

Markenwettbewerb abgeschlossen - Die Sieger sind gefunden

Wachtberg, 31.10.2016: Im August startete der D.I.B. für seine Mitglieder anlässlich des 90-jährigen Jubiläums des Imker-Honigglases den Fotowettbewerb „Meine Marke - Meine Stärke“. Eingereicht werden konnten bis Ende September besonders gelungene Präsentationen, die die Marke „Echter Deutscher Honig“ - ein wesentlicher Bestandteil der Verbandsarbeit und finanzielles Standbein des D.I.B. - bewerben. Dabei konnten die Bilder von einer Vermarktungssituation auf/in Märkten und bei Veranstaltungen oder von der Warenpräsentation im eigenen Verkaufsraum berichten. Bei den eingegangenen Fotos zeigten auch etliche, wie auf die Imkerei und den Verkauf von „Echtem Deutschen Honig“ aufmerksam gemacht wird.

Beteiligt haben sich viele Imkerinnen und Imker, dafür herzlichen Dank. Schade war, dass nur aus wenigen Regionen Einsendungen kamen. D.I.B.-Geschäftsführerin Barbara Löwer: „Der Wettbewerb hat uns gezeigt, wieviel Mühe sich die Imkereien bei der Vermarktung ihres Honigs machen und mit welcher Liebe zum Detail gearbeitet wird. Auch das vielfältige Engagement für die Biene, was dabei gleichzeitig von vielen geleistet wird, konnten wir auf vielen Bildern gut nachvollziehen. Es kamen auch viele Einsendungen, die Neutralgläser oder veraltete Imker-Honiggläser zeigten. Diese konnten wir aufgrund der Ausschreibungsbedingungen leider nicht berücksichtigen. Durch die große Auswahl an gutem Fotomaterial war es für uns nicht einfach, die Sieger zu ermitteln.“

Besonderes Augenmerk legte die Jury, die aus zwei D.I.B.-Vertretern und einer Imkerei-unabhängigen Person aus der Werbebranche bestand, auf eine zeitgemäße Präsentation des Glases.

Die **Sieger des Wettbewerbes** sind:

Gewinner des ersten Preises ist die Imkerei Storch aus Stein.



Erhard Storch vermarktet seit elf Jahren seinen Honig auf dem Wochenmarkt am eigenen Verkaufstand, der durch Klarheit besticht, ergänzt durch vielfältige Informationen zum Produkt und zur Bestäubungsleistung der Bienen.

Herr Storch reist mit einer Begleitperson in eine Honigregion seiner Wahl.

Den zweiten Preis erhält die Imkerei Fischer aus Nürtingen.



Die Geschwister Nicole und Emanuel Fischer stellten ihr „Honigwägle“ vor und bewiesen damit einen einheitlichen Markenauftritt gepaart mit Individualität. Den attraktiven und praktischen Verkaufsanhänger haben die beiden mit viel Liebe und Herzblut selber gebaut und bemalt und werden auf dem Wochenmarkt regelmäßig von Marktbesuchern fotografiert und für ihre Idee gelobt.

Die Imkerei erhält ein Marketing-Paket mit Gläsern, Gewährverschlüssen, Werbematerial und einen Gutschein für den Imkerei-Fachhandel im Gesamtwert von 750,- Euro.-

Die Jury vergab außerdem zwei dritte Preise, da beide Einsendungen gelungene Beispiele darstellen, wenn auch in vollkommen unterschiedlicher Form.

Einen dritten Preis erhielt die Imkerei Schürholz aus Wenden.



Christoph Schürholz vermarktet seinen Honig direkt. Zu Hause zeigt ein kleines, schön gestaltetes Schaufenster, welche Sortenhonige er aktuell im Haustürverkauf anbietet.

Den zweiten dritten Preis belegte die Imkerei Albert in Faulbach.



Renate Albert präsentiert ihren Honig im Haus modern, edel und minimalistisch und stellt damit das Premiumprodukt „Echter Deutscher Honig“ in den Mittelpunkt.

Beide Gewinner erhalten einen Gutschein für den Imkerei-Fachhandel im Wert von 250,- Euro.

Herzlichen Glückwunsch an alle Gewinner und weiterhin viel Spaß und Freude an der Vermarktung von „Echtem Deutschen Honig“!

Da die Auswahl der Preisträger aufgrund der vielen schönen Einsendungen nicht leicht fiel, werden wir im kommenden Jahr in allen Ausgaben von D.I.B. AKTUELL weitere besonders gelungene Präsentationen vorstellen.

Kontakt: Petra Friedrich, E-Mail: dib.presse@t-online.de, Tel. 0228/9329218 o. 0163/2732547