

*Der Bio-Unternehmer Stefan Maran schreibt seit 20 Jahren in Wien eine einzigartige Erfolgsgeschichte -- zwei entscheidende Faktoren sind seine Liebe zu Lebensmitteln und seine Offenheit für HighTech.*

## Maran: Bio-Tausensassa goes Marktführer

**Gießen. (22.09. / mt) Der «biomarkt maran» ist der größte Einzelanbieter im österreichischen Naturkostfachhandel. Begonnen hat der Marktführer 1986 mit einem Naturkostladen auf nur 60 Quadratmetern. Inhaber Stefan Maran dokumentiert mit seinen vier Märkten eine stabile Positionierung inhabergeführter Naturkostmärkte gegenüber Bio-Discountern. Gesteuert und kontrolliert werden die vier Märkte über die Vernetzung von Mettler-Toledo Ladenwaagen und dem Warenwirtschaftssystem.**

Warum sind manche Unternehmer einfach erfolgreicher als andere? Wer den Bio-Unternehmer Stefan Maran in Wien kennen lernt, findet so viele Antworten darauf. Da ist Charisma und Intuition. Da ist der Wunsch, die bestehende Welt zu verbessern und die Fähigkeit, neue Welten zu entdecken. Das alles vereint sich aber auch in einem strategisch planenden Geschäftsmann, der sein Unternehmen kontrolliert weiterentwickelt.

Bei dieser Planung und Kontrolle setzt Maran modernste netzwerkfähige Ladenwaagen der Generation UC (Unlimited Connectivity) von Mettler-Toledo ein. Mit den Lösungen des Wägetechnik-Weltmarktführers hat der Bio-Unternehmer ein Stück seiner Erfolgsgeschichte geschrieben: So setzte er schon zu einer Zeit Barcodescanner und Checkout-Systeme im Kassensbereich ein, als sich andere noch sorgten, ob denn solcherlei Hightech und Bio-Lebensmittel überhaupt zusammen passen. Heute ist es für Stefan Maran ganz selbstverständlich, dass er mit seinem Warenwirtschaftssystem Bio-Office zentral die UC-Ladenwaagen von Mettler-Toledo in den einzelnen Märkten steuert, die mit dem Windows-Betriebssystem XP laufen.



**«Eine gute Ladenwaage nimmt den Verkäuferinnen Arbeit ab, so dass die verkäuferische Energie dem Umsatz zugute kommt», sagt Stefan Maran und beweist das in seinen Märkten (Bildquelle: Mettler-Toledo).**

Stefan Maran hat in den 20 Jahren seit seiner Existenzgründung den Wandel der Naturkostbranche miterlebt und mitgestaltet. Wenn er es heute schafft, seinen Kunden eine Mehrpreisbereitschaft für regionale und bäuerliche Bio-Lebensmittel abzuverlangen, dann geht die erfolgreiche Marktpositionierung in ihren Wurzeln bis zum Jahr 1986 zurück. Zusammen mit seiner Ehefrau Josefine, einer gelernten Drogistin, eröffnete er in Döbling, dem 19. Wiener Bezirk, seinen ersten Naturkostladen. An diesem Standort hatten drei Vorgänger erfolglos einen Bioladen betrieben und jeweils Konkurs anmelden

müssen. Seine Standortentscheidungen begründet Stefan Maran noch heute so: «Wenn man eine positive Beziehung zu einem Ort hat, dann spüren das die Kunden und akzeptieren einen». Wie er es geschafft hat, an seinem ersten Standort schon Ende der 80er Jahre auf gerade 60 Quadratmetern mehr als sieben Millionen Schillinge pro Jahr umzusetzen? Maran: «Wir hatten uns damit beschäftigt, was unsere Kunden wirklich haben und bezahlen wollen. Und wir hatten dann intuitiv das Richtige gekauft».

### Alleinstellung durch regionale Bio-Lebensmittel

Das «Richtige» in der jungen österreichischen Bioszene zu finden und zu kaufen war aber damals höchst mühevoll. Maran erinnert sich: «Wir waren jede Woche lange unterwegs, um bei sehr vielen regionalen Partnern Obst und Gemüse, Milch und Milcherzeugnisse zu kaufen». Bei diesen Einkaufstouren durch Österreich hat Maran die Branche kennen gelernt. Besonders fasziniert haben ihn immer Lieferanten, die zu ihren Produkten auch eine Geschichte hatten -- und der junge Bio-Unternehmer gab diese authentischen Lebensmittel in seinem ersten Laden mit eben diesen Geschichten zu Produkt und Produktion an seine Kunden weiter. Natürlich denkt Maran gern an diese ersten Erfolge zurück: «Das hat uns binnen kürzester Zeit zum bestgehenden Naturkostladen Wiens gemacht».

### Schuldenberg und BSE-Boom

Noch bevor der Begriff des Bio-Supermarkts etabliert war, hatte Maran den Mut zu mehr Ladenfläche. Der Wechsel vom Naturkostladen zum Bio-Supermarkt war nicht ohne Risiko. Die Kunden brauchten mehr Zeit als erwartet, um sich an die neue Angebotsform zu gewöhnen. Der erfolgsverwöhnte Unternehmer Maran erzählt auch von seinen Krisenzeiten offen und ehrlich: «Damals wuchs der Schuldenberg bedrohlich an». Doch dann -- genau rechtzeitig für Maran -- kam die BSE-Krise und diese brachte ganz neue Kunden in die damals drei Maran-Biomärkte.

In der Zeit des Aufschwungs durch ein neues, und bislang in Bio-Dingen unerfahrenes Kundenpublikum, fragte sich Maran erneut: «Was wollen diese Kunden wirklich haben, was ist ihnen wichtig?». Er erkannte die neuen Anforderungen der neuen Zielgruppe: «Diese Leute wollten nicht nur Umwelt-



**Die Marans, hier Stefan Maran mit Ehefrau Josefine lassen sich von Herbert Stindl, Retail-Experte bei Mettler-Toledo Österreich, gerne über die Einsatzmöglichkeiten der netzwerkfähigen Ladenwaagen beraten (Bildquelle: Mettler-Toledo).**

und Naturschutz, sondern zunächst einmal unbeschwerten Genuss. Wir haben gelernt, diese Genussmenschen zu befriedigen». Die neuen an Genuss und Sicherheit orientierten Kunden fühlten sich in den modernen Maran-Märkten sofort wohl. Diese Modernität und Professionalität im Business demonstrieren bei Maran beispielsweise die im Kassenbereich eingesetzten «Magellan» Scanner- und Checkoutwaagen von Mettler-Toledo.

Das Credo des erfolgreichen Wieners lautet: «Der Kunde an unseren Regalen und Theken muss spüren, dass unsere Produzenten und unsere Mitarbeiter etwas ganz Exzellentes bieten». Natürlich finden erfahrene Besucher in Maran-

Märkten europaweit etablierten Biomarkenartikel -- aber eben auch eine weit überdurchschnittliche Vielfalt an regionalen Erzeugnissen. Ob an der Käse- und Wursttheke, bei den Brotaufstrichen, am Weinregal oder an den Gemüseboxen: Überall sind kleine regionale, handwerkliche und bäuerliche Erzeugnisse aus dem Waldviertel, der Wachau oder dem Salzburger Land zu finden.

Diese Exzellenz im Sortiment wird ebenfalls durch Professionalität in der technischen Ausrüstung unterstrichen: Die vernetzt arbeitenden Ladenwaagen der Generation UC (Unlimited Connectivity) sind im neuen Markt Pechtoldsdorf mit Linerless-Druckern ausgestattet. Damit entfällt der lästige Klammerschluss der Papiertüten an der Theke. Der Klebebon Linerless verschließt elegant und hygienisch einwandfrei die Tüten.

### **Persönliche Qualitätsgarantie zählt**

Eine seiner persönlichen Hauptaufgaben sieht Maran darin, sein unternehmerisches Erfolgsrezept und seine Geschäftsphilosophie auch an alle seine Mitarbeiter weiterzugeben. Wer als Kunde beispielsweise im neuesten Maran-Markt in Perchtoldsdorf bei Wien an der Fleischtheke steht und der Fleischhauer hinter der Theke Bio-Schweinekarree präsentiert bekommt, hat das sichere Gefühl, hier beim Bio-Fleischer seines Vertrauens einzukaufen. Stefan Maran vermittelt seinen Mitarbeitern, wie sie selbst durch Fachwissen und engen Kundenkontakt eine persönliche Qualitätsgarantie weitergeben können. Gerade diese ständige Mitarbeiterschulung hilft Maran dabei, zwar größer, aber nie anonym zu werden.

Auf der letzten Messe «Biofach» in Nürnberg hat sich Maran von seinem Partner für Wäge- und Kommunikationstechnik, Mettler-Toledo, zeigen lassen, wie auf den neuesten Ladenwaagen der Generation UC auch ganze Mitarbeiterschulungen über den Waagenbildschirm ablaufen können. Das hat seine Entscheidung, seinen neuesten Markt mit UC-Waagen auszustatten, noch einmal bestätigt.

Bei aller Offenheit gegenüber Hightech-Lösungen zur Steuerung und Kontrolle seiner Märkte ist Stefan Maran kein Technik-Freak: «Ich kaufe mir ständig diese neueste Technik von Mettler-Toledo, weil so das Verkaufen erleichtert wird. Meine Mitarbeiter sollen sich schließlich auf den Kunden und die Theke



**Stefan Maran setzte bereits auf Scanner und Checkout-Waagen, als andere Naturkosthändler noch überlegten, ob sich das überhaupt mit Bio vertragen würde (Bildquelle: Mettler-Toledo).**

konzentrieren». Ganz klar formuliert Maran, worum es ihm bei Investitionsentscheidungen wie der zu Ladenwaagen vor allem geht: «Ich kaufe solche Waagen, damit alle verkäuferische Energie meiner Mitarbeiter dem Thekenumsatz zugute kommt».

Stefan Maran sitzt in seinem Büro am PC und hat hier über die Vernetzung der Ladenwaagen in seinen Märkten den vollen Überblick. Damit ihm in der Anwendung seiner Technik nichts entgeht, hält er engen Kontakt zu den Beratern von Mettler Toledo Österreich. Der Profi für Lösungen im Lebensmittelhandel von Mettler Toledo, Herbert Stindl, ist ihm ein wichtiger Partner, um HighTech-Lösungen für seine Märkte so nutzbringend wie möglich einzusetzen. Diese Art und Weise Partnerschaften aufzubauen und zu nutzen, hat Stefan Maran verinnerlicht. Den Grundgedanken zur Einbeziehung der Partner beschreibt er mit diesem Bild: «Eine Chance als Baum hast du schließlich nur, wenn du im Wald stehst».

## Mettler-Toledo Kurzprofil

*Mettler-Toledo ist führender internationaler Hersteller von Präzisionsinstrumenten und weltweit größter Anbieter von Wägesystemen. Zu den Kernkompetenzen des börsennotierten Unternehmens zählen Netzwerklösungen aus Waagen und Kassen zur Steuerung und Kontrolle im Bereich Lebensmittelhandel und -handwerk. Als einziger Anbieter der Branche verfügt Mettler-Toledo über ein weltweites Vertriebs- und Service-netz. Das Unternehmen bedient seine Kunden in über 100 Ländern mit über 40 eigenen Vertriebs- und Servicegesellschaften sowie Generalvertretern und Fachhändlern.*

**Kontakt:** **Mettler-Toledo Deutschland**  
Ockerweg 3  
DE-35353 Gießen  
**Telefon:** +49 (0)641 50 70  
**Telefax:** +49 (0)641 52 951  
**E-Mail:** InfoRetailD@mt.com  
**Internet:** <http://www.mt.com/baeckerseite>