



Hansa-Berufskolleg, 19.03.2019

## **Michael Radau zu Gast im Hansa-Forum: Plädoyer für eine „enkeltaugliche Zukunft“**

Michael Radau ist einer der Pioniere der Bio-Markt Idee und erinnert sich noch an die 1980er Jahre, als die Bio-Bewegung eine „zarte Pflanze“ und der Begriff „Öko“ alles andere als ein Aushängeschild für Gesundheit und Nachhaltigkeit waren. Er entwickelte in den 1990er Jahren ein Konzept für seinen SuperBioMarkt, ist Vorstandsmitglied der ebenso genannten Aktiengesellschaft, die mittlerweile mit 25 Filialen in Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen vertreten ist. Seinen ersten Bio-Supermarkt eröffnete er in Münster.



**Abbildung 1:**Hansa-Berufskolleg: Michael Radau ist Gastredner des Hansa-Forums. Foto: HBK-LV.

In seinem einstündigen Vortrag berichtete Michael Radau den Schülerinnen und Schülern des Hansa-Berufskollegs, wie sich sein Unternehmen „von der Nische zum Mainstream“ im Bio-Segment der Lebensmittelbranche entwickeln konnte, welche Anforderungen an Bio-Produkte gestellt werden, und wel-

che absatzwirtschaftlichen Alleinstellungsmerkmale sein Handelsunternehmen auszeichnen.

Der Begriff „Bio“ war anfänglich ein relativ unbestimmter Sammelbegriff für natürliche Lebensmittel. Erst als die EU-Öko-Verordnung Anfang der 1990er Jahre die Regeln für die Kennzeichnung von Bio-Lebensmitteln festlegte, konnte der Verbraucher sicher sein, dass für Bio-Produkte Qualitätsstandards gelten: Nur wo Bio drin ist, darf auch Bio draufstehen, so die EU-Öko-Verordnung. Nach Auskunft des Unternehmers tragen heute über 120.000 Produkte das staatliche Bio-Siegel. Er sei stolz, dass in seinen Filialen um die 7.000 Produkte vertreten sind, die alle zu 100% als Bio-Lebensmittel zertifiziert wurden.

Ereignisse wie zum Beispiel Tschernobyl (1986) oder der BSE Skandal (2000) sowie die Aufregungen über dioxinverseuchte Futtermittel (2010) haben dazu beigetragen, dass sich die Menschen intensiver mit dem Thema „gesunde Ernährung“ auseinandersetzen wollten, erklärte Radau den Schülerinnen und Schülern. Infolge der Negativschlagzeilen stieg der Verkauf an Bio-Produkten um ein Vielfaches. Dies begünstigte das Wachstum in der Bio-Lebensmittelbranche. Mittlerweile gebe es ca. 2.500 Bio-Lebensmittelgeschäfte in Deutschland, davon seien ca. 800 Läden sogenannte Bio-Supermärkte mit einer Verkaufsfläche von 400 m<sup>2</sup> und mehr, so Radau.



**Abbildung 2: Hansa-Forum mit Michael Radau: Ein Schüler fragt nach ... . Foto: HBK-LV**

Beflügelt von der Bio-Welle hatte Radau die Vision, den Verkauf von Bioprodukten in der Größenordnung eines Supermarktes zu organisieren. Er hatte genaue Vorstellungen von dem, was sein SuperBioMarkt sein sollte: Ähnlich wie die Standard-Supermärkte sollte dem Kunden ein Vollsortiment an echten Bio-Produkten mit einer Obst-, Gemüse-, Fleisch-, Käse- und Backwaretheke angeboten werden. Gleichzeitig setzte er vor allem auf qualifiziertes Personal, das eine exzellente Kundenberatung und guten Service sicherstellen sollte. Auch wenn Radaus SuperBioMarkt von der Größe her Ähnlichkeit mit den Supermärkten der Lebensmittel-Discounter haben mag, so legt der Unternehmer Wert darauf, dass sich seine Märkte in der Qualität und Herkunft der Waren sowie in der Beratung der Kunden erheblich von den üblichen Märkten unterscheiden.



**Abbildung 3: Hansa-Forum mit Michael Radau und Schülerinnen und Schüler sowie Angelika Städler (r.). Foto: HBK-LV.**

Die Vermarktung von Bioprodukten bedeute, so Radau, Produkte anzubieten, die nicht aus einer Massenerzeugung, sondern von regionalen Lieferanten stammen und in viel kleineren Stückzahlen produziert werden. Die Erzeuger seiner Bio-Lebensmittel betreiben keinen intensiven Landbau und setzen in der Tierhaltung auf eine großzügige Freilandhaltung. Deshalb sei er auch ein Verfechter einer höheren Wertschätzung für die Produktion von regionalen Lebensmitteln und distanzieren sich vom Wertschöpfungsgedanken der Discounter, die kontinuierlich darüber nachdenken, wie

man als Preisführer das Produkt noch billiger anbieten könne. „Es sei ein Trugschluss, wenn wir im Lebensmittelbereich dem Kunden eine hohe Produkt- und Servicequalität und gleichzeitig Niedrigpreise suggerieren wollen“, sagte Radau. „Wenn ein Landwirt 20ct für einen Liter Milch bekommt, so wird er auf Dauer nicht in der Lage sein, Landbau und Tierhaltung aufrechterhalten zu können.“



**Abbildung 4: Angelika Städler, Hansa-Forum, bedankt sich im Namen der Schulleitung des Hansa-Berufskollegs bei Herrn Radau für seinen interessanten Gastvortrag. Foto: HBK-LV.**

Viele Bio-Lebensmittel sind erklärungsbedürftig. Viele Kunden, die Bio-Lebensmittel nachfragen, wünschen sich eine fachmännische Beratung. Und genau hier setzt Radau an: Es sei ihm wichtig, dass seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fachlich und im Umgang mit Kunden optimal geschult sind, so dass sie jedem Kunden - sei er auch noch so anspruchsvoll -, das Produkt in aller Ruhe und Ausführlichkeit erklären können. Zeit für Kunden zu haben, habe in seinem Konzept höchste Priorität. Radau war fest davon überzeugt, dass auf diese Weise das Einkaufen für den Kunden zum Erlebnis werde und der stationäre Handel überlebensfähig bleibe.

Zum guten Schluss brachte der Unternehmer, Michael Radau, seine Leitmotive noch einmal auf den Punkt: Es sei ihm wichtig, einen Beitrag zu leisten, um Ökonomie,

Ökologie, Gesundheit und Fairness in Einklang zu bringen. Den Schülerinnen und Schülern gab er mit auf den Weg: „Wem das Wohl der nachfolgenden Generationen nicht egal ist, wird sich in allen Lebensbereichen Gedanken machen müssen, wie man eine „enkeltaugliche Zukunft“ am nachhaltigsten gestalten kann. LV<sub>25.04.209</sub>