

Das dichteste asiahung-Netz

befindet sich in Hamburg. Zehn der bundesweit 32 Restaurants sind in der Hansestadt in Betrieb, gleichzeitig Sitz der Unternehmenszentrale. Minh Hai Nguyen, Managing Director der asiatischen Schnellrestaurant-Formel, sieht hier durchaus noch weiteres Expansionspotenzial. Doch auch der bislang wenig erschlossene Süden Deutschlands liegt ihm sehr am Herzen – schließlich eröffnete im Hauptbahnhof der bayerischen Landeshauptstadt eine der auf Anhub umsatzstärksten Units.

Neben der ECE gehört die Deutsche Bahn zu den wichtigsten Vermietern. Sieben weitere Locations betreibt das Unternehmen in Polen und eine in Litauen, alle in Einkaufszentren der ECE.

1998 startete die Gründerin Thi Thanh Xuan Pham asiahung im Schweriner Schlosspark-Center. Der Ladenbau, damals typisch für asiatische Konzepte, in den Signalfarben Rot und Gelb. Bereits nach weniger als zwei Jahren wurde der erste Franchisenehmer an Bord geholt, seither wächst die Formel ausschließlich über dieses System. Einen zeitgemäßen Look mit viel Grün und Bambus als Signature-Element bekam asiahung 2005 verpasst.

Die Vietnamesin entwickelt noch heute die Rezepturen. Diese sind speziell an den deutschen Gaumen angepasst und vereinen unter dem Begriff pan-asiatische Küche thailändische, chinesische, japanische und natürlich vietnamesische Elemente. Die meisten Gerichte sind seit Anbeginn dabei. Hauptzutaten: Reis oder Nudeln, Gemüse und etwas Fleisch. „In den Augen der Deutschen servieren wir typische asiati-



Pan-asiatisches Erfolgsrezept

Die Formel asiahung punktet seit rund 15 Jahren mit schneller, frischer pan-asiatischer Küche. Um nicht nur den Gästen eine besondere Vielfalt zu bieten, sondern auch für die Vermieter von Shopping-Centern und Bahnhöfen interessant zu bleiben, stellt sich das Unternehmen breit auf. Das Konzept ThaiCurryDelhi ergänzt seit 2007 das Portfolio, NEM kam jüngst hinzu. www.asiahung.de

Asiahung Holding

Sitz Hamburg

Konzepte asiahung, ThaiCurryDelhi, NEM
Units

■ asiahung D 32

■ asiahung Polen 7

■ asiahung Litauen 1

■ ThaiCurryDelhi 13

■ NEM 3

■ Gesamt 56

Systemumsatz D über 20 Mio. € (2012)

Mitarbeiter gesamt 300





■ Konzepte

sche Küche, auch wenn das so nicht ganz stimmt“, erklärt Kien Chinh Nguyen, sie ist verantwortlich für den Bereich Business Development. „Wir wollen die Wünsche unserer Gäste zufriedenstellen und sie nicht erziehen.“ Zu den Bestsellern zählen aus dem Wok Chicken Yaki (4,90 €) und in puncto gebackene Gerichte Chicken Bak (5,50 €) sowie Ente Orange (6,50 €). Rund 80 % des Umsatzes entfallen auf den Bereich Food. Bei den Getränken gehen weniger asiatische Offerten über den Tresen, eher Standard-Softdrinks.

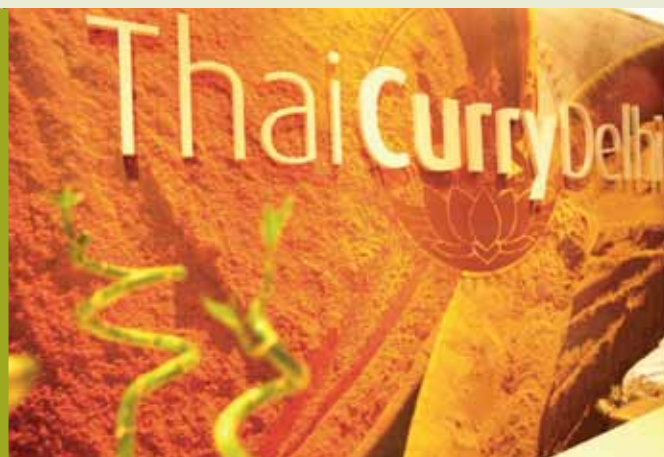
Der Take-away-Anteil liegt je nach Standort bei bis zu 40 % – mit steigender Tendenz. Zwischen 11.30 Uhr und 14 Uhr ist Peak-Zeit. „Heutzutage muss es mittags schnell gehen. Die Pausen werden immer kürzer, kaum jemand hat noch Zeit zu essen. Deshalb legen wir großen Wert auf Tempo bei der Zubereitung. Ebenfalls wichtig ist eine hochwertige Verpackung“, so Minh Hai Nguyen. Die fünf Gerichte, die in der handlichen Snack-Box (2,90-4,90 €) serviert werden, kommen besonders bei der jungen Zielgruppe an. In Restaurants mit einem größerem Sitzbereich oder in einer Foodcourt-Lage hat der Anteil des To-go-Geschäfts einen geringeren Stellenwert.

„Am liebsten ist uns eine Standortgröße von 50 qm, dann können wir den Gästen auf Anhieb einen Blick auf die Zubereitung ermöglichen“, sagt Minh Hai Nguyen und verweist auf den zunehmenden Wunsch nach Transparenz. Die Vorbereitung der frischen Zutaten erfolgt in einer räumlich abgetrennten, rund 20 qm großen Kücheneinheit. Hier werden Gemüse geputzt und geschnitten, das Fleisch portioniert und die Saucen hergestellt. Das flächenmäßig größte Restaurant befindet sich in Bocholt mit 100 qm. Die kleinste Unit kommt auf 5 qm im Leipziger Hauptbahnhof aus, versorgt wird diese von einem zweiten, größeren Standort in der Wandelhalle. Am umsatzstärksten agieren die Franchisebetriebe in den Hauptbahnhöfen Essen und München sowie im Shopping-Center Limbcker Platz, ebenfalls in Essen.

2013 wird es ein Refresh des Designs geben. Der Ladenbau wird heller und mehr Holz kommt zum Einsatz. Was in jedem Fall bleibt, ist Bambus als immer wiederkehrendes Designelement.

Die Asiahung Holding fokussiert sich auf ihre zuerst gegründete Formel. Seit 2007 ergänzen die Konzepte ThaiCurryDelhi, indisch-thailändische Küche, und seit 2012 NEM, original vietnamesisch zubereitete

Gerichte, das Portfolio. Während ThaiCurry Delhi als perfekte Ergänzung für Shopping-Center-Lagen betrachtet wird, eignet sich NEM auch sehr gut für den innerstädtischen Bereich.



Die Anfragen von potenziellen Franchisenehmern seien zahlreich, auch aus dem Ausland, erklärt Minh Hai Nguyen. „Unser vorrangiges Ziel ist es, zunächst den deutschen Markt zu erschließen. Es gibt viele Städte, in denen wir noch nicht vertreten sind“, legt er die Messlatte für die kommenden Jahre hoch.

„Bislang interessierten sich ausschließlich Franchisenehmer asiatischer Abstammung für unser Konzept, viele hatten vorher ein eigenes Restaurant und sind sozusagen vom Fach“, so Kien Chinh Nguyen. Trotz dieses Backgrounds müssen die Kandidaten einen Monat lang bei einem erfahrenen asiahung-Franchisenehmer 'in die Lehre gehen'.

Da sich das Essen aller Asia-Player ähnelt und es den einzelnen Marken schwerfällt, ein Alleinstellungsmerkmal herauszuarbeiten, will asiahung mit besonderer Servicequalität auffallen. Der Verbund der Betreiber bildet ein gutes Netzwerk, bei Eröffnungen helfen Erfahrene den Jüngeren. „Wir möchten in jedem Bereich besser sein als unsere Wettbewerber“, sagt Kien Chinh Nguyen. Doch nicht nur dadurch will sich das System von anderen unterscheiden und Vermieter überzeugen. Minh Hai Nguyen, der 2007 die asiahung-Geschäftsführung übernahm, gibt gerne zu, dass es vor einigen Jahren deutlich einfacher war, an gute Standorte zu kommen. Weniger neue Flächen entstehen, gleichzeitig verstärkt sich der Wettbewerb.

asiahung stellt sich deshalb breiter auf als andere: Zum Unternehmen gehören mit ThaiCurryDelhi und NEM zwei weitere

Konzepte. ThaiCurryDelhi wurde 2007 ins Leben gerufen und versteht sich als passende Ergänzung speziell für Shopping-Center-Lagen. Hier kann das Unternehmen bei den Vermietern mit einer kulinarisch spitzeren, indisch-thailändisch ausgerichteten Formel überzeugen, wenn klassische Asia-Breitbandformeln schon existieren. 13 ThaiCurryDelhis gibt's aktuell in Deutschland.

Seit Herbst 2012 komplettiert NEM das Portfolio. Im Fokus steht hierbei original zubereitete vietnamesische Küche. „Die Rezepturen haben wir da erstmals nicht eingedeutscht“, erklärt Kieu Chinh Nguyen. Auf dem Menu-Bord stehen Sommer- und Frühlingsrollen sowie verschiedene Varianten der traditionellen Pho-Suppe. „Unsere vietnamesische Küche ist eine der gesündesten der Welt und passt sehr gut zum gegenwärtigen Ernährungswunschbild“, ergänzt Minh Hai Nguyen. Zum Start hat man sich entschlossen, NEM in Koblenz als ergänzendes Modul an ein asiahung-Restaurant anzudocken. Ende November ging NEM im Dammthor Bahnhof in Hamburg erstmals alleine ans Netz. „Wir wollen ein paar Units testen und sehen, ob die Deutschen für echte vietnamesische Gerichte offen sind“, so Minh Hai Nguyen. Er kann sich vorstellen, dass NEM gut in den innerstädtischen Bereich passt – an Orte mit vielen Touristen.

Neben Innenstadtlagen rückt auch ein neues Standortkonzept in den Fokus. Als gemeinsamen Traum nennen beide eine Drive-Through-Unit. Doch dieses Projekt erfordere eine überaus penible Vorbereitung, die Investitionen für einen ersten Standort sind beträchtlich, einfach testen – wie bei der Formel NEM – zu teuer. Einen anderen Wunsch haben die beiden ebenfalls schon lange im Hinterkopf: eine zentrale Produktion, um die Qualitätsstandards über alle Outlets hinweg zu gewährleisten. Speziell das Thema Saucen sei standardisierungsbedürftig.

Wohlgemerkt, asiahung ist und bleibt die Hauptsache und wird stetig optimiert. Pro Jahr sollen weiterhin sieben bis acht Units an den Start gehen, hauptsächlich im Süden Deutschlands. ir

Von Rot-Gelb zu Bambus-Grün: In der Anfangszeit beherrschten die Signalfarben Rot und Gelb den Markenauftritt. 2005 kam dann der neue Anstrich.



Entdecken Sie die **Große Freiheit** für Catering, Hotels, Events, Seminare, Sportveranstaltungen, Krankenhäuser und vieles mehr ...



DOMINO-LINE

mit Induktions-Hold-Line und Chafings



Die Große Freiheit

passend, optimal ergänzend und für alle Module variabel einsetzbar:



Die Besteck-Box

mit Induktions-Hold-Line und Tellerstapler



Die Große Freiheit im praktischen Einsatz: Hustenschutz und Wärmebrücke passen für alle Module

mit Induktions-Hold-Line und Wok



Gulfood Dubai
25.–28.2.2013
German Pavilion
Hall Zabeel
Z-F129



Internorga
Hamburg
8.–13.3.2013
Hall A3
Stand A3.409

SCHOLL Apparatebau GmbH & Co. KG
Zinhainer Weg 4
D-56470 Bad Marienberg
Telefon: +49(0)2661/98 68-0
www.scholl-gastro.de
E-Mail: info@scholl-gastro.de