

## Presseinformation

1. Juni 2022



Mitchells & Butlers Germany GmbH, Wiesbaden

### Erfolgreicher Redesign-Auftakt

**Pilotbetrieb in Mainz beschert 50 Prozent Umsatzwachstum /  
In den kommenden Jahren sollen alle deutschen ALEX-Betriebe den  
komplett neuen „Urban Living“-Look erhalten**

*Wiesbaden.* – „Unser neues ALEX-Designkonzept wird von den Gästen überwältigend positiv angenommen“, freut sich Bernd Riegger, Geschäftsführer der Mitchells & Butlers Germany GmbH (MABG), die hierzulande 39 ALEX Ganztagesgastronomie-Betriebe, drei Brasserien und ein Miller & Carter Steakhouse in 34 Städten betreibt. Nach aufwändigen, achtwöchigen Umbaumaßnahmen öffnete das Mainzer ALEX Anfang April in einem gänzlich neuen Look und präsentiert mit „Urban Living“ erstmals das neue Leitthema einer sehr umfangreichen Konzeptumstellung.



Nach knapp zwei Monaten Pilotphase, in der das „neue“ ALEX Mainz trotz pandemiebedingter Einschränkungen ein Umsatzplus von 50 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum 2019 (!) erzielte und das detaillierte Screening des Online-Reputationsmanagement-System eine Vielzahl an positiven Bewertungen verzeichnete,

hat Bernd Riegger jetzt den Startschuss gegeben für ein flächendeckendes Rollout: „Wir haben den Nerv der Zeit getroffen und mit ‚Urban Living‘ ein neues Leuchtturmkonzept in dem von uns bedienten Segment innerhalb der Systemgastronomie geschaffen. Nach und nach wird das neue Design jetzt in allen Betrieben umgesetzt.“ Das wird aber wohl nicht ganz so schnell realisiert werden können, wie zunächst geplant (kalkuliert waren vier Jahre). Denn Lieferprobleme, höhere Materialkosten und Handwerkerengpässe bremsen und sind zudem zusätzliche Kostentreiber. Pro Betrieb hatte MABG ursprünglich ein durchschnittliches Redesign-Investitionsvolumen von 350.000 Euro kalkuliert, das ausschließlich aus den eigenen Cashflow-Beständen – ohne Einbindung von Vermietern oder Banken – finanziert wird. In Mainz schlug die Neugestaltung hingegen mit rund 600.000 Euro zu Buche, die nur teilweise einer zusätzlichen Bodenbelagssanierung zuzuschreiben sind. „Natürlich ist ein Pilot immer teurer. Es gibt diverse Anpassungen während der Umbauphase und Planer sowie Gewerke müssen sich aufeinander einspielen. Das wird beim zweiten Betrieb schon anders werden. Trotzdem müssen wir weiterhin, nicht zuletzt aufgrund der allgemeinen globalen Lieferkettenproblematik, mit vielen Unwägbarkeiten rechnen, die sich derzeit schwer kalkulieren lassen“, resümiert Bernd Riegger die momentane Lage. „Dadurch werden aus regulär konzipierten rund drei Wochen Umbauphase schnell mal sechs Wochen oder länger. Und während dieser Zeit machen wir keinen Umsatz mit dem Betrieb“.

Dennoch wird die Konzeptumstellung wie geplant forciert und die Planungen für den Umbau des Ludwigshafener ALEX laufen bereits. Die gesunde wirtschaftliche Situation des Systemgastronomen macht es möglich. Parallel dazu stehen die Zeichen auf Expansion. Eine Brasserie eröffnet in den kommenden Wochen im Frankfurter MyZeil-Shoppingcenter, ein neuer ALEX-Standort ist in Kürze vertragsreif. Außerdem steht der Ausbau des in Großbritannien sehr erfolgreich etablierten (rund 120 Betriebe) Steakhouse-Konzeptes Miller & Carter auf dem Plan, mit dem man hierzulande bislang nur in Frankfurt vertreten ist.

### **Neues „Urban Living“ Design-Konzept**

ALEX versteht sich als eine unkomplizierte Fullservice-Erlebnisgastronomie für alle Altersgruppen, als einen anspruchsvollen, ganztägig geöffneten Hybriden aus Café, Bar, Bistro und Restaurant mit Wohnzimmercharakter. Dieses Ambiente wird durch das neue Interieur noch verstärkt und soll beim Gast ein Gefühl von urbanem Flair, Lässigkeit, Entspannung und Willkommenskultur auslösen. Die Farbgestaltung spielt dabei eine wesentliche Rolle. Erdig-warme Grün-, Türkis-, Cognac- oder Senftöne, die mit offener Kommunikation und emotionaler Ausgeglichenheit assoziiert werden, dominieren. Bunte Farbakzente werden durch das Mobiliar und durch ausdrucksstarke Artworks oder großflächige Fototapeten mit exotischen Botanik-Prints gesetzt.



Urlaub vom Alltag bieten, positive Emotionen verschenken, den Gästen das Gefühl vermitteln, dass ihnen das ALEX ein bisschen gehört und sie es als Wohlfühl-Ort neben dem Zuhause betrachten – das ist die bewährte Markenphilosophie von ALEX, die sich jetzt in einem komplett neuen Kleid präsentiert. Die neugeschaffene, noch harmonischere Raumatmosphäre bildet dafür eine perfekte Basis. Zum Ausdruck gebracht wird sie u.a. durch viele liebevolle Details, wie dekorierte Regalwände, kuschelige Sofakissen oder punktuell platzierte Teppiche. Eine gekonnt kuratierte Stilmix-Vielfalt vermittelt den Eindruck einer gemütlichen Wohnwelt. ALEX inszeniert dabei auch Industrial Design, kombiniert Holzböden mit Mosaikfliesen, paart Fauteuils in Samtoptik und floralen Dessins mit feingliedrigen Loungesesseln oder hohen Birstühlen an Communal Tables. So entsteht aus sehr unterschiedlichen Verweilzonen ein stimmungsvolles Ganzes, das jede Tageszeit durch ein ausgeklügeltes Lichtkonzept orchestriert. Immer wieder neue Blickwinkel auf das Interior eröffnen sich aus verschiedenen gestalteten Café-, Bar-, Bistro-, oder Lounge-Bereichen. Ein wichtiges Merkmal wurde aus dem vorhergehenden, mediterranen Konzept übernommen: die offenen, komplett einsehbaren Küchenbereiche mit ihren vorgelagerten Living Kitchen Areas, die an eine große Essküche erinnern.

Außenflächen sind der erste Berührungspunkt des Gastes mit dem Restaurant. Ihnen fällt daher auch beim Redesign eine zentrale Rolle zu. Gemütliche Lounge-Areas und üppige Grünpflanzen werden zum Relaxen und Verweilen einladen – auch bei kühleren Temperaturen. Ausladende Terrassen sind ohnehin schon wichtiges Markenzeichen der ALEX-Betriebe. Auf sie wird man bei künftigen Filialen ein noch stärkeres Gewicht legen. Die Pandemie hat klar gezeigt, dass Ganzjahresfähigkeit außen ein Gamechanger sein kann.

Für Planung und Ausführung des Redesigns zeichnet das renommierte, auf Gastronomie und Hotellerie spezialisierte Innenarchitekturbüro Design Coalition aus Essex (UK) verantwortlich.

Weitere Infos und aktuelle News über:

[www.mabg.de](http://www.mabg.de) | [www.dein-alex.de](http://www.dein-alex.de) | [www.facebook.com/alexgastro](https://www.facebook.com/alexgastro) | [www.instagram.com/dein\\_alex/](https://www.instagram.com/dein_alex/)

**Fotocredits:** ©ALEX

**(Hash)tags:** #deinalex | @dein\_alex

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

**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](mailto: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](mailto:info@mabg.de)

## 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 2021 (zum 30.9.) einen Umsatz in Höhe von 1,065 Mrd. Pfund (1,48 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 „Miller & Carter Steakhouse“-Konzept betrieben werden. Sie erwirtschaftete 2021 (z. 31.12.) einen Umsatz in Höhe von 73,8 Mio. Euro (76,8 i. Vj; -3,9% coronabedingt). Unter den umsatzstärksten Freizeitgastronomie-Unternehmen im Segment der deutschen Systemgastronomie belegt Mitchells & Butlers seit 2004 einen der ersten drei Plätze.

**Standorte: 39 ALEX, 3 Brasserien, 1 Miller & Carter in 34 deutschen Städten:** Aachen, Berlin (2), 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.

**Betriebe in Vorbereitung:** Brasserie Frankfurt MyZeil (Juni 2022)

[www.dein-alex.de](http://www.dein-alex.de) | [www.deine-brasserie.de](http://www.deine-brasserie.de) | [www.millerandcarter.de](http://www.millerandcarter.de) | [www.mabg.de](http://www.mabg.de) | [www.mbplc.com](http://www.mbplc.com)

### Auszeichnungen

- ALEX belegt in der „Beste Arbeitgeber Deutschlands“ Umfrage von STERN und Statista aufgrund von Mitarbeiterbefragungen in der Gastronomiesparte 2021 und 2020 den besten Platz (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, 2019 und 2021; Silberrang 2020.
- Silberrang als „Service Champion“ belegt ALEX im WELT-Ranking (Oktober 2021 und 2020) und ist bestes Unternehmen in der Freizeitgastronomie. „Top Service-Qualität 2019/2020“ in der Rubrik Restaurants mit Fullservice wurde ALEX nach einer Studie von TestBild/Statista im September 2019 bestätigt.
- 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“ (März 2022, 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.

22-07