

NEWS

Saldie dati

Tehnoloģiskās iespējas starp stropu un burku

2026. gada 27. jūnijs, Tobias Engl



Ražošanas puse ir aizņemta. BeeWise, Wolf, 3Bee, ApisProtect, BroodMinder, Bruker - katrs apkalpo savu ķēdes posmu. Kā trūkst, ir slānis aiz tā. ES mēroga kontroles akcijā «From the Hives» (rezultāti 2023) 46 procenti uz robežām ņemto importa paraugu tika uzskatīti par aizdomīgiem attiecībā uz cukura sīrupa piedevu. Augstas precizitātes sensorika stropā, statistika norāde «biškopja medus» uz burkas. Šī plaša starp datu bagātību un redzamību ir pārtikas nozares lielākā komunikatīvā vājā vieta, un tieši tādas plaisas displeju platformas pārvar jau trīs gadu desmitus.

Loma, kas no tā izriet, ir neitrāla starpnieka loma, ne sensoru ražotājs, ne laboratorija, ne biškopis. ScreenWay ieliek atvērtu slāni starp esošajiem datu avotiem un patērētājiem un padara informāciju redzamu tieši tur, kur krīt pirkuma lēmums. Šīs pozīcijas strukturālā priekšrocība: kas neko savu neražo, var integrēt ikvienu.. Wolf stropu svarus, BroodMinder perējuma sensorus, Eurofins KMR atzinumus, aproneX zādzību izsekotājus, visus vienlaikus. Sadrumstalotajam tirgum vajag atvērtu slāni virs sevis; vāciski runājošajā telpā tam pašlaik nav nopietnas konkurences.

Pieci moduļi veido šo uzticības slāni reģionālai pārtikai. HiveStory nes redzamo izcelsmi uz lauku veikala plaukta, HoneyHost integrē premium medu viesnīcu brokastīs un manufaktūru veikalos, HivePartner ir vestibila kokpits uzņēmumiem ar CSR bišu kūmībām, PA-Guard aizver regulatīvo plaisu pirolizidīna alkaloīdu risku autentiskuma pārbaudē. No jauna klāt nāk HiveGuard. Tas specializēto piedāvātāju GPS-LoRaWAN izsekotājus pār ražotāju robežām apkopo vienā kartē, savieno trauksmes ar biškopja lietotni, nopietnā gadījumā iedarbina sagatavotu policijas darbplūsmu un CSR kūmu stropu pozīcijas pēc vēlēšanās tiešraidē rāda HivePartner displejā. No drošības funkcijas tā vienlaikus top komunikācijas vērtība.

Klientu ainava izvēršas četros slāņos: 1. ap 2500 Vācijas profesionālo biškopju un viņu ražotāju apvienības, kas abonementu refinansē no tiešās tirdzniecības uzcenojuma; 2. tiešās tirdzniecības ķēdes kā Alnatura, Denn's un reformnamu apvienība, kas gadiem meklē patērētāju informācijas sistēmas ārpus tīras reklāmas; 3. premium viesnīcu nozare, kurā ScreenWay caur Minhenes tirdzniecības loģiku jau ir kā mājās; un 4. ekonomiski pievilcīgākais, korporatīvais un CSR business. Koncerni ar uzņēmuma bišu stropiem vestibila displejus maksā no ESG budžeta, ne no biškopja mārketinga budžeta. Vieta ar vairākiem displejiem, koncerna stropu tiešraides pieslēgumu un ESG atskaišu fragmentu ir piecciparu gada pasūtījums. Ap trīssimt šādu uzņēmumu DACH reģionā ir pieslēdzami.

Reti ir tirgi, kuros starpnieks pelna vairāk nekā ražotājs. Digitālā pārtikas tirdzniecība tieši tagad par tādu kļūst. Sensors, KMR analīze un izsekotājs kopā maksā dažus simtus eiro. Uzcenojums, ko sasniedz redzamā izcelsme, sezonā summējas daudzkārtņi. Kas tiltu starp sensoru un patērētāju pirmais tīri uzbūvē, Bavārijā, Austrijā un Šveicē, iegūst vertikāli, ko pēc tam var pārnest uz vīnu, sieru, olīveļļu un medījumu. Medus šeit nav galapunkts, bet durvju atvērējs. Bites nav simbols, tās ir pierādījums.

AVOTI ES Komisija / JRC, koordinētā akcija «From the Hives», publicēta 2023. gada martā (147 no 320 importa paraugiem, 46 % aizdomīgi) · Padomes Direktīva 2001/110/EK (medus direktīva) · Tirgus un klientu dati: ScreenWay iekšējā aptauja.