

Presseinformation

1. Juli 2021



Mitchells & Butlers Germany GmbH, Wiesbaden

Krise als Chance

Lehren aus den Lockdowns

und Perspektiven für die Ganztages-Systemgastronomie

Wiesbaden. – „Das Leben ist schön!“ – das ist das Motto der 40 ALEX Ganztagesgastronomie-Betriebe, die gemeinsam mit drei Brasserien und einem Miller & Carter Steakhouse von der Mitchells & Butlers Germany GmbH (MaBG) in 34 deutschen Städten betrieben werden. In den vergangenen 15 Monaten war unser aller Leben allerdings nicht mehr ganz so schön...

Das Unternehmen und dessen rund 1.600 vollbeschäftigte Mitarbeiter*innen sind dennoch bis heute vergleichsweise gut durch die Krise gekommen. Trotz vieler politischer Fehlentscheidungen, langer Wartezeiten auf die immer noch nicht vollständig ausgezahlten staatlichen Hilfgelder und einer Unmenge an zu flickenhaft-föderalen und zu kurzfristigen Beschlüssen. Geschäftsführer Bernd Riegger ist überzeugt, „dass wir in Deutschland doch in einem privilegierten Land leben und die Pandemie bislang als Gesellschaft und als Unternehmen ganz gut gemeistert haben.“ Wichtigstes Kriseninstrument war und ist das Kurzarbeitergeld. Damit – und durch freiwillige Aufstockungen auf 80 bis 100 Prozent – ist es gelungen, nahezu alle Mitarbeiter aus der Stammmannschaft zu halten. Und noch etwas hat sich in der Krise bewährt: konservatives Wirtschaften. Denn MaBG lebt von der guten Substanz, die man in den vergangenen Jahren angelegt hat, konnte vom hohen Cash-



Bestand zehren, der eigentlich für die weitere Expansion vorgesehen war. Dadurch ließen sich die Lockdown-Monate überbrücken.

Forderungen an die Politik

„Die Gastronomie wurde von der Politik vergessen und nicht als Industrie wahrgenommen. Das muss sich ändern, falls nochmals eine derartige Pandemie-Situation auftritt“, fordert Riegger. Politik muss unbürokratischer sowie kreativer werden und neben Wissenschaftlern ein breites Spektrum an Entscheidungsträgern einbinden. Darüber hinaus gilt es ein bundeseinheitliches Regelwerk zu etablieren, das für alle Länder und Kommunen verbindlich ist – nicht erst ab einer Inzidenz von 100. „Als deutschlandweite Kette sind wir bei den Restarts fast nicht mehr hinterhergekommen bei den ganz unterschiedlichen Verordnungen an den 34 deutschen Standorten. Das war ein absoluter Kraftakt!“, so Riegger. Und jetzt ist die Erwartungshaltung groß, dass man nach all den Anstrengungen, die konsequent umgesetzt wurden, auch gleichermaßen Erleichterungen erfährt und zügig weitere Lockerungen (etwa bei den Abstandsregeln auf der Innenfläche) stattfinden. Damit tun sich Länder und Kommunen noch schwer.

Learnings aus den Lockdowns

Sehr zufrieden ist Riegger damit, wie sein Management-Team und alle Mitarbeiter die großen Herausforderungen der letzten Monate im Unternehmen gemeistert haben. Weil Mitchells & Butlers seinen Mitarbeitern durch Jobgarantien und Aufstockungen des Kurzarbeitergeldes Sicherheit gegeben hat und allgemein einen guten Ruf als vertrauenswürdiger Arbeitgeber genießt, sind die Stammteams geblieben, so dass man den Restart nicht aufgrund von Personalmangel verschieben oder zeitlich einschränken musste. Abgesehen von derzeit noch fehlenden Minijobbern, die sich primär aus Studenten generieren, leidet MaBG nicht so stark unter dem Fachkräftemangel wie andere Gastronomen. Darüber hinaus hat sich die während der Lockdowns eingeführte, regelmäßige direkte Status-Kommunikation per E-Mail zwischen Bernd Riegger und den Betriebsleitern sowie deren Mitarbeitern vor Ort als ein wichtiges, vertrauensbildendes Instrument erwiesen, das auch künftig beibehalten werden soll. Die dabei aufgedeckten digitalen Schwachstellen – wie beispielsweise die Interaktion mit den Mitarbeitern via Social Media und Messengers statt E-Mail – sind eine von vielen Ideen und Aufgaben, die man aus der Krise mitgenommen hat. Überhaupt hat das Thema Digitalisierung durch die Pandemie unternehmensintern nochmals einen starken Schub erhalten.

Im Hinblick auf seine Standorte wird das Unternehmen künftig zusätzliche Faktoren berücksichtigen müssen. Denn nicht zuletzt aufgrund von Reisebeschränkungen und ausgefallenen Messen sowie dem absehbaren Trend nach einer temporären Beibehaltung des Homeoffices sind ehemals sehr profitable Outlets in Büroumgebungen (z. B. ALEX The Squire am Frankfurter Flughafen) besonders von den Lockdown-Auswirkungen und daraus resultierenden gesellschaftlichen Umbrüchen betroffen.

Auf große Außenflächen hingegen, die ohnehin schon wichtiges Markenzeichen der ALEX-Betriebe sind, wird man bei künftigen Betrieben ein noch stärkeres Gewicht legen. Die Pandemie hat klar gezeigt, dass Ganzjahresfähigkeit außen ein Gamechanger sein kann. Ohne sie hätte es Mitchells & Butlers aufgrund der Regularien auf der Innenfläche nicht geschafft, im zurückliegenden Geschäftsjahr (zum 31.12.2020) immerhin noch einen Umsatz von 76,8 Mio. Euro (i. Vj. 105,7 Mio. Euro) zu generieren und damit „nur“

ein Minus von 39 Prozent einzufahren. „Man wird sich auch mit den Kommunen auseinandersetzen müssen, die erweiterte Genehmigungen vergeben sollten. Hier sind neue Konzepte für Außenkonzessionen notwendig. Sicher wird das nicht von heute auf morgen möglich sein, aber wir sollten einen Umdenkungsprozess anstoßen. Denn es wird immer mehr Menschen geben – auch nach dem Ende der Pandemie – die lieber wetterunabhängig draußen sitzen“, erläutert Bernd Riegger.

Mitchells & Butlers ist mittlerweile in Deutschland die Nummer Eins im Segment der Freizeitgastronomie (lt. jährlicher Erhebung des Branchenmagazins foodservice) und aufgrund seiner stabilen wirtschaftlichen Situation ein gern gesehener Mieter, der viele Immobilienangebote erhält. Riegger appelliert daher an die Vermieter von Einzelhandels- und Gastronomieflächen dringend umzudenken, wenn sie nicht durch exorbitante Mieten einen schmerzlichen und durch Corona noch verstärkten Strukturwandel durch Leerstände in den Innenstädten auslösen wollen. „Denn die hohen Mieten können nicht mehr auf die Preiskalkulationen umgelegt werden.“, so der Gastronom, „Ein 0,3 l Pils für sechs Euro ist ein Preis, den man auf keinen Fall an den Markt weitergeben könnte.“ Darüber hinaus hätte Riegger sich – nicht zuletzt auf Basis der neuen Rechtsgrundlage – ein größeres Entgegenkommen seitens der Vermieter in der Corona-Krise gewünscht. „Bei vielen sind wir einfach nur auf fast taube Ohren gestoßen“. Das hausinterne Development-Team denkt bereits über die Aufnahme diesbezüglicher Klauseln in künftigen Verträgen nach.

Krise als Chance

Mitchells & Butlers hat, wie nahezu die gesamte Gastronomie, in der Krise eine hohe Kreativität entwickelt. Die war einerseits erforderlich, um alle Herausforderungen zu meistern, hat aber andererseits viele neue Ideen hervorgebracht. Sie sollen nun einfließen in die Weiterentwicklung des ALEX-Konzeptes und den 40 bestehenden Betrieben einen komplett neuen Look verpassen, wie es letztmalig ab 2004 realisiert wurde. Die Überlegungen dazu gibt es bereits seit längerem, durch Corona haben sie einen zusätzlichen Schub erhalten und neue Erfahrungswerte initiiert. Mit drei Piloten soll es bereits 2022 an den Start und in eine neue Expansionsphase gehen.

Eines haben die Lockdowns überdeutlich gemacht: Restaurantbesuche haben den meisten Menschen schmerzlich gefehlt. Sie sind ein wichtiges Glied im Sozialgefüge und fungieren als zentraler Kommunikationsort. Das Erlebnisgastronomiekonzept von ALEX spielt (nicht nur) nach dem Restart eine bedeutsame Rolle als „Trostspender“. Denn es bietet eine unkomplizierte Fullservicegastronomie – morgens, mittags, abends, immer. Egal, ob man nur einen Kaffee trinken, einen Cocktail genießen oder ein hochwertiges Steak essen möchte. Diese Ausrichtung soll weiter verstärkt werden – auch auf vergrößerten und ganzjahresfähigen Außenterrassen. Bernd Riegger: „Die Krise hat uns gezeigt, dass wir mit unserem Geschäftsmodell absolut richtig liegen. Wir haben daher nicht mit Delivery oder Foodboxen experimentiert, sondern wollen das, was wir am besten können, weiterentwickeln.“ Die Strategie für die kommenden Jahre ist somit ganz klar ausgerichtet auf Konzepterneuerung und Expansion. Und wenn Wetter sowie Virus mitspielen, sollte sie auch finanzierbar sein. Bernd Riegger geht derzeit für das laufende Jahr von einem leicht besseren Ergebnis als im Jahr 2020 aus und hofft auf mindestens 80 Millionen Euro Umsatz.

Weitere Infos und aktuelle News über:

www.mabg.de | www.dein-alex.de | www.facebook.com/alexgastro |
www.instagram.com/dein_alex/

Fotocredits: ©ALEX // Es handelt sich um Archivbilder, die vor der Pandemie aufgenommen wurden.

Text und Bildmaterial in Druckqualität können im Pressezentrum oder direkt in der Mitchells & Butlers Dropbox heruntergeladen werden.

* Zur besseren Lesbarkeit wird im vorliegenden Presstext auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Es wird das generische Maskulinum benutzt, wobei alle Geschlechter gleichermaßen gemeint sind.

Pressekontakt:

SvdH PR | Public Relations & Kommunikation

Sabine von der Heyde, Anke Brunner

Drosselweg 45, D – 85667 Oberpframmern (bei München)

Tel.: +49 (0)8093-999931-0

E-Mail: info@SvdH-PR.de

[WEBSEITE](#) | [INSTAGRAM](#) | [FACEBOOK](#)

Mitchells & Butlers Germany GmbH

Bernd Riegger (Geschäftsführer)

Adolfstraße 16, D - 65185 Wiesbaden

Tel: +49-(0)611-160580

E-Mail: info@mabg.de

www.dein-alex.de und www.facebook.de/alexgastro

Hintergrundinfos zum Unternehmen

Über Mitchells & Butlers (ALEX, Brasserie, Miller & Carter)

Mitchells & Butlers plc. wurde 1898 gegründet. Der führende Betreiber von Pubs und Restaurants in Großbritannien (rund 1.700 Outlets, u.a. Marken wie All Bar One, Miller & Carter, Vintage Inn, Toby Carvery) verzeichnete 2020 (zum 26.9.) einen Umsatz in Höhe von 1,48 Mrd. Pfund (2,24 i. Vj.). 1999 wurde die deutsche ALEX-Gruppe übernommen und seither kontinuierlich ausgebaut. Für das Management dieses innovativen Freizeitgastronomie- und Fullservice-Konzeptes zeichnet die Mitchells & Butlers Germany GmbH, Wiesbaden (Geschäftsführer: Bernd Riegger), verantwortlich, unter deren Ägide auch das „Brasserie“- und das neue „Miller & Carter Steakhouse“-Konzept betrieben werden. Sie erwirtschaftete 2020 (z. 31.12.) einen Umsatz in Höhe von 76,8 Mio. Euro (125,8 i. Vj; 39% Rückgang coronabedingt). Unter den umsatzstärksten Freizeitgastronomie-Unternehmen im Segment der deutschen Systemgastronomie belegt Mitchells & Butlers seit 2004 einen der ersten drei Plätze (2020 Platz 1).

Standorte: 40 ALEX, 3 Brasserien, 1 Miller & Carter in 34 deutschen Städten: Aachen, Berlin (3), Bielefeld (1 ALEX, 1 Brasserie), Braunschweig, Bremen (2), Chemnitz, Dortmund, Dresden, Düsseldorf, Frankfurt (3 ALEX, 1 Miller & Carter), Fürth, Gütersloh, Hamburg (2), Karlsruhe, Kassel, Koblenz, Leipzig, Ludwigshafen, Magdeburg, Mainz, Mülheim a.d.R., München (2), Münster (Brasserie), Nürnberg, Oberhausen, Osnabrück, Paderborn, Potsdam, Regensburg, Rostock, Saarbrücken (1 ALEX, 1 Brasserie), Solingen, Wiesbaden und Zwickau.

www.dein-alex.de | www.facebook.de/alexgastro | www.deine-brasserie.de | www.millerandcarter.de

Aktuelle Auszeichnungen

- Im Januar 2021 bewerten STERN und Statista aufgrund von Mitarbeiterbefragungen zwischen Juni und Juli 2020 die „Besten Arbeitgeber Deutschlands“, wobei ALEX in der Gastronomiebranche den besten Platz belegt (trotz Corona-Krise). Der Focus bestätigt Arbeitnehmern im Unternehmen „Beste Jobs mit Zukunft“ (September 2020), „Top Karriere Chancen“ (November 2019) und zeichnet ALEX als Branchensieger mit dem Siegel „Höchste Fairness im Job“ aus (Februar 2020). In der FAZ-Studie „Fit for Future“ (Februar 2020) wurden Deutschlands zukunftsfähigste Unternehmen ausgezeichnet: ALEX landete in der Branche Systemgastronomie auf dem zweiten Platz. In der Studie „Deutschlands Begehrte Arbeitgeber“ (FAZ/IMWF Institut,

- Oktober 2019) wurde ALEX im Bereich Gastronomie gelistet und die Welt-Studie „*Deutschlands Beste Arbeitgeber*“ (August 2019) bescheinigt ALEX eine „*hohe Arbeitgeber-Attraktivität*“.
- „*Familienfreundlichstes Unternehmen*“ innerhalb der deutschen Freizeitgastronomie (unabhängige Studie von Goethe-Universität Frankfurt, Welt am Sonntag und ServiceValue). Sieger 2013, 2014, 2016, 2017 und 2018; Goldrang 2015 und 2019; Silberrang 2020.
 - Silberrang als „*Service Champion*“ belegt ALEX im WELT-Ranking (Oktober 2020), „*Top Service-Qualität 2019/2020*“ in der Rubrik Restaurants mit Fullservice wurde ALEX nach einer Studie von TestBild/Statista im September 2019 bestätigt. ALEX belegt einen Silber-Medaillenrang im branchenübergreifenden Ranking aller Unternehmen als „*Service-Champion 2020*“ (unabhängige Studie von Die Welt und ServiceValue).
 - ALEX gehört laut Studie von Focus/Deutschland-Test vom Juni 2020 zu „*Deutschlands innovativsten Unternehmen*“.
 - Für ihr „*nachhaltiges Engagement*“ (Übernahme sozialer, ökonomischer und ökologischer Verantwortung) landet die ALEX-Kette bei Verbraucherbefragungen (Deutschland-Test/ServiceValue/Focus) im Segment Freizeitgastronomie auf vorderen Plätzen (Februar 2017, März 2018, März 2019, März 2020). Auch eine FAZ-Untersuchung verlieh ALEX das Zertifikat „*Exzellente Nachhaltigkeit*“ (November 2019).
 - Eine Deutschlandtest-Untersuchung für Focus Money zeichnete ALEX als „*Digitalen Champion*“ aus (Februar 2020).
 - Auszeichnung mit dem Prädikat „*Faires Unternehmen*“ in der erstmalig durchgeführten Studie von Focus/DeutschlandTest/ServiceValue (Juni 2019, Bereich Freizeitgastronomie)
 - Für die Studie „*Deutschlands begehrteste Produkte und Services*“ wurden 20.000 Unternehmen untersucht, ALEX erhielt im Februar 2020 die Auszeichnung „*Begehrteste Systemgastronomie 2020*“ (FAZ/IMWF Institut). Außerdem Listung in der Studie „*Deutschlands Beste*“ (Focus/Focus Money und DeutschlandTest, Oktober 2019 und Oktober 2020) in der Sparte „*Gastronomiebetriebe*“.
 - ALEX erhält bei unabhängigen Verbraucherstudien von Focus (u.a. mit Deutschland Test und ServiceValue) im Bereich der System- oder Freizeitgastronomie die Prädikate „*Preis-Sieger*“ (November 2020), „*Höchste Kundenreputation*“ (April 2021, Juli 2020), „*Kundenliebling 2020*“ (Juli 2020), „*Höchste Weiterempfehlung*“ (August 2019 und August 2018) und „*Höchste Kundentreue*“ (Februar 2021). ALEX ist im Ranking „*Deutscher Kunden-Award*“ 2020 der DtGV (Deutsche Gesellschaft für Verbraucherstudien mbH) in den Bereichen *Kundenzufriedenheit* und *Kundenbehandlung* mit Top-Ergebnissen gelistet.

21-03