



NEUE KAFFEEHAUS-KETTE MELANGE MIT INDISCHEM TOUCH

Coffee Day, eine Marke der Amalgamated Bean Coffee Trading Company Ltd., will von Wien aus Europa erobern. Dieses ambitionierte Kaffeehaus-Projekt stammt nicht etwa aus den USA, sondern aus – Indien.

TEXT UND FOTOS: ULI FPEIFFER



V.l.: Subbana Kannur (General Manager F&B ABC) und Bharath Gowda (ABC)

Für das zweite Lokal von Coffee Day in Wien (nach dem Flagship-Store bei der Albertina, der schon 2005 eröffnete) wurde der Standort direkt gegenüber dem Hauptgebäude der Wiener Universität gewählt. Nicht ohne Grund: „Der neue Standort passt ideal zum Leitbild und zur Philosophie von Coffee Day, denn wir wollen speziell die Jugendlichen, aber auch die Junggebliebenen ansprechen“, erklärt Subbana Kannur, Head of Food & Beverage von Coffee Day.

Das neue Café bietet neben warmen und kalten Kaffee-Variationen, Frühstück für Spätaufsteher bis 15 Uhr, Snacks, Torten, indischen Gerichten, einer Lounge mit kostenlosem Wireless-LAN-Zugang auch spezielle Angebote sowie Rabatte für Studenten. Die Küche kann, im Gegensatz zum Standort bei der Albertina, neben den Snacks auch Hauptgerichte und Spezialitäten aus der indischen Küche produzieren. Wie Architekt Karl Stefan erzählt, war die Fertigstellung in nur sieben Wochen rekordverdächtig schnell, doch „mit den richtigen Partnern zu schaffen“. Der besondere Clou bei der Gestaltung sind die Sichtschutzblenden aus Glas bei der Bar und im Obergeschoß, zwischen den Scheiben wurden echte Kaffeebohnen aus Indien eingefüllt.



Warme Atmosphäre im Wiener Coffee Day

332 CAFÉS IN INDIEN

Das Konzept der Marke Coffee Day, die in Indien landesweit bereits 332 Cafés in 70 Städten betreibt, wurde ursprünglich für die aufstrebende urbane Jugend entwickelt und entsprach deren Wunsch nach einem modernen Treffpunkt mit leistbaren Preisen für Speisen und Getränke. Daher bot man Cafés mit lebendigen Farben, modernen Materialien und gemütlicher Einrichtung und konzentrierte sich gleichzeitig auf die absolute Stärke der Marke: die Qualität des Kaffees. In den Lokalen wird besonderer Wert auf die Güte des servierten schwarzen Getränks gelegt, nur Kaffeebohnen aus unternehmenseigenem Anbau werden verwendet. Die Zubereitung wird von speziell ausgebildeten „Brew Masters“ vorgenommen, die die heißen Getränke auch visuell ansprechend servieren. In Österreich wird eine eigens zu-

bereitete Mischung verwendet, die auf den lokalen Geschmack abgestimmt ist.

Die internationale Kaffeehaus-Kette verzeichnet bereits mehr als 1,3 Millionen Gäste monatlich, bis Mitte 2007 plant



Die Zubereitung der Kaffeespezialitäten erfolgt durch ausgebildete „Brew Masters“

ABCTCL die Eröffnung des fünfhundertsten Coffee Day Cafés in Indien. In Wien plant man noch einige Lokale, weiters in den Städten Linz, Klagenfurt und Graz sowie in den Niederlanden und im östlichen Europa.

DAS UNTERNEHMEN

ABCTCL deckt seit 1999 mehr als 13 Prozent des indischen Kaffeexportvolumens ab und ist damit in Indien einer der größten Exporteure für grünen Kaffee mit einem Umsatz von 58 Millionen Euro (2005) und rund 5000 Mitarbeitern. Das Unternehmen beliefert Röstereien, Großhändler und Food & Beverage-Unternehmen in Europa, den USA und Japan. Zu den internationalen Kunden gehören Röstereien wie Tchibo, Sara Lee, General Foods, Lavazza oder Illy Kaffee. Der Unternehmensbereich Fresh 'n Ground (F&G) mit 385 Outlets – vergleichbar etwa mit Tchibo in Europa – ist in Indien einer der Marktführer im Segment für gerösteten und gemahlenen Kaffee und umfasst mehr als 22 verschiedene Kaffeemischungen und regionaltypische Spezialitäten. Momentan betreibt F&G 385

Outlets, die als One-Stop-Shops für Kaffee- und Teespezialitäten dienen und 365 Tage im Jahr geöffnet haben.

Die Einzelhandelskette Coffee Day Xpress mit mittlerweile 360 Kiosken wurde für die

schnelle, angenehme und preiswerte Versorgung mit Getränken und Snacks für unterwegs konzipiert. Die Xpress-Kioske bieten eine Vielzahl an kalt und warm zubereiteten Speisen und Getränken und sind an stark frequentierten, öffentlichen Plätzen wie etwa Einkaufszentren, Flughäfen, Kino-Multiplexes, Parks oder Tankstellen zu finden. Der Bereich Coffee Day Beverages versorgt rund 8500 Kaffeemaschinen, die vor allem in Unternehmenskantinen in ganz Indien eingesetzt werden, und kontrolliert diese regelmäßig. Coffee Day Perfect schließlich ist die Handelsmarke des Filterkaffees, bestehend aus 57 Prozent Kaffee und 43 Prozent Chicorée.

DATEN & FAKTEN
COFFEE DAY DR.-KARL-LUEGER-RING

Geschäftsführer:	Bharath Gowda
Öffnungszeiten:	täglich von 8 bis 23 Uhr
Eröffnung:	28. September 2006
Anzahl der Mitarbeiter:	zwölf
Architekt:	Karl Stefan
Küchentechnik und Bar:	Hildebrandt
Kaffeemaschine:	Astoria
Abrechnungssystem:	Tipos
Outdoorbereich:	Blaha