

holyfields

time to eat

Pressemitteilung

01.04.2011

Neues Restaurantkonzept der System-Gastronomie *holyfields*

Ein neues gastronomisches Konzept erobert die Berliner Restaurantszene: Am 1. April 2011 öffnet *holyfields* seine Pforten im Herzen der Spreemetropole direkt Unter den Linden. Global Lifestylefood und ein einmaliges, ausgeklügeltes Bestellsystem machen diese Restaurant-Marke zu einer völlig neuen System-Gastronomie. Unter dem Motto „time to eat“ will der Trendsetter im nächsten Jahr weitere Restaurants in deutschen Großstädten eröffnen.

Time to eat dank innovativem Bestellsystem

„Die Idee, die hinter *holyfields* steckt, zielt darauf ab, dem Gast mehr Zeit zum Essen, Genießen und Plaudern zu geben, als es bisher in der neueren Systemgastronomie üblich ist – eben „time to eat“, erklärt Gerhard Schöps, geschäftsführender Gesellschafter der *holyfields* Restaurant GmbH & Co.KG. Dazu hat der ehemalige McDonalds Marketingvorstand ein bisher einmaliges Bestellsystem ausgeklügelte, das dem Gast „Quality time“, extra gewonnene Zeit, garantiert. Und das geht so: Der Gast ordert seine Gerichte mittels eines elektronischen PUKs an einem von fünfzehn 32 Zoll-Touchscreen-Terminals im Eingangsbereich. Dabei werden alle Speisen beim Anklicken durch Appetit anregende Filmaufnahmen „zum Leben“ erweckt. Getränke können anschließend an der wohl sortierten Bar abgeholt werden, damit die geringe Wartezeit am selbst ausgesuchten Tisch noch kurzweiliger wird. Kommt der Gast mit mehreren Leuten, dann wird durch den PUK sichergestellt, dass die Gerichte der Gruppe zur gleichen Zeit fertig sind und ein gemeinsamer Essensgenuss garantiert ist. Circa sechs Minuten dauert es bis der PUK akustisch, visuell sowie durch eine

Text - Nachricht auf dem Display signalisiert, wo das Gericht abholbereit ist. Bei den Ausgabe-Managern „Peter“, „Paul“ oder „Mary“ erhält der Gast dann sofort sein fertiges Essen. Kein langes Warten in der Schlange, sondern reichlich „time to eat“. Das signalisiert übrigens auch das Logo „(...)“. Dieses so genannte Transkriptionszeichen bedeutet, dass ein Redner eine lange Pause machen soll. Für die Gäste des *holyfields* übersetzt heißt es: Ausreichend „time to eat“. Und Angst, dass der gerade ausgesuchte Sitzplatz beim Abholen der Speisen von neu ankommenden Gästen besetzt wird, muss man auch nicht haben. Ein liebevoll gestalteter kleiner Holzjeton verrät, „Ups, hier sitzt schon jemand.“

Global Lifestylefood mit originellen Gerichten

Aber noch mehr steckt hinter diesem eigenständigen Gastronomiekonzept. Ob morgens, mittags oder abends, ob für den großen oder kleinen Hunger – für jede Gelegenheit hält das *holyfields* spezielle Gerichte bereit. Es ist eben immer „time to eat“! Die Küche ist schnell, frisch, unkompliziert, originell und arbeitet – das war Gründer Schöps von Anfang an wichtig – ohne Friteuse. Mit Gerichten wie „Capri Cruise“, „Peaceful Palermo“, „Jian Noodles“, „holyburger 1893“, „Fish & Chips reloaded „oder „M.A.F.I.A.“ enthält die abwechslungsreiche Speisekarte sowohl klassische Lieblingsgerichte als auch eigene *holyfields*-Kreationen. Dabei handelt es sich um „global Lifestylefood“ mit europäischen, amerikanischen und asiatischen Einflüssen. Und auch die klassische „Sättigungsbeilage“ ist im *holyfields* anders: Während andere Systeme mit Pommes Frites, Bratkartoffeln, Reis, Pasta oder Kartoffelbrei um die Gunst der Kunden werben, hat sich Schöps mit seinem Koch und Food Entwickler Klaus Breinig etwas Neues ausgedacht : Die „holypotatoes“. Dabei handelt es sich um Kartoffelecken, die mit Extra Virgin Olivenöl, Meersalz und reichlich frischem Rosmarin in einem eigens dafür konzipierten Heissluftofen gebacken werden. Dieses Verfahren garantiert den unverwechselbaren „holyfields Geschmack“, den man mit den dazugereichten Dips auch mal ganz ohne Hauptgang genießen kann. Das Preis-Leistungs-Verhältnis im *holyfields* ist ebenso stimmig. „Wir möchten, dass der Gast seinen Mittagstisch mit maximal 10€ bestreiten kann“, so Gerhard Schöps. Selbst wenn man das teuerste Hauptgericht (9,75€) wählt, muss man die Zehn-Euro-

Schwelle nicht überschreiten, denn im Restaurant befindet sich ein Table-Water-Brunnen, an dem sich jeder kostenlos bedienen kann.

Lifestyle Ambiente mit individuellem Charakter

holyfields lädt den Gast symbolisch zu sich nach Hause ein. Der gesamte Gastraum enthält Elemente, die unmittelbar mit dem Thema „Kochen und Essen“ in Verbindung stehen. Die prominente Kupferwand an der Speiseausgabe erinnert an blankgeputzte Töpfe und Kessel. Der Ausgabebetresen ist mit der aufgedruckten Tischdecke die Tafel, auf der das Essen liebevoll angerichtet wird. Die zentrale Coupé-Anlage enthält mit den Spannfadenbildern Reminiszenzen an das American Diner der Sixties und Seventies. Informationen für den Gast sind auf Tafeln geschrieben, ganz wie beim traditionellen Restaurant. Jedes Element wurde individuell für *holyfields* entworfen, auch die Bestuhlung. Es gibt unterschiedlich gestaltete Sitzbereiche für Zweisamkeit ebenso wie für Gruppen. Und Gäste, die ohne Begleitung kommen, finden am langen Tisch zwischen den Stützen ein kommunikatives Element. Ansteigende Sitzmöglichkeiten bieten auch dem Gast an den fensterfernen Plätzen den bestmöglichen Ausblick. Für den Vor- und Nachmittagskaffee oder den Absacker nach dem Essen steht eine bequeme Lounge zur Verfügung, mit aus den kleinen Beistelltischen wachsenden Tischleuchten.

Insgesamt bietet das ca. 1000 Quadratmeter große Restaurant Platz für ca. 350 Gäste im Innen- und ca. 100 Gäste im Außenbereich. Der Fußboden im Gastraum ist eine Neuinterpretation der klassischen Zementfliese, einem typischen Element der Landhausküche. Dieser ist auch das diagonale Linsenmuster entlehnt, das hier aber nicht direkt kopiert, sondern variiert wurde und dadurch eine unverwechselbare grafische Anmutung erreicht. Durch die fugenlos gegossene Ausgleichsmasse bekommt das Thema „Küchenboden“ einen urbanen Touch und das kleinteilige, strenge Fliesenraster des Originals löst sich zu einer großzügig durchgängigen Fläche auf. Mit der Innenarchitektur wurde die international renommierte IPPOLITO FLEITZ GROUP aus Stuttgart betraut, die dafür bei den diesjährigen if Awards des International Forum Design für das architektonische Gesamtkonzept von *holyfields* ausgezeichnet wurde. Auch das Corporate Design der Hamburger Agentur Loved wurde dort prämiert – *holyfields* zählt in jeder Hinsicht zu den Gewinnern.

Zukunftsträchtiges Konzept für Europa

holyfields gilt als innovatives Erfolgskonzept und Senkrechtstarter in der Branche. „Hier in der Großstadt haben die Leute kurze Mittagspausen und in der wenigen Zeit, die ihnen bleibt, wollen sie eine hohe Genuss-Effizienz erzielen und die kostbaren Minuten nicht mit Administrativem vergeuden. Diese Voraussetzungen erfüllt unser Restaurant“, erklärt Gerhard Schöps seine Firmenphilosophie. Aber nicht nur Business-Leute spricht das neue Restaurantkonzept an, sondern auch die Millionen Touristen, die täglich Berlin bevölkern und viel zu dem internationalen Flair der Stadt beitragen. Genau diese Mischung macht Berlins Mitte aus - modern und kosmopolitisch, mit einem unverwechselbaren Charme - genauso wie das *holyfields*.

Für die nötige Aufmerksamkeit will Opening Manager Thomas Homm in den nächsten Monaten sorgen und setzt auf ausgeklügelte Events, die das *holyfields* bald zu DEM *holyfields* machen werden.

In das Berliner Restaurant hat die *holyfields* GmbH 1,85 Millionen Euro investiert, eine weitere Million Euro in die Entwicklung des innovativen Bestellkonzepts und man schaut in die Zukunft: Bereits in diesem Jahr stehen neben der jetzt eröffneten Filiale in Berlin drei weitere Niederlassungen in Hamburg, Stuttgart und Leipzig an. Dann geht es nach Österreich, in die Schweiz, nach England und Frankreich. Bis 2013 will der *holyfields* Standortentwickler Leonhard Lagos circa 25 weitere *holyfields*-Restaurants in Toplagen von attraktiven Großstädten eröffnet haben.

Am Standort Berlin wurden somit ca. 40 neue Arbeitsplätze geschaffen, auf weitere Bewerbungen freuen sich *Holyfields* Personalchefin Agnes Kruczek und Restaurantleiterin Antje Rahn jedoch jederzeit.

Unter den Linden 17 (Ecke Charlottenstr.), 10117 Berlin

Tel.: 030/200 761 60

Fax: 030/200 761 70

www.holyfields.de,

Mo-So 08.00-24.00 Uhr

Frühstückskarte, Mittags- und Abendkarte

Innenbereich: ca. 300 Plätze

Terrasse: 100 Plätze

Kreditkarten: ja

Pressekontakt:

Nina Kudascheff
wbpr Public Relations GmbH
Schumannstr. 5
10117 Berlin
Tel: 030 288761-29
nina.kudascheff@wbpr.de