



„Wer vorne dabei sein will, muss sich immer wieder neu erfinden“

„my Indigo“-Erfinder Heiner Raschhofer über Regionalität und Bio-Qualität, den stärkeren Fokus auf vegane und vegetarische Gerichte und neue digitale Bestellmöglichkeiten via Tablet

VON REINHOLD GRUBER

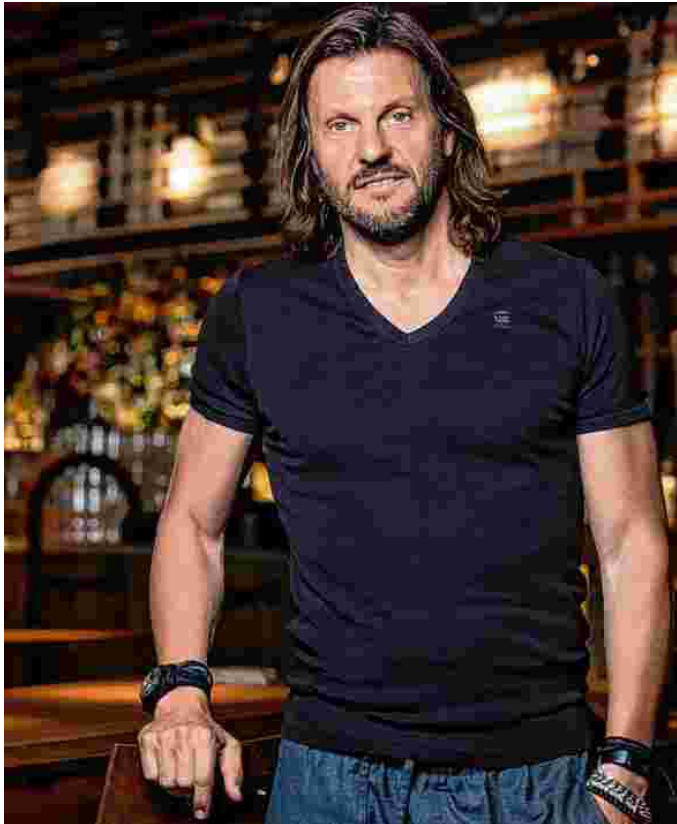
LINZ/SALZBURG. Ein Jahr der intensiven Arbeit liegt hinter Heiner Raschhofer und seinem Team, um mit „my Indigo“ ein neues gastronomisches Kapitel aufzuschlagen. „my Indigo 5.0“ nennt sich das Konzept, das ab heute auch im Linzer Lokal in den Promenaden Galerien und in jenem in der Plus-City (in der Lentia-City wird gerade umgebaut) ganz offiziell ausgerollt wird. Die OÖN haben sich mit dem Salzburger Vollblut-Gastronomen, dem Gründer und Geschäftsführer von „my Indigo“, über Digitalisierung, Kundennähe und Regionalität unterhalten.

■ OÖNachrichten: Warum hat „my Indigo“ ein neues Konzept gebraucht?

Heiner Raschhofer: Auf der Suche nach einer gesunden Alternative zum klassischen Junkfood haben wir vor 21 Jahren „my Indigo“ entwickelt – ein Feel-good-Konzept, das Fast Food komplett neu denkt. Die Ursprungsidee war, den Menschen schnelles, unkompliziertes und gesundes Essen servieren zu können. Mit der starken Fokussierung auf die Verwendung natürlicher Produkte, die nicht nur großartig schmecken, sondern auch Körper und Geist mit frischer Energie versorgen, waren wir damals sicherlich unserer Zeit voraus, was das Thema Ernährung betrifft. Wer vorne dabei sein will, muss sich aber immer wieder neu erfinden und sein Angebot verändern, neuen Gegebenheiten anpassen. Das tun wir jetzt.

■ Auf welchen Säulen steht demnach „my Indigo 5.0“?

Wir sind in unseren Überlegungen einen Schritt zurück zu unseren Wurzeln gegangen. Und wir haben nicht nur einen besonderen Bezug, sondern auch einen hohen



Heiner Raschhofer, Gründer von „my Indigo“

Foto: Soullkitchen

Anspruch, wenn es um die Qualität der Zutaten für unsere Speisen geht. Dabei geht es natürlich um Bio-Fleisch aus artgerechter Haltung, aber es geht auch darum, wie wir unseren Fleischkonsum verringern können. Ab sofort wird ausschließlich Bio-Rind und Bio-Huhn von österreichischen Betrieben angeboten, die sich den ökologischen, ethischen und tier-schutzrechtlichen Auflagen verschrieben haben.

■ Sie greifen auch den Trend des „Biohacking Movement“ auf, mit dem Menschen versuchen, das Beste aus Körper und Geist herauszuholen.

Ja, wir sind überzeugt davon, dass die richtige Ernährung einen positiven Effekt auf Körper und Geist hat. Aus dem Wissen, dass Lebensmittel in bestimmten Kombinationen spezielle Funktionsweise entwickeln, bieten wir unseren Kunden natürliche Super-Booster an, um die gewählte Bowl ganz nach eigenem Bedarf und eigenen Wünschen anzureichern. Ziel ist dabei immer, das Wohlbefinden der Menschen zu steigern.

■ Was ist mit jenen, die sich vegetarisch oder vegan ernähren?

Sie waren immer unsere Zielgruppe, und für sie haben wir das Angebot an veganen und vegetari-

schen Speisen erweitert. Zudem haben wir das Angebot noch konsequenter auf die individuellen Bedürfnisse der Menschen, also die verschiedenen Ernährungsweisen abgestimmt. Das neue digitale Bestellsystem unterstützt diese Möglichkeiten der individualisier-ten Wahl.

■ Passt das digitale Bestellsystem, also die Verwendung von Bestell-Displays im Lokal, zum Image von „my Indigo“?

Darüber haben wir auch sehr lange nachgedacht. Aber wir sind von der Überlegung ausgegangen, dass lange Warteschlangen zu Mittag auch keine Werbung sind, wenn es darum geht, wie man schnell und unkompliziert zu seinem Essen kommt. Ich bin praktisch jeden Tag in einem der Lokale in Salzburg gesessen und habe die Menschen beobachtet, wie sie auf die Displays reagieren.

■ Und was haben Sie dabei erlebt?

Dass die Stammgäste anfangs irritiert waren, aber wenn sie an der Hand genommen wurden und die Sachen ausprobiert haben, es für sie gepasst hat. So kann man zum Beispiel als Kunde vorher angeben, ob man nur vegan isst, und schon werden in der Speisekarte zur Auswahl alle veganen Produkte vorgereicht. Durch die Internationalität haben sich gerade in Salzburg, wo auch viele Touristen zu uns kommen, sehr positive Effekte ergeben. Wir haben dort Argentinier im Lokal gehabt, die durch die Bestellung auf dem Display sofort verstanden haben, worum es geht, und die gemeint hätten, sie würden so ein System auch in Argentinien brauchen. Aber das System muss nicht jeder nutzen. Man kann auch immer noch klassisch bestellen – und mit den Mitarbeitern reden.