúg. Aki elsőként építi meg tisztán a hidat az érzékelő és a vásárló között Bajorországban, Ausztriában és Svájcban, olyan vertikumot nyer, amely aztán borra, sajtra, olívaolajra és vadhúsról is átvihető. A méz ebben nem a végpont, hanem a kapunyitó. A méhek nem szimbólumok, hanem a bizonyíték.

**FORRÁSOK** Európai Bizottság / JRC, „From the Hives” összehangolt akció, megjelent 2023 márciusában (320 importmintából 147, 46% gyanús) · Council Directive 2001/110/EC (az uniós mézirányelv) · Piaci és ügyféladatok: a ScreenWay belső felmérése.