

# aaiyee

## आईए

### ‘ah-eye-ye’

or let's say: come in. be our guest. let us show you our world.

Geschichte

1/5

Nostalgia. Der Geruch der farbenfrohen Masalas, die in heißem Öl zischen. Der Geschmack eines Burgers am Chowpatty Beach. Die Erinnerung an die Mutter, wie sie den Teig für Rotis und Puris knetete.

Wir sind in Hamburg angekommen, aber unsere Wurzeln liegen in der indischen Kultur. Und eine Sache vermissten wir hier: authentisches indisches Essen. Unzählige Erinnerungen an schöne Momente mit unseren Familien sind damit verbunden.

Bluebird Catering. Doch obwohl Hamburg eine brodelnde Metropole mit einer großen Expat-Community ist, gab es das, was wir suchten, hier nicht. Und so gründete Tarun selbst das Unternehmen „Bluebird Catering“ und bot authentische indische Speisen und typische Snacks für Hochzeiten und weitere Feierlichkeiten an. Sein Essen kam gut an – und mit jeder erfolgreichen Veranstaltung wurde der Wunsch seiner Kundschaft nach einem Restaurant lauter.

Eröffnung Restaurant Schäferkampsallee. Schließlich fanden wir 2019 das Objekt in der Schäferkampsallee und entschlossen uns, unseren Herzen zu folgen. Es waren turbulente Monate. Wir renovierten, planten, kochten alles in Eigenregie, während Sonja noch Vollzeit angestellt war, mit unserer Tochter immer dabei. Die ganze Familie unterstützte uns und so wurde der Grundstein gelegt für das Familienunternehmen, das wir heute sind. Im Oktober 2019 eröffneten wir das erste Authentikka.

Nur ein paar Monate später stand die Welt mitten in der Corona-Pandemie plötzlich still und alle Plätze unseres liebevoll gestalteten Restaurants blieben leer. Statt ebenfalls in Schockstarre zu verharren, stellten wir unseren gesamten Betrieb kurzfristig auf das Außer-Haus-Geschäft um. Damit etablierten wir einen bis heute beliebten Geschäftszweig, der unser Kerngeschäft unterstützt.

Ursprünglich für Kunden außerhalb unseres Lieferradius gedacht, entwickelten wir unsere erste Kochbox authentibox Makhni – der Startschuss für unsere eigene Produktlinie.

Wachstum

2/5

Unser Konzept kam an bei Expats und Foodies, auch in der Nachbarschaft in der Schanze waren wir schnell beliebt. Authentikka Winterhude. Aus der tiefen Freundschaft zu Familie Singh, die sich bereits einen Namen in der Hamburger Gastro-Szene gemacht hat, ist eine Geschäftsbeziehung entstanden. Gemeinsam konnten wir unseren Blick nach vorne richten, neue Ziele anvisieren – und entschieden so, in Kooperation einen zweiten Standort in Winterhude zu errichten. Parallel dazu investierten wir in unser Branding und wagten einen Relaunch, der unsere Markenidentität perfekt widerspiegelt. Unser Restaurant in der Gertigstraße eröffnete im Dezember 2022. Seitdem ist es nahezu vollständig ausgebucht.

Authentikka Mitte. Doch mit unseren beiden räumlich überschaubaren Restaurants fehlte uns etwas. Schon immer betrieben wir weiterhin das Catering-Geschäft und sahen das große Potential, das eine Fläche mit Platz für Feiern mit sich bringen würde. Umso größer war unsere Freude, als wir in bester Lage in Hamburg Mitte die große Fläche in der Lilienstraße anmieten konnten. Nach umfangreichen Umbaumaßnahmen eröffneten wir das Restaurant Authentikka Mitte am 07.06.2024.

Events & Private Dining. In unserem Restaurant in Mitte fokussieren wir uns auf Events, die direkt bei uns vor Ort stattfinden. Dafür haben wir ein ausgeklügeltes Raumkonzept erarbeitet, das Feiern neben dem alltäglichen Restaurantgeschehen ermöglicht. Unser Highlight ist der Private Dining Room Baithak, der Essen, Meetings und Gespräche in ganz privaten Rahmen vorsieht.

Dukaan. Im Erdgeschoss in der Lilienstraße haben wir Platz für unseren Dukaan vorgesehen: eine Mischung aus einem Pastry Store und Shop, der typisch für Indien ist. Hier planen wir, indische Snacks To Go anzubieten sowie unsere wachsende Produktrange. Inzwischen verkaufen wir neben der authentibox auch einige traditionelle Gewürzmischungen und Merchandise.

Making memories.

3/5

Authentic Indian Food nourishes the Body and soul! Essen ist mehr als nur eine Notwendigkeit zur Nahrungsaufnahme – es ist gelebte indische Kultur, denn hier stehen gemeinsame Mahlzeiten im Mittelpunkt des Alltags. Bei uns geht es um eine Besinnung auf das Wesentliche: Die Mühe und Sorgfalt, die beim Zubereiten der frischen Zutaten gemacht wird, kleine Details, das Zusammenkommen mit Freunden und Familie, das Verleben einer besonders schönen Zeit. In unseren Restaurants entstehen Erinnerungen, die weit über den Tellerrand hinausreichen:

Modern Indian Nostalgia. Damit das Essen bei uns für euch zu einem emotionalen Erlebnis wird, stehen für uns Gastfreundschaft, Wärme und Herzlichkeit im Vordergrund. Wir gehen die Extrameile, damit ihr die bestmögliche Zeit bei uns verbringen könnt.

Werte & Branding

4/5

Nachhaltigkeit. Besonders in Indien zeigen sich die Folgen der Umweltverschmutzung so gravierend. Deshalb versuchen wir, so nachhaltig wie möglich zu handeln. Auch, wenn wir nicht alles perfekt machen, versuchen wir doch, so viel wie möglich richtig zu machen. Every step counts!

Zwar müssen wir Mangos immer noch importieren lassen, doch wir bereiten möglichst viele indische Spezialitäten selbst zu, kaufen in der Umgebung ein und kooperieren mit lokalen Unternehmen.

We are Family. Bereits bei der Gründung haben wir den Grundstein für ein Familienunternehmen gelegt. Während Tarun als Küchenchef Verantwortung für die authentisch indischen Gerichte innehat, übernimmt Sonja das komplette Marketing. Unsere Tochter ist immer überall dabei und wird in unseren Restaurants groß – es gibt kein schöneres Gefühl. Auch andere Familienmitglieder übernehmen Aufgaben oder teilen ihre traditionellen Rezepte mit uns.

Auch nun, wo unser Unternehmen wächst, fühlt es sich nach Familie an. Wir verbringen sehr viel Zeit mit dem Team und wissen einander zu schätzen. Deshalb fühlt es sich immer wie nach Hause kommen an, wenn wir eines unserer Restaurants betreten.

Branding. Authentikka hat echte Fans, unsere Restaurants entwickeln sich als place to be in der Hansestadt. Als gebrandete Gastronomie sind wir einer der Vorreiter in Hamburg. Das Gelingen, weil wir Authentikka von Anfang an als Marke inszenieren. Dafür geben wir in perfekt stilisierten Social Media Storys Einblicke in unser Familienunternehmen, kooperieren mit anderen lokalen Brands und schaffen Content, der spannende Hintergrundinformationen liefert und so unsere Positionierung stützt.

Ästhetik

5/5

Modern Indian Nostalgia. Wir möchten, dass unsere Gäste sich bei uns wohlfühlen. Dazu gehört eine besondere Ästhetik, die wir in Zusammenarbeit mit Studio Lineatur erarbeitet haben. Wir möchten Klischees und Stereotype aufbrechen und das moderne Indien zeigen: stilvoll, anspruchsvoll und geschmackvoll. So haben wir einen Look & Feel kreiert, der zu einem schönen Restaurant in Mumbai gehören könnte – und das mitten in Hamburg.

Dazu gehören übergreifende Komponenten wie die konsequente Farbgebung, die an indische Elemente erinnert, und im Interior Bereich der Fokus auf dunkle Hölzer und Rattan.

authentikka.

MODERN INDIAN NOSTALGIA