

# Marktanalyse zum Bio-Honig-Verkauf in der Schweiz

## Hintergrund

Aus Sicht der Nachhaltigkeit wäre es wünschenswert, wenn in der Schweiz mehr Bio-Honig produziert und verkauft werden würde. Die guten Perspektiven in der Direktvermarktung, das mangelnde Honigangebot aufgrund von Schädlingsbefall und die geringe Anzahl Bio-zertifizierter ImkerInnen in der Schweiz führen zu einem beschränkten Bio-Honig-Angebot im Detailhandel (Wenzel 2015). Trotz der hohen Nachfrage nach Bio-Honig liegen bisher wenig Informationen zur Marktsituation von biologisch produziertem Honig in der Schweiz vor. Diese Wissenslücke zu schliessen war das Ziel dieser Arbeit.

## Vorgehen

Die grundlegende Forschungsfrage lautete: **Wie ist der aktuelle Markt für Bio-Honig aus der Schweiz strukturiert und wie ist eine Erweiterung des Marktes unter den aktuellen Bedingungen möglich?**

Anhand von Experteninterviews mit Akteuren der Wertschöpfungskette sowie Imkereexperten wurden die Handelsstrukturen analysiert und auf Schwachstellen und Verbesserungsmöglichkeiten hin untersucht. Die Sicht der Bio-Imker wurde mittels einer Online-Umfrage erhoben. Zusätzlich wurde ein Preisvergleich zwischen biologisch und konventionell produziertem Honig im Schweizer Detailhandel durchgeführt.

## Resultate

### Preisvergleiche

Der Vergleich der Verkaufspreise (Mediane) der Imker mit den Preisen im Handel (Abb. 1 und 2) zeigt, dass der Verkaufspreis für Bio-Honig in der Direktvermarktung gleich hoch ist wie der Preis für ausländischen Bio-Honig im Detailhandel und zirka 15% höher als der Verkaufspreis an den Handel. **Der Konsumentenpreis für Schweizer Bio-Honig aus Direktvermarktung ist zirka 57% tiefer als jener im Detailhandel.** Die Marge der Detailhändler auf Bio-Honig aus der Schweiz beträgt demnach zirka 80%.

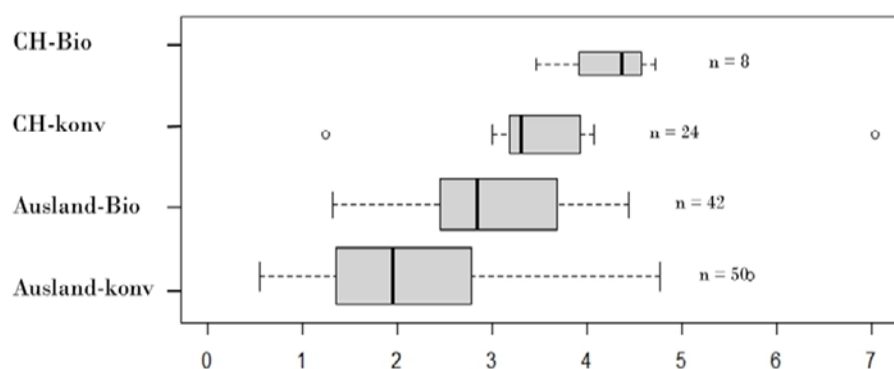


Abb. 1 Verkaufspreise im Handel für Honig verschiedener Herkünfte. Box Plots mit Whisker 1,5\*IQR, Mediane bei 4,4 (CH-Bio), 3,3 (CH-konv), 2,8 (Ausland-Bio) und 1,9 (Ausland-konv).

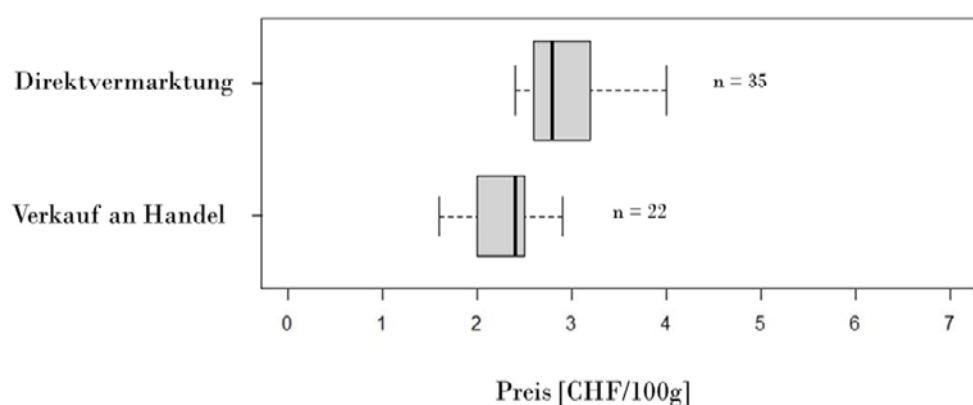


Abb. 2 Imker-Verkaufspreise. Box Plots mit Whisker 1,5\*IQR, Mediane bei 2,8 (Direktvermarktung), 2,4 (Verkauf an Handel).

## Literatur

Wenzel, Leonor. (2015). Biohonig: Zwischen Bienenhype und Imkersorge. BioAktuell, 2015 (2), 16-17.

## Absatzkanäle

Der grösste Teil des Schweizer Bio-Honigs wird von den ImkerInnen direkt an den Kunden vermarktet (Abb. 3).

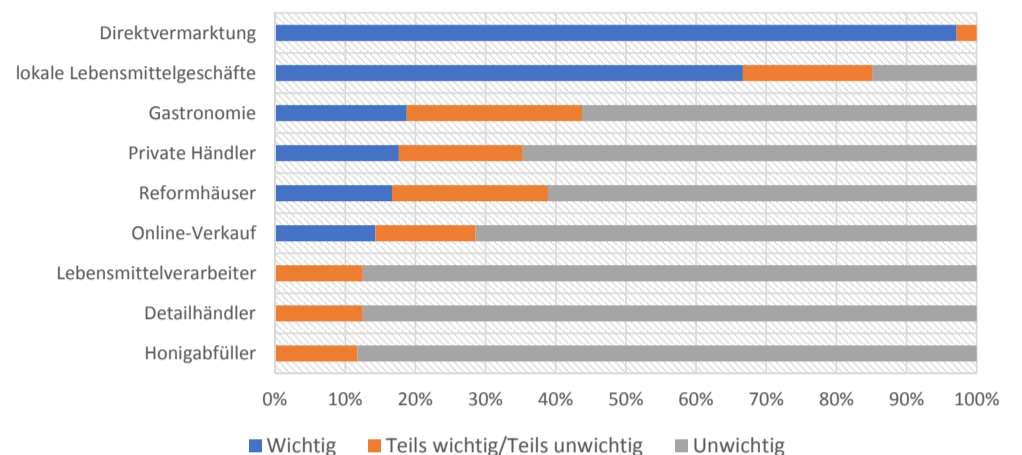


Abb. 3 Absatzkanäle und ihre Bedeutung für die Vermarktung von Bio-Honig in der Schweiz (n=35).

### Biopartner AG

#### Schwachstellen:

- > Angebotsmangel.
- > Wenige Anbieter von Schweizer Bio-Honig, die folgende Kriterien erfüllen:
  - i) Mindestens 3 verschiedene Sorten Bio-Honig
  - ii) Einheitlicher Markenauftritt
  - iii) Gläser mit EAN-Code
  - iv) Jahresbedarf durch Liefermenge abgedeckt

#### Verbesserungsmassnahmen:

- > Übergeordnete, regionale Dachmarken, die den Honig verschiedener Imker sammeln, abfüllen, etikettieren und vermarkten.

### Narimpex SA

#### Schwachstellen:

- > Atomistische Produktion mit vielen Hobby-Imkern und sehr wenigen professionellen Imkern
- > Unregelmässige Lieferungen

#### Verbesserungsmassnahmen:

- > Arbeitsaufteilung: die ImkerInnen produzieren, die Abfüller verarbeiten und vermarkten den Honig.
- > Mehr Imker zur Zertifizierung motivieren.
- > Professionalisierung der Imkerschaft
- > Übernahme der Produktevermarktung auch von kleineren Imkereibetrieben

Tab. 1 Schwachstellen und erforderliche Verbesserungsmassnahmen für die Vermarktung von Schweizer Bio-Honig aus Sicht ausgewählter Bio-Marktpartner.

## Schlussfolgerungen

- > Um in der Schweiz mehr Bio-Honig zu produzieren und zu verkaufen, braucht es mehr ImkerInnen mit einem Bio-Zertifikat, mehr professionalisierte Imkereibetriebe und bessere Preise sowie flexiblere Liefermöglichkeiten an den Handel.
- > Eine klarere Abgrenzung von Bio-Honig gegenüber anderen Honigprodukten, z.B. durch höhere Anforderungen an die Haltung der Bienen, eine bessere Nachhaltigkeit oder eine höhere Qualität könnte die Vermarktung von Bio-Honig erleichtern und eine Zertifizierung für ImkerInnen attraktiver machen.
- > Die Produktions- und Handelsverhältnisse werden sich nicht ändern, solange die Imkerei ein Hobby vieler ImkerInnen bleibt und nicht professionalisiert wird.
- > Unabhängig davon wird Schweizer Honig, ob bio oder konventionell, in der Zukunft keine Absatzschwierigkeiten haben.