

# NEWS

## Zoete data

Technologische mogelijkheden tussen bijenkast en honingpot

27 juni 2026, Tobias Engl



De productiekant is bezet. BeeWise, Wolf, 3Bee, ApisProtect, BroodMinder, Bruker - ieder bedient zijn eigen stuk van de keten. Wat ontbreekt, is de laag daarachter. Bij de EU-brede controleactie "From the Hives" (resultaten 2023) gold 46 procent van de aan de grens genomen importmonsters als verdacht van bijgemengde suikersiroop. Uiterst nauwkeurige sensoren in de bijenkast, een statisch etiketje "Imkershoning" op de pot. Die kloof tussen datarijkdomein en zichtbaarheid is de grootste communicatieve zwakke plek van de voedingsmiddelenbranche, en precies zulke kloven overbruggen displayplatforms al drie decennia.

De rol die daaruit voortvloeit, is die van neutrale bemiddelaar: geen sensorfabrikant, geen laboratorium, geen imker. ScreenWay legt een open laag tussen bestaande databronnen en de consument en maakt informatie zichtbaar precies daar waar de aankoopbeslissing valt. Het structurele voordeel van deze positie: wie zelf niets produceert, kan iedereen integreren. Bijenkastweegschalen van Wolf, broedsensoren van BroodMinder, NMR-uitslagen van Eurofins, diefstaltrackers van aproneX, allemaal tegelijk. De versnipperde markt heeft een open laag boven zich nodig; in het Duitstalige gebied is daarvoor op dit moment geen serieuze concurrentie.

Vijf modules vormen samen deze trust-layer voor regionale levensmiddelen. HiveStory brengt zichtbare herkomst naar het schap van de boerderijwinkel, HoneyHost integreert premiumhoning in het hotelontbijt en in ambachtelijke winkels, HivePartner is de foyer-cockpit voor bedrijven met CSR-bijenspeterschappen, PA-Guard dicht de regelgevende lacune bij de authenticiteitscontrole op risico's door pyrrolizidine-alkaloiden. Nieuw erbij komt HiveGuard. Dat bundelt de gps-LoRaWAN-trackers van gespecialiseerde aanbieders merkonafhankelijk op één kaart, koppelt alarmen aan de imkersapp, zet in noodgevallen een voorbereide politieworkflow in gang en toont desgewenst de posities van de CSR-peterkasten live op het HivePartner-display. Zo wordt een beveiligingsfunctie tegelijk een communicatieve troef.

Het klantenlandschap waaiert uit in vier lagen: 1. zo'n 2.500 Duitse beroepsimkers en hun producentenverenigingen, die een abonnement terugverdienen uit de meerprijs van de directe verkoop; 2. directe verkoopketens zoals Alnatura, Denn's en het samenwerkingsverband van reformwinkels, die al jaren zoeken naar consumenteninformatiesystemen die verder gaan dan pure reclame; 3. de premiumhotellerie, waar ScreenWay via de Münchense verkooplogica al thuis is; en 4., economisch het aantrekkelijkst, de corporate- en CSR-markt. Concerns met eigen bedrijfsbijenkasten betalen foyerdysplays uit het ESG-budget, niet uit het marketingbudget van de imker. Eén locatie met meerdere displays, een live-koppeling met de bijenkasten van het concern en een ESG-reportingsnippet is een jaaropdracht van vijf cijfers. Zo'n driehonderd van zulke bedrijven zijn in de DACH-regio aan te sluiten.

Zelden zijn er markten waarin de bemiddelaar meer verdient dan de producent. De digitale levensmiddelenhandel wordt er op dit moment een. Sensor, NMR-analyse en tracker kosten samen enkele honderden euro's. De meerprijs die zichtbare herkomst oplevert, loopt per seizoen op tot een veelvoud daarvan. Wie de brug tussen sensor en consument als eerste degelijk bouwt, in Beieren, Oostenrijk en Zwitserland, wint een verticale markt die zich vervolgens laat doortrekken naar wijn, kaas, olijfolie en wild. Honing is daarbij niet het eindpunt, maar de deuropener. De bijen zijn geen symbool, ze zijn het bewijs.

**BRONNEN** Europese Commissie / JRC, gecoördineerde actie "From the Hives", gepubliceerd maart 2023 (147 van 320 importmonsters, 46% verdacht) · Council Directive 2001/110/EC (honingrichtlijn) · Markt- en klantgegevens: intern onderzoek van ScreenWay.