



Die coa Story

Der Duft exotischer Gewürze verschmilzt mit der heiß-feuchten Luft der engen Straßen, in den Streetkitchens dampft und zischt es, überall kleine Köstlichkeiten. Ein Streifzug durch die Gassen von Hongkong ist ein Abenteuer für die Sinne: laut, bunt und voller Energie. Hier knallt Tradition mit Wucht auf Modernes. Ein Schmelztiegel des fernen Südostasiens und ein Stück Heimat zugleich. Die Inspirationsquelle und das Gefühl von coa.

Alexander und Constantin v. Bienenstamm verbrachten Ihre Kindheit und Jugend genau dort: im Melting Pot Hongkong. Geprägt von der bedeutendsten Metropole Asiens mit ihren Superlativen, prickelnder Urbanität, zauberhafter Exotik und besonders der asiatischen Esskultur kamen sie 1985 nach Deutschland. Hier stellten sie schnell fest, dass die asiatische Gastronomie in Deutschland wenig mit der authentischen und vielfältigen Küche Hongkongs zu tun hat.

„Wir waren uns sicher, dass ein Restaurantkonzept, dass die authentische südostasiatische Küche nach Deutschland bringt, funktionieren kann“, so Alexander v. Bienenstamm, Gründer und Geschäftsführer.

2005 war es dann soweit: in Frankfurt am Main eröffnete das erste Restaurant namens „coa – cuisine of asia“. Innerhalb der nächsten Jahre entstanden schnell weitere Restaurants im Raum Frankfurt.

2015 – 10 Jahre nach der Eröffnung des ersten Restaurants – entschied die Geschäftsführung, dass es Zeit für eine Weiterentwicklung ist. „Wir wollten unser Konzept fit für die nächste Dekade machen und unsere Identität in Bezug auf unsere Wurzeln weiter stärken. Sind wir das, was wir sein wollen? Erfüllen wir die Erwartungen, die wir an uns stellen? Diesen Fragen haben wir uns gestellt. Angefangen bei den Gerichten auf unserer Karte, über das Raumkonzept bis hin zum Logo und Corporate Design haben wir das gesamte Konzept überarbeitet“, berichtet v. Bienenstamm von einem turbulenten Jahr.

Herausgekommen ist ein neues, reduziertes und dabei kommunikatives Raumkonzept, das dazu einlädt Asien mit allen Sinnen zu erleben. Und eine Speisekarte, die die Vielfalt der ehrlichen und echten südostasiatischen Esskultur widerspiegelt. „Unsere Speisen nehmen unsere Gäste mit auf einen Taste Trip durch Asien“, so Arthur Käser, Geschäftsführer bei coa. „Wir haben viele Bräuche aus Asien aufgegriffen. Unsere Gäste können sich beispielsweise ihre Vorspeise aus vielen kleinen Gerichten, den sogenannten Dim Sum, individuell zusammenstellen und gemeinsam genießen.“ Dim Sum bedeutet

wörtlich übersetzt: „Kleine Köstlichkeiten, die das Herz berühren“ – und die Übersetzung ist so poetisch wie wahr. Denn Dim Sum werden traditionell gemeinsam bestellt und am Tisch geteilt – die geselligste Form des Speisens und immer auch ein Ausdruck der Wertschätzung, menschlich wie kulinarisch.

„Wir wollen das Flair der bunten, dampfenden, quirligen und leckeren Welt der Streetkitchen-Kultur Südostasiens für unsere Gäste erlebbar machen“, formuliert v. Bienenstamm die Zielsetzung des Gastronomieerlebnisses bei coa.