gastrotel

BRANCHENNEWS

Zehn Jahre Cotidiano



Cotidiano feiert sein zehnjähriges Bestehen und hat sich in den letzten Jahren erfolgreich weiter entwickelt / Foto: Sofie Latour

Vor zehn Jahren eröffnete am Gärtnerplatz in München das erste Cotidiano. Pünktlich zum Jubiläum erstrahlt es nach einer Komplettrenovierung in neuem Glanz und begrüßt seit Anfang März wieder seine Gäste.

Pünktlich zum Jubiläumsjahr wurde der gesamte Gastraum umgestaltet: Die Wohlfühlatmosphäre vermittelt viele Naturmaterialien, kombiniert mit gedeckten Farben. Außerdem finden durch den Umbau im Innenbereich, bei dem die bisher zentral platzierte Bar in den Counter beim Eingang integriert wurde, jetzt bis zu 85 Gäste Platz, etwa 20 mehr als zuvor. Die Marke Cotidiano wurde seit ihren Anfängen am Gärtnerplatz kontinuierlich weiterentwickelt und befindet sich seither auf Expansionskurs.

Zehnjährige Erfolgsgeschichte

Das erste Cotidiano begrüßt seit 2012 seine Gäste. Dr. Theodor Ackbarow, der die Marke seit 2014 als Mitgesellschafter und Geschäftsführer begleitet und weiterentwickelt hat, erinnert sich an die Anfänge: ?Das Cotidiano hatte schon immer etwas Magisches. Das liegt nicht nur an der besonderen Location direkt am Gärtnerplatz mit Blick auf das Blumenrondell und das Gärtnerplatztheater, sondern auch an den Mitarbeitern: Sie sorgen seit zehn Jahren durch ihre herzliche und dabei sehr persönliche Art dafür, dass sich jeder Gast willkommen fühlt.?

Als 2015 die Münchner Gustoso Gruppe ebenfalls unter der Leitung von Ackbarow Mehrheitsgesellschafter von Cotidiano wurde, fiel der Startschuss für die Expansion: Schon 2016 folgte eine weitere Filiale in München, 2017 erneut zwei neue Standorte in der

bayerischen Landeshauptstadt. Gleichzeitig arbeitete Gustoso intensiv am Cotidiano-Konzept mit dem Ziel, die Marke in ganz Deutschland zu etablieren. 2019 folgte das Franchisekonzept: Der Vertrag für das erste Cotidiano außerhalb Münchens wurde unterzeichnet. Die Eröffnung des Cotidiano Dörnberg in Regensburg fand schließlich im Pandemiejahr 2020 statt, gefolgt von zwei Restaurants in Stuttgart und Kiel. Das Cotidiano München Pasing konnte 2021 seine ersten Gäste begrüßen. In der Parkstadt Schwabing in München wurde das Konzept erstmals in eine Food Lounge unter dem Motto Mehr Vielfalt ? Keine Kompromisse eingebunden, in der auch Speisen der Marken Ciao Bella und Ruff?s Burger serviert werden.

Im Jubiläumsjahr setzt sich die Erfolgsgeschichte weiter fort: Das Cotidiano Alter Wall entsteht derzeit in Hamburg in Innenstadtlage, für drei weitere Franchisestandorte laufen aktuell die Abschlussverhandlungen.

Erfolg durch hohe Produktqualität als Markenidentitätskern

Ein wesentlicher Erfolgsfaktor ist bei Cotidiano von Anfang an die hohe Qualität der Lebensmittel. Die Marke achtet bei den Lebensmitteln schon seit der Gründung auf hohe Qualität. Von Anfang an setzte die Marke auf Öko-Brot und selbst gemachte Saucen und Dressings. Sämtliche Eierspeisen werden seit 2017 in Bio-Qualität angeboten. Im gleichen Jahr wurde die Restaurantkette Mitglied bei Slow Food, einem Verein, der sich für sozial und ökologisch verantwortungsvolle Lebensmittel einsetzt. Seither wird der Einsatz an nachhaltig und fair produzierten Produkten vom Getreide über Käse bis hin zum Fleisch kontinuierlich ausgebaut und um gluten- und laktosefreie Produkte ergänzt.

Gästewünsche und Ernährungstrends standen bei der Weiterentwicklung der Speisekarte über das Frühstück hinaus von Anfang an im Fokus. ?Wir haben ständig neue Speisen und Getränke ausprobiert und die Gäste fanden das gut. So haben sie auch nach zehn Jahren immer einen Grund wiederzukommen, die Auswahl wird nie langweilig?, erzählt Ackbarow weiter. Einen großen Sprung machte die Speisekarte 2017, als in München die Restaurants am Promenadeplatz und in Schwabing eröffneten: Cotidiano holte den Sternekoch Holger Stromberg an Bord und entwickelte mit ihm neue, abwechslungsreiche Gerichte mit dem Fokus auf nachhaltige Ernährung und gesundem Genuss. Ob Frühstück den ganzen Tag, ein schnelles Mittagessen, die gemütliche Pause am Nachmittag oder ein Abend mit Freunden: Ziel war es, den ganzen Tag über passende, frisch zubereitete Angebote zu haben. Die folgenden Updates der Speisekarte in den nächsten beiden Jahren trugen nicht nur neuen Trends Rechnung, sondern bereiteten vor allem den Rollout des Franchisekonzeptes vor: Arbeitsabläufe wurden standardisiert, der Umsatz pro Gast gesteigert, Markenbild und Corporate Identity überarbeitet. Die hohe Innovationskraft und die Tatsache, dass das Konzept unabhängig von einzelnen Trends wie Bowl, Burger oder Pizza ist, ist der Hauptgrund für die Begeisterung bei den Franchisenehmern.

Im Jubiläumsjahr servieren alle Restaurants der Marke unter dem Motto Ein Platz für dich ? morgens, mittags, abends zu jeder Tageszeit ein vielfältiges, frisches und hausgemachtes Speise- und Getränkeangebot.

Nachhaltig, ökologisch und fair in allen Geschäftsbereichen

Ein gutes Gefühl vermittelt den Gästen auch der Fokus auf Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit und Fairness, der seit der Gründung in allen wesentlichen Handlungsbereichen, vom Einkauf über den Geschäftsbetrieb bis hin zur Personalpolitik,

zum Tragen kommt. ?Cotidiano vereint kulinarischen Genuss mit leidenschaftlichem Engagement, deshalb gehört ein verantwortungsvolles, umweltbewusstes Handeln und Einsatz für soziale Gerechtigkeit einfach dazu. Dadurch leisten wir unseren Beitrag zu einer nachhaltigeren, gesünderen und faireren Gesellschaft?, erläutert Geschäftsführer Dr. Nico Engel.