

# „Oft scheitern die Idealisten“

Der Bio-Spitzkoch und Gastronomie-Berater über Bruchlandungen gastronomischer Bio-Pioniere, Imageprobleme und eine mögliche Erfolgsformel

► *Ihr Herz schlägt seit 20 Jahren für Bio, aber ein Bio-Restaurant wollen sie nicht mehr betreiben. Warum nicht?*

**Kolb:** Nicht als Einzel-Gastronomie. Das Problem ist, die Mengen sind zu klein, um von Rabatten im Einkauf zu profitieren. Der Lebensmitteleinzelhandel oder die Betriebsgastronomie haben da ganz andere Möglichkeiten. Und in diesen Bereichen läuft Bio sehr gut. Auch wenn am Ende nicht unbedingt eine ausgewogene und gesunde Mahlzeit auf dem Teller liegt.

► *Versuche, erfolgreich Bio-Gastronomie zu etablieren, gibt es viele. Woran liegt es, wenn sie scheitern?*

**Kolb:** Es gibt viele Anläufe, die nicht funktioniert haben. Häufig sind es ausgerechnet die hochmotivierten Überzeugungstäter, die Probleme bekommen, weil sie Gleichgesinnte ins Lokal holen wollen. Die bilden jedoch eine sehr kleine Zielgruppe. Oft laufen den Betreibern die Warenkosten davon. 32 Prozent Wareneinsatz ist, bei vielen anfänglich schon gut, dann haben die hart gearbeitet. Fangen sie bei 50 Prozent an, geht ihnen schnell die Puste aus. Oft wird zu personalintensiv gearbeitet. Die Kosten dafür liegen anfänglich bei 50 bis 60 Prozent. Der Gewinn reicht, wenn überhaupt, gerade, um Zinsen und Schulden abzubezahlen. Das geht nicht lange gut. Oder sie

Produkte mehr zu bezahlen. Wir wissen aber, dass die Deutschen im Schnitt nur 12,50 Euro für eine Gesamtmahlzeit mit Getränk ausgeben wollen. Chancen sehe ich in der Systemgastronomie. Auch das Bio-Catering entwickelt sich gut. Neue Projekte hierzulande kommen allerdings durch die Finanzkrise ins Stocken.

► *Wie steht es um Bio als Imagefaktor?*

**Kolb:** Bio hat den Fehler gemacht, sich zu stark über Gesundheit zu definie-

ren, das will nicht unbedingt jeder hören. Ich kenne Gastronomen, die sind zertifiziert, werben aber nicht mehr damit. Bei Bio denken bis heute noch viele an teuer, staubtrocken und vollwertig. Die Slow-Food-Bewegung hat mehr Glück mit der Akzeptanz, weil ihr Fokus auf Ursprünglichkeit, Natürlichkeit, Qualität und Genuss liegt. Dabei macht die Bio-Branche auch nichts anderes.

*Die Fragen stellte Micaela Buchholz*  
► [www.artichoc.de](http://www.artichoc.de)



**Christian Kolb:** Bio muss mehr für Genuss stehen

Foto: Artichoc

übernehmen sich durch zu schnelles Wachstum. Was ich da erlebt habe, war erschütternd.

► *Was wäre denn eine Erfolgsformel für Bio?*

**Kolb:** Ein Anfang wäre, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren, Zielgruppenanalyse, über die richtige Verarbeitung und Zubereitung der Produkte Bescheid zu wissen und unternehmerisch, statt ideologisch zu handeln. Empfehlenswert ist eine vielseitige Karte, wo Fleisch, Fisch und Geflügel nicht immer die Hauptrolle spielen. Aber zuerst bräuchten wir für Bio-Qualität eine wachsende Akzeptanz beim Gast und die Einsicht, für diese

**Bio-Qualität**  
im formschönen Falller-Glas

Nachhaltigkeit liegt uns am Herzen. Wir selektierte Früchte von regionalen Bio Erzeugern ausschließl. Öko-Strom und produzieren Bio Fruchtaufstriche im offenen Kupferherd gerührt, in drei leckeren Sorten im 930 ml Glas.

**Schwarze Johannisbeere**  
Schwarze Johannisbeere  
Fruchtaufstrich  
Cassis - Produktion

**Falller Konfitüren**  
Schwarzwald  
Herstellung seit 1913

Konfitürenmanufaktur  
Alfred Falller GmbH  
Seeweg 3  
79694 Ulzenfeld /  
Schwarzwald  
Tel. 0 76 73 / 91 07 - 0  
[www.fallerkonfitueren.de](http://www.fallerkonfitueren.de)