



STRATEGI 2016-2020



DANMARKS
BIAVLERFORENING

INDHOLD

Forord	3
Biavlen og omverdenen	4
Missionen	10
Visionen	11
Målsætningerne	12
Strukturen	14

Foto:

Viggo Brandt, Jan Sæther, Kurt Meier,
Knud Graaskov, Hanne Larsen,
Palle Frejvald og Steen Knudsen

Tekst og layout:

Rolf Theuerkauf og
Rune Havgaard Sørensen



FORORD

Danmarks Biavlerforening kan i 2016 fejre sit 150 års jubilæum. Det er en oplagt anledning til både at se tilbage og se frem i tiden.

Strategien, som du sidder med, er et forslag til, hvor Danmarks Biavlerforening skal være i 2020, samt hvordan vi kommer derhen. Hvis vi ikke har et mål for, hvordan vi vil placere os i fremtiden, så kan det være ligegyldigt, hvilken vej vi går.

Baggrund for strategien

Danmarks Biavlerforenings hidtidige strategi løb i perioden 2012—2016. Derfor blev der i 2015 igangsat en proces, for at skabe en strategi, der kan afløse den hidtidige.

Gennem besøg og foredrag i en række lokalforeninger, blev der dannet et godt fundament. Dette pegede på tre essentielle områder, som danner vores værdikæde: Bierne, Biavlerne og Biernes produkter.

På formandsmødet i oktober 2015, fik deltagerne mulighed for, at komme med bud på styrker, svagheder, muligheder og trusler inden for de tre områder. Der blev også arbejdet med konkrete forslag til aktiviteter, og endelig blev der set ind i fremtiden.

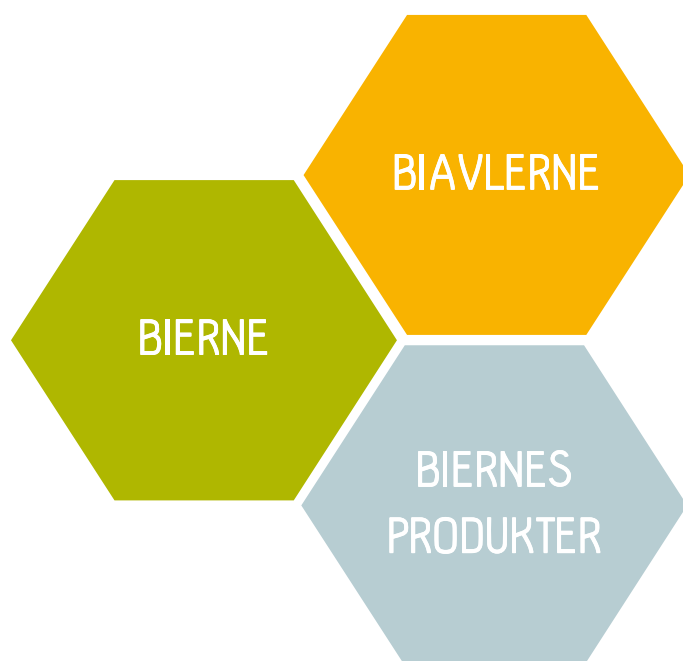
Alt dette er blevet sammenfattet til denne strategi. De mange forslag til konkrete aktiviteter vil endvidere indgå, når vi skal realisere strategien.

Realisering af strategien

En strategi skal ikke blot være nogle fine ord på et stykke papir. Vi skal i arbejdstøjet for at opfylde målsætningerne og hele tiden arbejde os hen mod at gøre visionen til virkelighed.

Hvert år udarbejder bestyrelsen årsplan, indeholdende de aktiviteter foreningen vil gennemføre det pågældende år. På generalforsamlingen fremlægger bestyrelsen sine planer for det kommende år, og i beretningen kan man orientere sig om, hvad der er gennemført. På den måde bliver strategien skridt for skridt gjort til virkelighed.

Vi håber at du som medlem af Danmarks Biavlerforening vil med på denne spændende rejse.



BIAVLEN OG OMVERDENEN

Følgende sider indeholder et sammenkog af de styrker, svagheder, muligheder og trusler, der kom frem i processen ved formandsmødet i 2015. Dette har dannet baggrund for strategiens indhold.

BIERNE

Styrker

I Danmark udføres et godt og professionelt avlsarbejde, hvilket medvirker til at danske bier generelt er sunde og modstandsdygtige overfor sygdomme.

Generelt er biavlere i Danmark veluddannede og det er medvirkende til, at der er godt styr på varroabekæmpelse uden brug af lægemidler. Det høje faglige niveau hos biavlere gør også, at man generelt forstår betydningen af god hygiejne i biavl (både med hensyn til

materiel og fødevareproduktion).

Endelig er biernes vigtige rolle som bestøvere af afgrøder og den vilde flora en stor styrke.

Svagheder

Der er behov for mere uddannelses tilbud til kyndige biavlere og varroainstruktører.

Sygdomsovervågningen fungerer dårligt og der er mangel på respekt omkring systemet. Ligeledes kunne der ønskes mere opsøgende arbejde i forbindelse med sygdomsudbrud.

Manglende fødegrundlag for bierne, specielt i landbrugsområder, kan svække biernes modstandsdygtighed overfor sygdomme, skadedyr og pesticider. Samtidig kan det være medvirkende til at true rentabiliteten i biavl. Klimaforandringer kan blandt andet medvirke til at nye sygdomme og skadedyr kommer til landet.



Muligheder

Øget fokus på at reducere brugen af pesticider og GMO i landbruget samt på biernes fødegrundlag vil forbedre biernes og biavlens vilkår. Et øget fokus på at varroabekæmpelsen foregår uden brug af lægemidler vil styrke dansk biavls omdømme og dansk honning som et rent naturprodukt. Dette styrker også dansk honnings konkurrencevilkår i forhold til importeret honning.

Støtte og videreudvikle det avlsarbejde som pågår, så vi får endnu bedre bier.

Bedre registrering i et forbedret og brugervenligt bigårdsregister.

Forbedrede og udvidede uddannelsesmaterialer, en decentral uddannelse af kyndige biavlere og efteruddannelse af instruktører.

Afklaring af problematikken om, hvorvidt honningbier og vilde konkurrerer med hinanden.

Trusler

Hvis fødevarelovgivningen bliver for stram og urimelig.

Skandalesager med honningforfalskning.

Hvis ikke vi sørger for at have fredelige bier – specielt i byerne og tætbefolkede områder – er der risiko for, at biavlens møder modstand i befolkningen og at bierne er uønskede i sådanne områder. Ligeledes kan honningbierne risikere at blive betragtet som "skadedyr" i forhold til de vilde bier.



BIAVLEREN

Styrker

Der er en øget synliggørelse af biavl i Danmark, og det er blevet trendy at være biavler. Offentligheden er blevet bevidst om biavlernes og biernes betydning som varetagere af vigtige økosystemtjenester. Samtidig er der en øget bevidsthed om, hvor interessant og forskelligartet det kan være at drive biavl.

Som biavler bliver man stillet over for en del forskelligartede udfordringer, hvilket gør, at man skal bruge "hovedet" på en anderledes måde i forhold til den almindelige hverdags udfordringer. Det er sjældent, at der kun findes én løsning på udfordringen, og som biavler er man derfor nødt til at bruge sine kreative, faglige og logiske evner. Aktiviteterne omkring biavl er begrænset til en del af året, og som biavler når man som regel ikke at blive træt af at passe bierne. Vinterhalvåret er en god pause, hvor længslen efter en ny sæsons begyndelse gradvis tiltager.

I lokalforeningerne får de nye biavlere mulighed for oplæring og samtidig kan de drage nytte af den enorme vidensbank som de "ældre" biavlere erfarer udgør. Biavlere er forskellige og repræsenterer en bred vifte af kompetencer (erhvervsmæssige og uddannelsesmæssige), som både den enkelte biavler og lokalforening kan drage nytte af. Der er et rigt fagligt, socialt og uformelt samvær blandt biavlere.

Svagheder

Blandt nye biavlere er der mangel på erfaring, hvilket kan få udfordringerne ved biavl til at synes uoverkommelige. Desuden har mange nye biavlere kun et ganske lille antal bifamilier, hvilket gør dem ekstra sårbare i forhold til vintertab. Det kan være svært at holde gejsten oppe, hvis man mister sine bier i løbet af vinteren.

Selvom der er kommet flere yngre biavlere til, så er der stadig en overvægt af biavlere som er oppe i årene.

Fordi biavlere er meget forskellige med hensyn til alder, erfaring og kompetencer, så er det svært at nå alle med hensyn til undervisning, tilbud og aktiviteter. Disse forskelligheder kræver nytænkning, men det er ikke alle foreninger, der har ressourcer til dette. Manglen på fornyelse og tilbud bevirker at det kan være vanskeligt at fastholde biavlerne.

Muligheder

Biavlere er et mangfoldigt netværk, hvor der kan trækkes på en bred vifte af erfaringer, viden, netværk og kompetencer. Disse biavlernetværk kan bruges til f.eks. at etablere bigårde i fællesskaber.

I takt med at antallet af biavlere stiger



og bliver en større interessegruppe, så bliver det lettere at opnå gennemslagskraft, lydhørhed og påvirkning af medier, politikere (både nationalt, regionalt og kommunalt) og den brede offentlighed.

Det stigende antal biavlere - og deres forskellige kompetencer – muliggør, at der kan afholdes større arrangementer både lokalt og på landsplan, ligesom der er mulighed for større deltagelse i forsøgsarbejdet.

Biavl og biernes verden er spændende stof til formidling og inspiration.

Trusler

Urimelige myndighedskrav (f.eks. i form

af fødevarerlovgivning og tvungen registrering i CBR) kan få biavlere til at indstille aktiviteterne.

Den store tilgang af biavlere kan risikere at sprænge rammerne og faciliteterne i lokalforeningerne, ligesom det nære sammenhold og sociale fællesskab mister sin intimitet og attraktivitet.

På grund af biavlernes forskellige baggrunde og alder er der risiko for at man "rammer ved siden af" med hensyn til uddannelsestilbud og aktiviteter, hvilket kan føre til medlemsflugt. Samtidig kan andre tilbud, f.eks. selvstudier på YouTube, blive mere attraktive i forhold til foreningernes tilbud.





BIERNES PRODUKTER

Styrker

Dansk honning er et rent naturprodukt, som er produceret lokalt. Produktionen af dansk honning er med til at sikre bestøvningen af afgrøder og den vilde flora i Danmark.

Dansk honning er et godt brand i kraft af, at det er et troværdigt produkt med et godt omdømme.

Biernes produkter er mangfoldige og med mange forskellige anvendelsesmuligheder.

Svagheder

En del af biernes produkter er kendt for at være gavnlige for helsen, men der mangler delvist solid og skudsikker dokumentation for egenskaberne.

Der mangler en effektiv markedsføring af biernes produkter – herunder en udbredelse af kendskabet til produkternes anvendelsesmuligheder.

Muligheder

Bierne producerer en lang række forskellige produkter, som ved produktudvikling kan føre til en øget anvendelse af disse (f.eks. propolis, pollen, pupper, voks, bigift, tavlehonning). Samtidig skal biavlerne blive bedre til at beskrive og fremhæve egenskaberne ved produkterne (f.eks. henlede opmærksomheden på, at honning kan erstatte sukker i husholdningen og at man derved kan spare på kalorieindtaget samtidig med, at man tilføjer retterne ekstra smagsnuancer).

Øgede uddannelsesmuligheder inden for produktudvikling, sensorik og markedsføring vil kunne føre til øget afsætning og synliggørelse af produkterne og mangfoldigheden af anvendelsesmuligheder.

Fremme og synliggøre dokumentation for gode egenskaber ved biernes produkter.

En øget markedsføring af Danmarks Biavlerforenings logo i medierne (f.eks. i ugeblade og på tv) vil øge kendskabet til og genkendeligheden af dansk kvalitets honning. Samtidig skal dansk honning markedsføres på det forhold, at dansk honning er fra danske bier, som har bestøvet den danske natur og dermed udført naturpleje.

Trusler

Forskellig prissætning af biernes produkter kan føre til en priskrig mellem biavlere i kampen om at få skabt afsætning. Import af billig honning øger den negative prisudvikling, ligesom det kan true afsætningsmulighederne for dansk honning. En generel dårlig økonomi kan føre til, at biavlere indstiller deres aktiviteter.

Fortsatte ulige konkurrencebetingelser på økologi området, påvirker afsætningen i butikker.



MISSIONEN

Missionen fortæller, hvorfor Danmarks Biavlerforening er sat i verden. Vores mission er ikke en hemmelig mission, men en mission, som vi alle kender. Det er nemlig foreningens formålsparagraf.

Foreningen blev for 150 år siden stiftet for at samle landets biavlere i en forening og arbejde for fælles interesser. På samme måde har foreningen siden stiftelsen arbejdet for fremme og udbredelse af biavl.

”Danmarks Biavlerforenings formål er at samle Danmarks biavlere i en organisation, der varetager dansk biavls interesser og virker for biavlens fremme.”

VISIONEN

Visionen er det, vi stiler efter. Det er fremtidsscenariet, som vi gerne vil nå frem til. Visionen er skrevet på baggrund af de mest visionære input, der er samlet i processen.

Kraftcenter

Vi har ved flere lejligheder konstateret, at vi kommer længst gennem samarbejde. Vi vil derfor arbejde for at være en anerkendt og foretrukken partner, der byder ind til samarbejde, når det kan give værdi for biavlen.

Værdi for biavleren

Danmarks Biavlerforening skal være en naturlig del af biavlerens hverdag, og medlemskabet skal give værdi for den enkelte biavler.

Sikre bestøvningen

Bestøvningens betydning skal være kendt og anerkendt. Vi skal som biavlere være kendt for at sikre den vigtige bestøvning i Danmark.

"Danmarks Biavlerforenings vision er at være dansk biavls kraftcenter, som hver dag giver værdi til landets biavlere, der sikrer bestøvningen i Danmark."

MÅLSÆTNINGERNE

BIERNE

Vi vil frem mod 2020...



Øge forståelsen for pollens betydning for biernes sundhed og ernæring.



Sikre at dansk biavl hviler på et fagligt kompetent avlsarbejde.



Sikre at der er udviklet et brugbart system til registrering af bigårde og sygdomme.



Sikre at mindst 75 % af alle biavlere kender hjemmesiden varroa.dk og at den aktivt vedligeholdes og anvendes.



Sikre kendskab til nyeste metoder, så dansk biavl er bæredygtig med høj sundhedstilstand, uden brug af lægemidler.

BIAVLERNE

Vi vil frem mod 2020...



Sikre at uddannelsesstrukturen er fastlagt, implementeret og løbende udbygget.



Sikre understøttelse af lokalforeningernes arbejde.



Arbejde for, at der ikke er kommet regler, der gør det vanskeligt at være biavler.



Sikre at koordinatorsystemet skal være implementeret i 75% af alle lokalforeninger.



Fastholde og øge samarbejdet med myndigheder, forskningsinstitutioner og andre organisationer.

BIERNES PRODUKTER

Vi vil frem mod 2020...



Placere Dansk Honning i forbrugers bevidsthed og hæve selvforsyningsgraden i Danmark.



Øge værdien af Dansk Honning.



Sikre at bestøvningens betydning er kendt og værdisat i hele landet.



Øge afsætningen af voks, propolis, gele royal og bigift.

STRUKTUREN

MISSION

"Danmarks Biavlerforenings formål er at samle Danmarks biavlere i en organisation, der varetager dansk biavls interesser og virker for biavlens fremme."

VISION

"Danmarks Biavlerforenings vision er at være dansk biavls kraftcenter, som hver dag giver værdi til landets biavlere, der sikrer bestøvningen i Danmark."

BIERNE

- Vi vil øge forståelsen for pollens betydning for biernes sundhed og ernæring.

- Vi vil sikre at dansk biavl hviler på et fagligt kompetent avlsarbejde.

- Vi vil sikre at der er udviklet et brugbart system til registrering af bigårde og sygdomme.

- Vi vil sikre at mindst 75 % af alle biavlere kender hjemmesiden varroa.dk og at den aktivt vedligeholdes og anvendes.

- Vi vil sikre kendskab til nyeste metoder, så dansk biavl er bæredygtig med høj sundhedstilstand, uden brug af lægemidler.

BIAVLERNE

- Vi vil sikre at uddannelsesstrukturen er fastlagt, implementeret og løbende udbygget.

- Vi vil sikre understøttelse af lokalforeningernes arbejde.

- Vi vil arbejde for, at der ikke er kommet regler, der gør det vanskeligt at være biavlere.

- Vi vil sikre at koordinatorsystemet skal være implementeret i 75% af alle lokalforeninger.

- Vi vil fastholde og øge samarbejdet med myndigheder, forskningsinstitutioner og andre organisationer.

BIERNES PRODUKTER

- Vi vil placere Dansk Honning i forbrugerens bevidsthed og hæve selvforsyningsgraden i Danmark.

- Vi vil øge værdien af Dansk Honning.

- Vi vil sikre at bestøvningens betydning er kendt og værdisat i hele landet.

- Vi vil øge afsætningen af voks, propolis, gele royal og bigift.



DANMARKS BIAVLERFORENING
FULBYVEJ 15 - 4180 SORØ
TLF.: 57 86 54 70
E-MAIL: DANSK@BIAVL.DK
WWW.BIAVL.DK