

BRANCHENNEWS

Gute Prognosen für 2022



Cotidiano eröffnet 2022 unter anderem in Hamburg, drei weitere Standorte sind geplant / Foto: Gustoso Gruppe

Cotidiano blickt auf ein insgesamt erfolgreiches Geschäftsjahr 2021 zurück. Das Unternehmen konnte sowohl die Zahl seiner Standorte ausbauen als auch seinen Umsatz verbessern. Im Vergleich zu 2019, dem Jahr vor den Lockdowns, erzielte die Marke mit den Nachbarschaftsrestaurants rund 20 Prozent mehr Umsatzerlöse. Die Umsätze pro Standort liegen dabei zwischen 1,5 und 2,5 Millionen Euro.

Das Franchisekonzept startete im ersten Pandemiejahr 2020 ungeachtet der schwierigen Rahmenbedingungen. Seither eröffneten die ersten Standorte außerhalb Münchens in Regensburg, Stuttgart und Kiel und seit dem Frühjahr 2021 begrüßt auch ein Restaurant in München Pasing seine Gäste. Im Herbst eröffnete zudem eine Food Lounge in der Parkstadt Schwabing in München: Unter dem Motto Mehr Vielfalt ? Keine Kompromisse wurde hier erstmals die Marke Cotidiano neben Ciao Bella und Ruff?s Burger ins zukunftsweisende Konzept integriert.

Entsprechend positiv ist der Blick in die Zukunft: ?Wir haben unser Franchisekonzept trotz der Pandemie erfolgreich eingeführt und neue Standorte erschlossen, die sich bereits am Markt etablieren konnten. Ohne die Pandemie hätten wir sicher noch bessere Erlöse erzielen können, aber wir gehen davon aus, dass wir den Umsatz an den bestehenden Standorten 2022 weiter ausbauen werden. Immer vorausgesetzt, dass sich die Rahmenbedingungen nicht plötzlich wieder gravierend ändern?, erklärt Geschäftsführer Dr. Nico Engel.

Neueröffnungen im Jubiläumsjahr

Das Unternehmen wird im März 2022 zehn Jahre alt und will seine Erfolgsgeschichte im

Jubiläumsjahr weiterschreiben. Vier Neueröffnungen sind bereits fest geplant: Das Cotidiano Alter Wall entsteht derzeit in Hamburg und für drei weitere Franchisestandorte laufen aktuell die Abschlussverhandlungen. Das erste Restaurant der Marke, das Cotidiano am Gärtnerplatz in München, wird zum zehnjährigen Jubiläum ab Januar 2022 umgebaut und modernisiert. Auch das Food Lounge Konzept soll im kommenden Jahr an einem zusätzlichen Standort umgesetzt werden. Mittelfristig sollen mit dem Konzept größere Flächen ab 300 Quadratmeter in Innenstädten, Stadtteillagen, aber auch Freestander bespielt werden. Ganz flexibel, je nach Standort und Zielgruppe können Franchise-Partner zwei oder drei Konzepte der Gruppe als Full-Service- oder Quick-Service- Restaurants oder eine Kombination daraus auf einer Fläche anbieten.

Auf Expansionskurs ins neue Jahr

Auch die Marke Ruff's Burger, die ebenfalls von der Gustoso Gruppe vertrieben wird, wächst durch die Übernahme von Beef Brothers und Neueröffnungen deutschlandweit. Die Beef Brothers mit insgesamt drei Standorten in Köln und Düsseldorf erweitern ab diesem Jahr das Filialnetz des erfolgreichen Münchner Unternehmens.

Gleichzeitig treibt der Burger-Spezialist seine Expansionsstrategie durch die Neueröffnung von weiteren Standorten voran: 2022 werden mindestens zwei neue Ruff's Burger Filialen eröffnen. Somit wächst das Filialnetz des Better-Burger-Segments der Gustoso Gruppe mit Ruff's Burger und Otto's Burger auf insgesamt 27 Restaurants und Imbisse.

Die Filialen in der Aachener Straße im Belgischen Viertel in Köln sowie in der Hunsrückstraße in Düsseldorf werden noch in diesem Jahr ein Rebranding erfahren. Der dritte Standort in der Christophstraße in Köln eröffnete erst in einige Monate vor der Corona-Pandemie und bleibt deshalb vorerst ein Beef Brothers Restaurant. Die Beef Brothers sind außerdem dafür bekannt, ihr Essen auch mit einem zum Foodtruck umgebauten amerikanischen Postbus auf die Straße oder zu Events zu bringen. Damit passen sie ideal zu Ruff's Burger, denn die Wurzeln der erfolgreichen Marke aus München liegen im Streetfood-Bereich: Der Firmengründer startete 2008 mit einem Pushcart auf dem Schwabinger Wochenmarkt.

Wir setzen bei unserer deutschlandweiten Expansion weiterhin nicht nur auf die Eröffnung eigener neuer Filialen, sondern auch auf die Zusammenarbeit oder Übernahme regionaler Ketten, erklärt Alexander Kleinhans, der sich als Mitgründer und Geschäftsführer von Ruff's Burger für Personal und Expansion verantwortlich zeichnet, die Strategie. Die Beef Brothers sind in Köln und Düsseldorf erfolgreich etabliert. Wir sind davon überzeugt, dass wir nach dem Rebranding nicht nur die Stammkunden behalten, sondern durch das breitere Angebot, gepaart mit unserem hohen Qualitätsanspruch, neue Gäste dazugewinnen können. Zumal wir in diesem Jahr die Speisekarte mit einem noch größeren Fokus auf vegetarische, vegane und glutenfreie Produkte weiterentwickeln.

Einen neuen Schritt geht Ruff's Burger im ersten Quartal 2022 mit einer Filiale in Essenbach bei Landshut: Statt wie sonst in der Innenstadt befindet sich die neue Location an einer Tankstelle unweit einer Autobahnausfahrt der A92 und neben einem Gewerbegebiet. Im zweiten Quartal folgt ein neues Restaurant im Süden Deutschlands. Im Münchner Stadtteil Au, fußläufig zur Isar gelegen, eröffnet Ruff's Burger den fünften Standort in seiner Geburtsstadt.

als PDF.

