

Honig besser vermarkten

In einer kleinen Serie (bienen&natur 1 – 3/2017) hat Annika Singer aus München die ganze Vielfalt und Wertigkeit von Honig erklärt. Die Stadtimkerin, hauptberuflich PR-Beraterin, ist Initiatorin der Verkostungsseminare von „Honigschlecken“. Zum Abschluss der Serie hat Werner Bader sie zu ein paar praktischen Tipps befragt.

Frau Singer, wird denn Honig hierzulande noch immer weit unter Wert vermarktet?

Das kann man nicht pauschal sagen, aber bei einigen Imkern scheint Honig ein gern genommenes Nebenprodukt zu sein. Viele Imker sind mit Leidenschaft bei den Bienen, Honig ist ihnen nicht so wichtig. Auch bei Verbrauchern wird Honig oft viel zu sehr pauschal wahrgenommen.

Dass Sie Ihre Honig-Verkostungen gerne auch in Weinhandlungen machen, ist kein Zufall, oder? Sollte man Honig ähnlich wie Wein vermarkten?



Honig mit allen Sinnen erfahren. Annika Singer erspürt den Duft dieses Honigs. Foto: W. Bader

Ja, warum nicht? Man kann auch bei Honig die Regionalität betonen, die Sorten mit passenden Worten beschreiben. Und es gibt ja auch Besonderheiten des Jahrgangs. Was hat geblüht, dort wo die Bienenstöcke standen? Wann wurde geerntet? War es ein feuchter oder ein eher trockener Sommer? Auf jeden Fall sollte man deutlich machen, dass jeder Honig ein Produkt seiner Region ist.

Etiketten auf Honiggläsern, soll man die selber machen? Nicht jeder, der ein Grafik-Programm auf dem PC hat, kommt da zu guten Lösungen.

Wenn ein Etikett gekonnt gemacht ist, dann ist das in Ordnung. Aber man kommt der Wertigkeit des Honigs nicht entgegen, wenn es viel zu sehr „selbst gebastelt“ ist. Dann besser auf bewährte Etiketten zurückgreifen. Über Geschmack lässt sich streiten. Aber wenn es etwas Besonderes, Individuelles sein soll, dann lohnt es sich, einen Profi dazuzuholen. Damit es was Stimmiges, Wertiges und vielleicht auch etwas Zeitloses ist.

Viele tun sich auch schwer mit den Texten auf dem Etikett.

Es gibt wenig Platz für Text auf dem Etikett, da muss man mit drei bis vier Attributen eine Aussage treffen. Also Süße, Konsistenz, Intensität des Aromas. Wenn man diese Attribute aufführt, dann ist das schon mal gut.

Zum Beispiel?

Rapshonig zum Beispiel: „dezente Süße, blumig, frisch und mild“, das steht bei meinen Etiketten drauf.

Wenn man seinen Kunden noch mehr über den Honig sagen will, welche Möglichkeiten empfehlen Sie da?

Man kann ein Beiblatt machen, es muss ja nicht gleich ein Flyer sein. Ganz wichtig: Es muss zum Gesamtauftritt passen. Wenn ich also schon ein Etikett entwickelt und einen Web-Auftritt und ein Logo habe, dann soll sich das in dem Beiblatt auch wiederfinden. Also beispielsweise die selbe Schriftart und grafischen Elemente verwenden. Es kann eine Din-A4-Seite sein oder nur Postkartengröße. Darauf hebt man dann die Besonderheiten des Honigs hervor. Und dies legt man beim Verkauf mit dazu.

Viele scheuen das Verkaufsgespräch, nicht jeder hat da Talent. Was dann?

Da ist vielleicht die Info-Tafel nicht verkehrt. Man kann bei verschiedenen Sorten vor den Reihen mit den Honiggläsern größere Klappkarten aufstellen und darauf die Standorte beschreiben. Wenn man ein Rezept hat mit seinem Honig, kann man das auch dazugeben.

Honig lässt sich ja gut mit anderen Geschmäckern kombinieren. Welche Kombinationen empfehlen Sie?

Apfel-Schnitzel sind gut, die neutralisieren. Auch schwarzer Tee. Wenn man das kombinieren möchte, ohne dass man das Honigaroma verfälscht. Ich persönlich esse zu Honig gerne Käse. Meine Lieblings-Kombination: Lavendel-Honig mit einem „Delice de Cremier“, das ist ein milder, hoch fetthaltiger Rohmilchkäse. Und Akazienhonig mit Pecorino, also das Süße mit dem Salzigen, das ist besonders fein.

Stimmige Konzepte, das ist es, was Sie vermitteln wollen. Wie kann das eine kleinere, ambitionierte Imkerei umsetzen? Womit beginnen? Mal eine Verkostung mit Kunden organisieren?

Es ist sicher von Vorteil, wenn man ein großstädtisches Publikum hat. Da hat man einen größeren Pool an Menschen, die sich für Honig interessieren. Man muss die Leute dafür finden. Auf dem Land gibt es viele interessierte Menschen mit Stil, aber in der Stadt gibt es einfach mehr davon. Es muss eine gewisse Größe der Gruppe sein. Einnahmen und Ausgaben müssen kalkuliert sein. Gut ist es, wenn man eine günstige Räumlichkeit hat. Und natürlich muss man sich vorab ein Konzept erarbeiten. Graphik und Design sind wichtig für einen stimmigen Auftritt.

Was muss man bei der Honigprobe beachten?

Ich denke, dass wie bei vielen Dingen das Auge mitentscheidet. Erst wenn der Gesamtauftritt bei der Honigprobe stimmt, kommt eben auch die Wertigkeit rüber. Also keine Plastik-Tischdecke nehmen, sondern eine weiße Leinentischdecke. Auf gar keinen Fall was kariertes. Nur vor einem hellen Untergrund kommen die Farben des Honigs rüber. Je stilvoller, desto wertiger. Was man allerdings als stilvoll empfindet, muss jeder für sich entscheiden. Hauptsache, es ist authentisch.

Und wie bereitet man sich auf eine stilvolle Honig-Verkostung vor, wo lauern die Fallen?

Nicht die Vorbereitung über- oder unterschätzen! Welche Sorten habe ich, reicht mein Sortiment überhaupt aus, muss ich Kollegen anfragen? Wie präsentiere ich? Wie bekomme ich den Honig in kleine Gläschen – auch das kostet Zeit. Man sollte die Honigsorten später dann auch auseinanderhalten können. Vielleicht einen Probelauf machen. Das geht beim Set los und hört beim Probe-Löffel auf. Kleine Gläschen auf jeden Fall, kein Plastik. Welche Löffel nimmt man, wo werden die benutzten abgelegt? Was reicht man zum Honig? Brot, Apfelschnitzel, Tee oder Wein? Wein geht begleitend, wenn man danach mit Brot neutralisiert.

Und wo macht man die Verkostung am besten?

Also hilfreich ist es schon, sich Partner zu suchen, die Vinothek oder ein Café am Ort beispielsweise, möglichst so, dass man auch personelle Unterstützung hat.

Jedenfalls dort, wo die feineren Lebensmittel zuhause sind?

Genau. Da kann man sich dann in der Werbung gegenseitig unterstützen. Und gemeinsam legt man einen vernünftigen Teilnehmerbeitrag fest. Das geht nicht so, heute ist Tag der offenen Tür, und jeder kostet dort mal gratis von meinem Honig. Für diejenigen, die kommen, sollte es schon etwas Besonderes sein. Ein Unkostenbeitrag sorgt dafür, dass nur die kommen, die sich wirklich interessieren.

Wie lange sollte eine Verkostung dauern?

Eine reine Verkostung maximal eine Stunde. Danach kann man Fragen beantworten. Viele wollen heute wissen, wie steht es um die Bienen? Fragen, wie sie auch am Marktstand gestellt werden.

Geschmacks-Schulung bei Imkern und Honigkunden? Ist da noch Luft nach oben?

Ich glaube schon. Man muss erst mal sich selbst schulen. Je differenzierter ich schmecken kann, desto besser beschreibe ich Honig. Auch damit kann ich eine Kundenbindung erreichen. Es ist ja nicht negativ, wenn ein Kunde sagt, Dein Rapshonig ist mir zu süß, aber mit Deinem Waldhonig kannst Du bei mir punkten. Es ist ja immer auch eine Geschmacksfrage. Die Kunden schätzen es, wenn ich über Herkunft und Geschmack des Honigs Auskunft geben kann.

Wie werden nun die Besucher der Honigdegustation zu meinen Kunden?

Man macht einen Newsletter, mit dem man die Leute auf dem Laufenden hält, zum Beispiel „Die Erntezeit startet gerade“, oder „Jetzt ist die neue Ernte da“. Das geht am besten online. Man muss

sich immer wieder in Erinnerung bringen. Auch über Aushänge und Verkauf in dem Laden, wo die Verkostungen stattfinden, sollte man präsent sein

Wie kann eine Imkerei ihre Kunden pflegen?

Wenn man sich die Vorlieben des jeweiligen Kunden merkt, ist das eine besondere Wertschätzung. Man kann saisonale Rezepte mit Honig entwickeln und weitergeben. Also, zur Adventszeit Bratäpfel mit Lindenblütenhonig oder im Sommer Obtsalat mit Honig dressing, das ist richtig toll. Pro Jahreszeit Tipps geben, welcher Honig jetzt gut womit kombiniert werden könnte. Oder man bietet saisonale Geschenk-Sets für private Kunden, aber auch örtliche Unternehmen an.

Wie stehen Sie zu weiteren Hilfsmitteln, um den Absatz zu fördern?

Das ist wieder so eine Geschmacksfrage, über die sich streiten lässt. Aber ich denke, man muss mal weg von den Biene-Maja-Logos und den kindlichen, verspielten Motiven und Tütchen. Das ist süß und nett, aber warum sollte es nicht mal schick sein? Also, da gäbe es viele Möglichkeiten für stylischere Give-aways. Allein bei Kerzen. Muss das immer nur der Tannenbaum sein? Da könnte man richtig schöne Sachen machen aus Bienewachs. Elegante Tischkerzen beispielsweise. Auch so etwas unterstreicht die Wertigkeit von imkerlichen Produkten.

Viele Imker tun sich schwer damit, den richtigen, wertschätzenden Preis für ihre Produkte zu finden.

Man muss eben klar machen, da steckt viel Arbeit drin. Und in letzter Zeit sogar immer mehr Arbeit. Bei den Imkern und bei den Bienen sowieso. Es ist eben sehr aufwendig, eine gute Qualität hinzubekommen. Das ist keine Selbstverständlichkeit. Wenn jemand Discount-Honig bevorzugt, warum nicht? Aber wir Imker sollten aufklären. Wer mehr Verständnis dafür hat, was im Glas drin ist, wie es zustande gekommen ist, kann als Kunde auch eine andere Entscheidung treffen, zugunsten imkerlicher Qualität.

Frau Singer, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.