

coa

知  
COA®  
ASIAN FEELGOODFOOD

## COA IN ZAHLEN

Mitarbeiter:	280
Auszubildende:	6
Restaurants:	10
Nettoumsatz 2010:	7,5 Millionen Euro

BdS-Mitglied seit 1. Januar 2010

Die in Hongkong geborenen und aufgewachsenen coa Gründer und Geschäftsführer, die Brüder Alexander und Constantin von Bienenstamm, kamen als Jugendliche nach Deutschland. Sie kombinierten Eindrücke und Geschmackserlebnisse ihrer Kindheit mit späteren beruflichen Erfahrungen und gründeten im Jahr 2004 in Frankfurt am Main das Restaurantkonzept coa. Seitdem befindet sich das Unternehmen auf starkem Expansionskurs.



Der Name coa steht für „cuisine of asia“ und bietet authentische asiatische Küche, hergestellt aus frischen Zutaten in der „open kitchen“. Alle angebotenen Speisen sind von den coa Gründern streng ausgewählt und werden nach vordefinierten Rezepten und Verfahren zubereitet. Das kulinarische Angebot bietet vietnamesische Einflüsse ebenso wie Inspirationen der chinesischen, thailändischen und indischen Küche. Der Gast kann dank der offenen Küche die Entstehung seines Gerichts direkt und unmittelbar beobachten. Alle Restaurants sind in stilvollem asiatischem Design eingerichtet und dekoriert. Dunkle Holztische, helle Wände und ein Barbereich sorgen für eine gemütliche und loungeartige Atmosphäre. Mit seinem reichen Angebot an frischer asiatischer Küche zeigt coa, wie vielfältig und spannend die Systemgastronomie in Deutschland ist.

Mittlerweile zählt das Unternehmen zehn Restaurants bundesweit. Der Umsatz stieg 2010 auf 7,5 Millionen Euro.



Rück- und Ausblick von Alexander von Bienenstamm, Geschäftsführer coa Holding GmbH



» **Wie zufrieden sind Sie mit dem Geschäftsjahr 2010?**

Der Geschäftsverlauf war bei anziehender Konjunktur und optimistischerem Konsumverhalten sehr zufriedenstellend. coa konnte auch durch die Eröffnung weiterer Franchisebetriebe wachsen und die Stringenz im Markenauftritt weiter stärken.

» **Was sind Ihre Erwartungen für das Jahr 2011?**

Gesundes Wachstum und Steigerung der Flächenumsätze und Profitabilität, weiterer Systemausbau und Stärkung des Markenprofils, erfolgreicher Ausbau der Co-Branding-Zusammenarbeit mit Compass.

» **Welche Trends beobachten Sie in der Systemgastronomie?**

Weiterhin zunehmende Akzeptanz systematisch geführter Konzepte gegenüber Individualgastronomie aufgrund des Qualitätsversprechens und der klaren Orientierung an Marken. Anforderungen an eine starke und regelmäßige Kommunikation und Interaktion mit dem Gast auch via Social Media nehmen stetig zu und gewinnen zur Steigerung der Gästeloyalität an Bedeutung.

» **Welche Neuerungen gibt es in Ihrem Konzept?**

» Update und Redesign Raumkonzept wurden vollzogen, mit dem Ziel einer stärkeren Emotionalisierung des Restaurantenerlebnisses und Steigerung der Verweilqualität.

» Zusammenarbeit mit HAVI Logistics: Aus Marken- und Expansionsicht ist die Zusammenarbeit mit HAVI Logistics ein weiterer Schritt des „Erwachsenwerdens“ von coa als systemischer Gastronomiemarke – HAVI Logistics als einer der profiliertesten Partner im Segment Food-Service-Logistik mit breitem Erfahrungsschatz in der System- und Markengastronomie unterstützt coa perfekt in seiner kommenden Expansionsphase.

» Gründung der „COAcademy“ als einer zentralen Institution des Wissens und der Werte, intensivere Begleitung der Berufsausbildung in den Betrieben, Heranziehen neuer Führungskräfte aus den eigenen Reihen.



» **Worin sehen Sie aktuell die größten Herausforderungen?**

» Innovationskraft beibehalten  
» Mitarbeiterqualität steigern  
» Identifizierung geeigneter Standorte für die weitere Expansion  
» Umsatz- und Ertragssteigerung auf bestehender Fläche

» **Was ist Ihr Lieblingsgetränk?**

Aperol Spritz.