

Die eiskalten Bio-Pioniere

ESSEN Fertigpizza aus der Tiefkühltruhe in Bioqualität – das war vor 15 Jahren Verbrauchern und Händlern kaum zu verkaufen. Der Großhändler Ökofrost hat es mit viel Überzeugungsarbeit trotzdem geschafft und feiert nun sein 15-jähriges Bestehen

VON KRISTINA PEZZE

Ein Wilmersdorfer Altbau, südlich des Ku'damms, Hochparterre. Die Eingangstür surrt leise beim Öffnen, die Sekretärin steht in der Wohnungstür. Drinnen ein blaues Sofa, gleichfarbige Sessel um einen Couchtisch. Schokoröllchen in einer Schale, zur Pyramide geschichtet. Keine Frage: Die Öko-Unternehmer Florian Gerull und Boris Czizikowski sind in der Bürgerlichkeit angekommen.

Das ist an und für sich nichts Besonderes: Seit Joschka Fischer haben viele, die in ihrer Jugend aufbegehrten, sich in Anpassung ans System geübt. Nur: Gerull und Czizikowski haben ihre Ideale nicht vergraben. Sie haben ihre Überzeugung, dass biologische Lebensmittel die besseren sind, zum Geschäftsmodell gemacht. Und gewartet, dass die Welt um sie herum nachzieht. Nun ist der Berliner Bio-Tiefkühlhändler Ökofrost 15 Jahre alt geworden. Er war einer der Pioniere auf dem Markt – heute finden sich seine Produkte in der Kühltruhe jedes Bio-Supermarkts. Bundesweit.

Rückblende: Im Jahr 1996 steckt Bio tief in der Nische. Gut zwei Dutzend Läden gibt es in Berlin, sie leben häufig vom Idealismus ihrer Betreiber. Wer dort einkauft, gilt als Freak. „Meine Familie hatte einen Naturkostladen in Spandau, bei uns wurde vegetarisch gegessen“, sagt Gerull. „Das war etwas Besonderes damals.“ Sein Geschäftspartner erinnert sich an die erste Vollkornpizza, die er zu dieser Zeit gekauft hat: „Das war in Lüchow-Dannenberg, richtig grausig hat die geschmeckt.“

Gerull und Czizikowski verdingen sich zu der Zeit als Veranstaltungsmanager, ihr Studium haben sie abgebrochen. Ein Amerikaner, der in Berlin einen Bioladen betreibt, will importiertes Sojais verkaufen und beauftragt das Duo mit Marketing und Verkostungsaktionen. Wenig später übernehmen sie das Geschäft, der ursprüngliche Importeur zieht zurück in die USA.

Gerull und Czizikowski erweitern das Sortiment um Pizzen. Die Nachfrage bei Kunden wächst, doch viele Bioläden stellen sich stur. „Mancher hat uns gesagt: Was brauche ich eine Tiefkühlung, ich verkaufe doch alles frisch.“ Überhaupt ist weiterverarbeitetes Essen in der Bio-Szene verpönt.

Kaum Geld verdient

Bevor die Ökofrost-Chefs ihre Produkte anbieten können, verkaufen sie mit viel Überzeugungsarbeit Tiefkühlgeräte an Naturkostläden. Später mieten sie sich Autos und fahren die Ware persönlich aus. „Oft gab es nur 7,5-Tonner. Da hatten wir dann eine kleine Ecke in dem riesigen Laderaum belegt, das sah lustig aus.“ Ökofrost hat eine Tiefkühlbox am Großmarkt in der Beuselstraße angemietet, dort kommt das Speiseeis von der Fabrik in Holland an. Czizikowskis Freundin hilft beim Zusammenstellen der Lieferungen. „Geld

verdienen war in den ersten Jahren schwierig“, sagt er.

Der 39-Jährige – Brille, kurz rasierte Haare und Ehering – sitzt beim Erzählen ruhig und ernst im Sessel. Boris Czizikowski ist keiner, der mit den prekären Anfängen kokettiert. Sein Partner genauso wenig. Die beiden tragen Rollkragenpullis, die Büroräume auf den 250 Quadratmetern sind funktional eingerichtet. An den Wänden hängen Bilder von der Garnelenfabrik in Ecuador, die Ökofrost beliefert, und vom zugehörigen Mangroven-Schutzprojekt. Auf einer anderen großformatigen Fotografie ist eine Lachsfarm im Meer zu sehen, schneebedeckte Berge im Hintergrund. Schottland oder Norwegen, das wissen die Chefs nicht so genau. Auf einem Tisch im Hintergrund sind die Verpackungen des Ökofrost-Sortiments aufgebaut. Erbsen neben Spinat, Lamm neben Hähnchencurry, Pizza Margarita neben Pizza Diavolo.

Ökofrost hat das Sortiment nach und nach erweitert: Gemüse, Fischstäbchen, mehr Eissorten. Dann kommt BSE, der Rinderwahn. Bio wird aus der Nische ins Rampenlicht gedrängt. Die ersten Bio-Supermärkte öffnen, die Nachfrage explodiert. Aus der für Kleinunternehmer typischen GbR wird 2002 die Ökofrost GmbH. „Das war so die Zeit, als es sich von selbst trug“, sagt

Ökofrost hat sein Sortiment nach und nach erweitert: Gemüse, Fischstäbchen, mehr Eissorten, Garnelen

Gerull. „Wir konnten davon leben, aber die Gehälter der Mitarbeiter waren schon ziemlich dürrig.“ Mit dem kontinuierlich steigenden Interesse an Bioprodukten, befeuert durch immer neue Lebensmittelskandale, wächst auch das Ökofrost-Geschäft. Inzwischen vertreibt das Unternehmen Fertiggerichte, Erbsen, Bohnen, Lachssteaks, alles tiefgekühlt natürlich. Eine Lagerhalle in Großbeeren wird angemietet.

Vor fünf Jahren gründen Gerull und Czizikowski ihre eigene Tiefkühlmarke. Das Logo von „Biopolar“ ist ein skizzierter Eisbär. Die Bio-Pizza dafür wird im saarländischen Werk des Großunternehmers Wagner produziert, Fischstäbchen, Lachsfilets und Lammcurry werden europaweit zubereitet und verpackt. Gerull und Czizikowski schenken Supermärkten und Einzeläden eine Tiefkühltruhe im Biopolar-Design, wenn im Gegenzug nur ihre Produkte darin verkauft werden. Längst beliefert Ökofrost Bioladen-Ketten deutschlandweit, auch einige herkömmliche Supermärkte zählen zu den Kunden des Großhändlers.

Ist die Nachhaltigkeit dabei auf der Strecke geblieben? Entspricht es noch einem ganzheitlichen Lebensstil, Waren über Hunderte, teilweise Tausende Kilometer zu transportieren? „Wir

haben Lücken gefüllt, die andere nicht bedient haben“, sagt Gerull. „Die Frage ist doch, ob wir als Marktteilnehmer die Kunden bevormunden wollen.“ Biokäufer wollten inzwischen auch in der Tiefkühlung ein entsprechendes Sortiment. Gerull und Czizikowski sagen, sie überlegten bei den Produkten und ihrer Anlieferung im Einzelfall: Gemüse aus China etwa, das müsse nicht sein. Bei den Garnelen unterstütze Ökofrost das Mangroven-Projekt am Fangort. Das steht dann auch auf der Packung – damit die Verbraucher wissen, warum der Fisch zwei- bis dreimal so viel kostet wie beim Discounter.

„Leider funktioniert Regionalität bei Tiefkühlwaren sehr schlecht“, fügt Czizikowski hinzu. Allein aufgrund der Mengen brauche es Produktionsstätten, die entsprechend ausgestattet seien. Der technologische Aufwand ist hoch. „Pizza von hier, das geht nicht.“ Die regional verbrauchten Mengen im Bio-Tiefkühl-Bereich reichten derzeit einfach nicht aus, um jeweils eine eigene regionale Produktionsstätte aufzubauen und zu unterhalten.

Drogerien im Visier

Allerdings denken die Geschäftsführer über eine regionale Eismanufaktur nach. Dank des gestiegenen Umsatzes sind Rücklagen für Investitionen da. Für das zu Ende gehende Jahr rechnen die Geschäftsführer mit 8,7 Millionen Euro Umsatz – nach 6,9 Millionen Euro 2010. Auch für das kommende Jahr sollen bis zu 20 Prozent Umsatzwachstum drin sein. Bio sei kein Trend, sondern der Wandel einer Lebenseinstellung, davon ist Czizikowski überzeugt. Er hat neben den prosperierenden Bio-Supermärkten auch Drogerien und Reformhäuser ins Visier genommen.

Die Gewinne des Unternehmens sind freilich noch überschaubar – 200.000 Euro waren es 2010. Czizikowski und Gerull zahlen seit ein paar Jahren Weihnachtsgeld an ihre Mitarbeiter, zudem sind die Gehälter stetig gestiegen. Die Schere zwischen Chef- und Assistentengehalt klapft deutlich weniger auseinander als bei anderen Firmen. In der kleinen Küche des Firmensitzes in der Bregenzer Straße steht außerdem eine fast zwei Meter hohe Tiefkühltruhe. Daran ein Zettel, der den Inhalt der Fächer verrät: 1 – Pizza, 2 – Gemüse, 3 – Fisch. Die Mitarbeiter können sich kostenlos bedienen und die Biopolar-Produkte in der Mikrowelle aufwärmen.

Ganz selbstlos bieten die Geschäftsführer diesen Service nicht an: Im angrenzenden Raum sitzt die Mitarbeiterin von der Qualitätssicherung. Sie ist angehalten, die Produkte regelmäßig zu testen, auf Inhalt und Verpackung. Letztere gestalten Gerull und Czizikowski übrigens nach wie vor selbst. „Wir haben uns beispielsweise beim Eis für ein Agenturbild entschieden“, sagt Gerull. „Das sieht genauso gut aus und kostet nur einen Bruchteil von einem Exklusiv-auftrag.“



An den Idealen festgehalten: die Ökofrost-Chefs Boris Czizikowski (links) und Florian Gerull Foto: Julia Baier

ANZEIGE

Jetzt

im neuen tip Berlin:

Der alte Eden
Eine Begegnung mit dem Mann, der Berlin einst zum Leuchten brachte

Todesdrohungen und Schläge
Berlins rechte Szene wird kleiner, aber brutaler

Wir geben alles
24 Seiten Weihnachtsbeilage mit vielen tollen Geschenktipp

Plus: Knallhart
Detlev Bucks herausragendes Neukölln-Drama als Extra-DVD in limitierter Auflage

Am Kiosk!

Bequemer und günstiger lesen Sie im Abo:
Sie sparen 15 Prozent (Studenten über 30 Prozent)! www.tip-berlin.de/abo oder (030) 25 00 34 24

Das Magazin der Stadt Berlin