

PERLEN-
TAUCHERUWE RATHAUSKY managt mit
Henrik Muhle den
Acatis Gané Value Event Fonds.

FOTO: PR

Montezumas Rache

Chipotle Mexican Grill war eine Erfolgsstory - bis ein paar Viren auftauchten. Zeit für ein Comeback. Noroviren und Kolibakterien in den Burritos von Chipotle haben den Aktienkurs abstürzen lassen. Trotzdem ist das Unternehmen noch das 22-fache dessen wert, was es beim Börsengang 2006 einbrachte.

Ich gehöre nicht zu den Leuten, die ihre Abneigung gegen Fast Food wie eine Monstranz vor sich hertragen. Dafür sind meine Geschmacksnerven viel zu pragmatisch. Appetitlich aber sollte es schon sein - und je gesünder, desto besser. Vor ein paar Jahren habe ich während einer USA-Reise die Burrito-Joints des Schnellrestaurantimperiums Chipotle Mexican Grill, gegründet von Steve Eells, für mich entdeckt. Wer sich an die Anfänge der Italo-Kette Vapiano in Deutschland erinnert, wird verstehen, wovon ich rede. Die Zutaten werden vor den Gästen geschnippelt und gebraten. Das Fleisch soll, so weit möglich, frei von Hormonen und Antibiotika sein. Auf gentechnisch veränderte Zutaten wird ebenso verzichtet wie auf Geschmacksverstärker und Zusatzstoffe. Zulieferer, die sich nicht an die Standards halten, werden aussortiert. Die Idee ist Basis einer gigantischen Wachstumsgeschichte. Seit Eells 1993 sein erstes Lokal eröffnete, sind 2000 weitere hinzugekommen. Nach dem Börsengang 2006 hatte sich der Aktienkurs zeitweise um den Faktor 34 vervielfacht. Es hätte einfach so weiter gehen können. Tat es aber nicht, weil im Herbst 2015 Kolibakterien die Restaurants in neun verschiedenen Bundesstaaten unsicher machten. In anderen Lokalen tauchten Noroviren auf. Hunderte von Restaurantbesuchern erkrankten. Anwälte setzten Klageschriften auf, der Börsenkurs halbierte sich, im Dezember brach der Umsatz um 30 Prozent ein. In diesem Moment habe ich angefangen, Aktien zu kaufen. Warum? Eells hat für meine Begriffe schnell und überzeugend auf die Bedrohung reagiert. Massive Investitionen in die Gesundheitsvorsorge sollen das Vertrauen der Kunden zurückgewinnen. Lieferanten und Mitarbeiter schwört er auf ein umfassendes Food Safety Program ein und macht DNA-Tests der Produkte zum Standard. Chipotle, so die Botschaft, soll nicht nur der qualitativ hochwertigste, sondern auch der sicherste Fastfood-Konzern der USA werden. Warum ich glaube, dass diese Wette aufgeht? Weil die Burrito-Kette nicht der erste Schnellrestaurantgigant ist, dem Kolibakterien zu schaffen machen. McDonald's (unter dessen Dach Chipotle großgezogen wurde) geriet 1982 und 1991 wegen ähnlicher Vorwürfe unter Druck. Beide Male ging der Big Mac gestärkt aus der Krise hervor. Seit dem Ende der letzten Infektionswelle legte der Börsenwert des Burgerbraters um 1000 Prozent zu. Wenn Eells nichts falsch macht, wird sich die Geschichte wiederholen.