

Sehr geehrter Herr Lück, sehr geehrte Mitglieder des Präsidiums,

liebe Imkerinnen und Imker,

zum zweiten mal erhalten wir Imker nun eine vom D.I.B.-Präsidium veröffentlichte Argumentationshilfe (im Anhang) zur Wochenaktion Echter Deutscher Blütenhonig für 4,99 Euro bei ALDI-Süd.

Nun möchte ich im Umkehrschluss mit diesem offenen Brief allen Kritikern dieser ALDI-Aktion eine differenzierte Argumentationshilfe anbieten und aufzeigen, dass diese Aktion keineswegs so toll wie von Ihnen dargestellt ist. Und, weil ich nach der Aktion in 2019 den Eindruck hatte, dass entgegen Ihrer Darstellung diese Form der Werbung doch auch massiv kritisiert wurde.

Grundsätzlich ist es richtig, dass durch solche Werbeaktionen die Bekanntheit der Marke Echter Deutscher Honig gesteigert wird. Denn im Marketing gilt, auch schlechte Werbung ist Werbung. Allerdings bezweifle ich stark, dass hierdurch ein Nachfrageschub an den Haustüren der deutschen Imkerschaft ausgelöst wurde bzw. wird. Auf der Nachfrageseite werden vermutlich einzig die beiden großen Abfüllstellen Fürsten-Reform und Breitsamer-Ullrich-Bienenwirtschaft Meißen profitieren, da sie bei den drei großen Lebensmitteleinzelhändlern (LEH) REWE, EDEKA und Lidl/Schwarz Gruppe mit Blütenhonig im D.I.B.-Glas in den Regalen stehen. Dort dann aktuell mit einem Verkaufspreis zwischen 6,50 und 6,90 Euro.

Und hier sind wir beim Kern des Aktionsproblems. Der Preis von 4,99 Euro für ein 500g Glas Echter Deutscher Blütenhonig ist nicht wie von Ihnen argumentiert "fair", er ist eine Schande. Meines Erachtens wird hier der Versuch unternommen den Preis für ein D.I.B.-Glas Imkerhonig bei fünf Euro zu zementieren. Denn was passiert? Der Imker wird vom Kunden auf die Werbeaktion angesprochen und gibt seinen Honig dann aus Angst den Kunden zu verlieren für 5,00 Euro ab.

Dabei werden in Ihrer Argumentationshilfe wie sooft Äpfel mit Birnen verglichen, denn nach Ihren Preismeldungen verkauft der Imker seinen Honig für 5,00 Euro, die Abfüllstelle verkauft diesen aber für 6,90 Euro. Aus Kundensicht allerdings jeweils für ein einheitliches 500g D.I.B.-Glas Echter Deutscher Blütenhonig.

Es ist mir daher schleierhaft warum Sie der Imkerschaft nun erneut vormachen 5,00 Euro sei der Durchschnittspreis für ein Glas Blütenhonig. Alleine der Blick auf die Inflationsentwicklung bei Nahrungsmitteln macht deutlich, 5,00 Euro war vielleicht 2015 der Durchschnitt, wir schreiben 2020 und sind mittlerweile wohl eher bei 6,00 Euro und deutlich darüber wie auch der Verkaufspreis der Abfüllstellen im LEH zeigt (vergl. hierzu auch D.I.B Aktuell 2019-5, Seite 12)

Der Nachdruck mit der Sie den 5,00 Euro Preis verkünden wirft die Frage auf, wem nutzt ein niedriger Markthandelspreis? Denn es ist schon verwunderlich, dass egal wo man Einkaufspreise erfragt, der Kilopreis für Blütenhonig immer irgendwo zwischen 3,60 und 3,90 Euro ist. Ich kann bisher nicht erkennen wo sich entsprechend Ihrer Argumentation die Aktionen positiv auf die Markthandelspreise deutscher Honige ausgewirkt haben. Nur mal so ein Gedanke, läge der Durchschnittspreis für ein Glas Blütenhonig beim Imker bei 6,50 Euro, wo wäre dann wohl der Kilopreis von Honigen deutscher Herkunft? Ganz nebenbei, ein Mehr an Transparenz beim Zustandekommen des Preisspiegels wäre sicher hilfreich.

Toll finde ich auch das Konstrukt „Bienen als Bestäuber unter dem Aspekt der Biodiversität“. Wie hier ein positiver Marketingeffekt für die Marke bei den Kunden erzeugt werden soll, müssen Sie der Imkerschaft bei Gelegenheit noch mal verdeutlichen. Ich mache Ihnen aber einen anderen Vorschlag. Sie nutzen die vielgepriesene Markenaufmerksamkeit samt Werbebudget wie folgt: Die Imkerinnen

und Imker in Deutschland erbringen seit Jahrzehnten gemeinsam mit ihren Bienen eine kostenlose Bestäubungsleistung in Milliardenhöhe, honorieren Sie das und schenken Sie jedem Imker beim Kauf eines Honigglases einen Euro für diesen Dienst an der Gesellschaft! Denn aktuell schenkt jeder Imker, der seinen Honig zu dem von Ihnen ermittelten Durchschnittspreis verkauft, genau diesen einen Euro seinen Kunden.

Es würde zu weit führen diesen gesellschaftlichen Wert herzuleiten. Was ich aber noch herleiten möchte ist die Tatsache, dass es in Deutschland schlicht unmöglich ist Blütenhonig für 4,99 Euro je 500g Glas zu produzieren. Es stehen ausreichend Quellen zu Verfügung die zeigen, dass bei einer ordentlichen betriebswirtschaftlichen Vollkostenrechnung das Glas Blütenhonig nicht unter circa 6,00 Euro produziert werden kann. Selbst das Deutsche Steuerrecht würdigt mit §13a Einkommensteuergesetz diese Tatsache. Somit leistet diese Werbeaktion mit dem Schleuderpreis von 4,99 Euro dem selbstausbeuterischen System weiter Vorschub indem der Honig meines Erachtens deutlich unter den Herstellungskosten angeboten wird.

Bei dieser Gelegenheit möchte ich auch darauf hinweisen, dass ich es für längst überfällig halte, unseren Kunden die Möglichkeit zu geben, sich einen lokalen Imker über eine Datenbank auf der Homepage des D.I.B. zu suchen. So lässt sich vielleicht tatsächlich mal die "Nachfrage nach Honig der Marke Echter Deutscher Honig beim lokalen Imker fördern." Oder erklären Sie mir doch mal wie die Kunden des ALDI-Honigs dann einen lokalen D.I.B.-Markenimker finden sollen. Wir verspielen durch solche Aktionen unseren Markenkern, die Regionalität. Es macht angesichts der aktuellen Debatten keinen Sinn lokal erzeugten Imkerhonig quer durch Deutschland zu karren um diesen Abzufüllen und dann wieder quer durch Deutschland in den Lebensmitteleinzelhandel zu liefern.

Liebe Imkerinnen, liebe Imker, wir sollten diese erneute Werbeaktion mit Honig zu Schleuderpreisen zum Anlass nehmen uns selbstkritisch zu fragen ob wir das möchten. Die aktuellen Bauernproteste sollten uns eine Warnung sein. Sie zeigen, dass das System Lebensmittel zu Schleuderpreisen nicht funktioniert. Wir haben absolut keinen Grund unsere Honige zu verschleudern und in das System des immer billiger einzusteigen. Den wie heißt es auf unserer Homepage so schön: „Seit 1925 steht das Markenzeichen Echter Deutscher Honig für ein außergewöhnliches Produkt direkt aus Mutter Natur. Seine wertvollen Inhaltsstoffe, seine naturverbundene Gewinnung und sein hervorragender Geschmack garantieren Ihnen Genuss auf höchstem Niveau. Was drauf steht, ist auch drin – nämlich Honig nur aus deutschen Landen.“ Diese Versprechen dürfen wir nicht für 4,99 Euro und eine kurzfristige Aufmerksamkeit verschleudern.

Bei Gesprächen mit Marktleitern des LEH höre ich immer wieder wir Imker wären viel zu billig. Auf Basis der deutschen Honigverordnung, den Leitsätzen für Honig und den D.I.B. Qualitätsrichtlinien erzeugen wir oder besser unsere Bienen ein Lebensmittel von Spitzenqualität, den zuvor zitierten Genuss auf höchstem Niveau. Wir müssen uns keine Sorgen um den Verkauf machen, denn wir produzieren nur rund 20% des in Deutschland konsumierten Honigs.

Der Zeitgeist ist auf unserer Seite, die Kunden sind bereit für regionale Lebensmittel deutlich höhere Preise zu bezahlen. Für immer mehr Kunden ist die Qualität wichtiger als der Preis. Themen wie Nachhaltigkeit, Regionalität und Umwelt- und Naturschutz spielen bei Lebensmitteln eine immer größere Rolle. Diese Themenfelder bündeln sich in unserer fast 100 Jährigen Tradition der Marke Echter Deutscher Honig, wir dürfen uns das nicht kaputt machen lassen. Lasst uns diese Markenwerte selbstbewusst kommunizieren. Denn wir lokalen Imker sind auch ein Sinnbild dieser WERTE und unser Honig ist seinen Preis WERT.

Abschließend noch eine kleine Anekdote die mir kürzlich ein Marktleiter einer bekannten deutschen LEH-Kette erzählte und die zeigt wie man mit solchen Aktionen auch umgehen kann. Demnach versucht ein bekannter deutscher Discounter schon seit geraumer Zeit die Produkte eines Schweizer

Premiumherstellers zu Kampfpreisen zu listen. Eines Tages gelang es dem Discounter am Graumarkt einige dieser Produkte zu erwerben um sie sodann in seinen Filialen zu Kampfpreisen anzubieten. Der Premiumhersteller bekam das mit und schickte seinen gesamten Außendienst los die Ware aus dem Discounter aufzukaufen. Der Premiumhersteller wollte unter allen Umständen verhindern, dass seine Produkte mit einem Schleuderpreisimage negativ belegt werden. Nur mal so ein Gedanke, was wenn wir Imker nun am 05. März 2020 einen unheimlichen Bedarf an Echtem Deutschem Honig bei den Tafeln in Deutschland feststellen würden, wir uns sodann zum Discounter unseres Vertrauens begeben um dort den Honig kaufen den wir dann an die Tafeln verschenken...

Soweit die Sichtweise eines Imkers und Mitglieds des Deutschen Imkerbundes. Ich ergreife hiermit die von Ihnen zumindest im letzten Jahr noch gewünschte Gelegenheit: "Bisher ist eine geringe Anzahl imkerlicher Kritik eingegangen. Über eine Rückmeldung und Ihre Einschätzung zu den vorangestellten Argumenten und die Meinungsbildung zur Aktion des europaweit drittgrößten Lebensmitteleinzelhändlers freuen wir uns." und hoffe mit diesem offenen Brief einen kleinen Beitrag zur Meinungsbildung zu leisten. Unter dem Hashtag #HonigPreisWERT lade ich alle ein, sich an der Diskussion zu beteiligen.

Auf die vielleicht folgende Diskussion freue ich mich, möchte aber sinnbildlich noch auf eine alte Weisheit hinweisen die da sagt: Jede Medaille hat drei Seiten, die Seite der Befürworter, die Seite der Kritiker und die Seite die beide nicht sehen!

Mit imkerlichen Grüßen

Thomas Hock