

SCHI||INGER'S

◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ **SWING** ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆  
*Kitchen*

Swing to  
**VEGAN**

nummer :  
33  
SCHILLINGER'S  
SWING



Das ist Karl „Charly“ Schillinger, Namensgeber und Kopf hinter Schillinger's SWING KITCHEN: Er ist alles – Genussmensch, Globetrotter, Liebhaber der Swing Musik aus den Goldenen Zwanzigern, New-York-Fan und Veganer aus Leidenschaft – nur kein Mann für halbe Sachen. Gemeinsam mit seiner Frau und Muse Irene ist ihm das scheinbar Unmögliche gelungen: Herzhafte und süße Klassiker der amerikanisch inspirierten Fast-Food-Küche auf ein neues Level zu heben – als rein pflanzliche Versionen, die ihren Originalen in nichts nachstehen. Echt gut. Echt vegan.

Nun tritt sein Konzept an, von Wien aus die Welt zu erobern. Und die Zeit dafür könnte nicht besser sein. Denn sie ist reif für einen Paradigmenwechsel. **Swing to vegan!**

This is Karl “Charly” Schillinger, the man behind Schillinger's SWING KITCHEN. Globetrotter, lover of swing music from the Roaring Twenties, fan of New York and passionate vegan, he enjoys the pleasures of life and is not one to do things by half. Together with his wife and muse Irene, he has managed to achieve the seemingly impossible: to bring sweet and savory classics from the American inspired

fast food cuisine to a whole new level – purely plant-based versions that more than hold their own against the originals. Really good. Really vegan.

Now his concept is set to venture out of Vienna and conquer the world. And now is the moment because the time is ripe for a paradigm shift. **Swing to vegan!**

# UNSERE HISTORIE

## VOM KUTSCHERTREFF ZUR SYSTEMGASTRONOMIE



**Z**u behaupten, Charly Schillinger sei der Sinn für gute Küche in die Wiege gelegt worden, wäre pure Untertreibung. Wer wie er das Licht der Welt in einem Gasthof erblickt, in dem seine Familie seit über 200 Jahren regionale Spezialitäten aufzischt, dem steckt die Kochkunst gewissermaßen in den Genen. 1793, als Charlys Ur-Ur-Ur-Ur-Großvater das Gasthaus in Großmugl, einem Dorf vor den Toren Wiens erwarb, war die Französische Revolution gerade in vollem Gange. Bis zur Erfindung der Eisenbahn würde es noch 20 Jahre, bis zu Sissis Geburt über 40 und bis zu Edisons Glühlampe noch fast 100 Jahre dauern. Genug Zeit also, um am Herd in Großmugl die Familienrezepte für traditionelle österreichische Speisen wie Wiener Schnitzel, Backhendl und allerlei Mehlspeisen bis zur Perfektion zu verfeinern. Und so wuchs der kleine Charly inmitten von Köstlichkeiten aus Fleisch, Rahm und Eiern auf, die seinen Gaumen für immer prägen sollten.



Doch der jüngste Schillinger hatte nicht vor, ins Familiengeschäft einzusteigen. Nach der Lehre im elterlichen Gasthof zog es ihn hinaus in die Welt. Mit einem ausgesprochenen Faible für Zahlen und diversen internationalen finanz-ökonomischen Diplomen in der Tasche wurde aus dem Jungen vom Lande ein erfolgreicher Wertpapieranalyst.

Die Koffer für's New Yorker Parkett waren schon gepackt, als seine Pläne jäh vom frühen Tod des Vaters durchkreuzt wurden. Die Mutter konnte die heimatische Wirtschaft unmöglich allein stemmen und so eilte Charly ihr zu Hilfe. Als drei Schweine, die zum väterlichen Nachlass gehörten, geschlachtet werden sollten, brachte der Liebhaber guter Koteletts das nicht übers Herz, schenkte ihnen das Leben und wurde 1988 über Nacht zum Vegetarier. Was blieb, war sein Gusto nach Klassikern der Wiener Küche, deren Hauptzutat zu seinem Bedauern vor allem eines ist: Fleisch.

Als Charly und Irene sich begegneten, trafen sich zwei Seelenverwandte. Irene, die schon mit 12 Jahren aus eigenem Entschluss Vegetarierin geworden war, erkannte schnell Charlys Dilemma: Fleischgerichte gleichzeitig abzulehnen und zu vermissen.



Und so tüftelte sie an der Lösung für die Quadratur des Kreises: Klassiker der gutbürgerlichen Küche Österreichs aus veganen Komponenten zuzubereiten; schließlich verzichteten die beiden seit 1998 komplett auf Produkte tierischer Herkunft. Irene gelang der ganz große Wurf: Sie schuf rein pflanzliches Cordon Bleu, Gänsebraten oder Topfenknödel. Zunächst durften Freunde die verblüffend gelungenen veganen Varianten aus Charlys „Sehnsuchtsküche“ probieren. Schließlich wanderten immer mehr davon auf die Speisekarte des Gasthauses.

2001 machten die Schillingers Nägel mit Köpfen und stellten ihren Landgasthof komplett auf vegane Küche um, lange bevor die meisten überhaupt ahnten, was vegan überhaupt bedeutet. Kamen anfangs überwiegend Stammgäste aus der Gegend,

sprach sich das unkonventionelle, innovative Konzept der Schillingers schnell bis Wien und weit darüber hinaus herum. In kürzester Zeit wurde das „Schillinger“ in Großmugl zur Pilgerstätte für Veganer, Flexitarier, Neugierige, Trendsetter und Jedermann. Ohne Tischreservierung weit im Voraus gab es keine Chance, einen Platz im Lokal zu ergattern. Charly und Irene avancierten zu den bekanntesten Vorreitern der veganen Gastronomie in Österreich und gewannen ganz undogmatisch, allein mit ihrem schmackhaften Angebot, eine breite Kundschaft.

Beflügelt vom Erfolg und mit einem großen Wissensschatz an Rezepten im Rücken wagten sich die beiden im Laufe der Zeit auch an Klassiker der internationalen Küche heran. Während Irene an ebenbürtigen veganen Versionen von Muffins, Cheesecake und Tiramisu arbeitete, entwickelte

Charly perfekte fleischlose Hamburger, Chicken Nuggets und Asia Duck. Ein Hauch von Big Apple wehte durch Großmugl. Nun pilgerten auch noch Fast-Food-Fans aus Wien in die Provinz und sprengten die Kapazitäten des Dorfgasthofes. Warum die Kunden aus der Stadt zum Essen kommen lassen und nicht die Speisen zu den Kunden in die Stadt bringen? Die Idee für ein veganes, urbanes Fast-Food-Lokal nach New Yorker Vorbild war geboren:



Schillinger's SWING KITCHEN

Im Jänner 2015 eröffnete das Pilot-Restaurant im Zentrum Wiens und bereits im Dezember desselben Jahres ging die zweite Filiale an den Start. Weitere Stores im In- und Ausland sind in Planung, denn die Resonanz ist überwältigend.

# OUR HISTORY

## FROM COACHMAN'S INN TO SYSTEM CATERING

To say that Charly Schillinger grew up with a talent for good cuisine would be a gross understatement. For someone whose very first impressions of the world were of a country inn where their family had been serving regional specialties for over 200 years, the art of good cooking simply lies in the genes. In 1793, as Charly's great, great, great, great grandfather took over the inn in Großmugl, a village just outside the city gates of Vienna, the French Revolution was in full swing. It would be another 20 years before the invention of the railroad, over 40 years before Empress Sissi would be born and nearly 100 years before Edison's light bulb.



**SINCE**  
— 1793 —

Plenty of time then for the family recipes for traditional Austrian dishes such as Viennese schnitzel, fried chicken and a host of pastries to be cooked and honed to perfection. And so the young Charly grew up surrounded by delicious food cooked with meat, cream and eggs – food that would shape his taste buds forever.

The youngest Schillinger though, had no intention of taking up the family business. After a thorough training in gastronomy at home, he went out into the world. With a head for numbers and diverse international diplomas in finance and economics in the bag, our boy from the country became a successful financial analyst.

With his suitcase packed for New York, his plans were suddenly thwarted by the untimely death of his father. The busy family inn was too much for his mother to run alone, and so Charly rushed home to help. In 1888, faced with slaughtering three pigs, still at the family home from his father's time, Charly, lover of pork chops, simply couldn't bring himself to take their lives. And with this, he

became vegetarian over night. What remained was the taste for classics from the Viennese cuisine, which much to his regret were centered around one ingredient: meat.

When Charly and Irene met, they soon found that they shared a kindred spirit. Irene, who had already made the decision to go vegetarian when she was 12 years old, immediately saw the dilemma that Charly was in: he didn't want to eat meat but missed it just the same.

And so she set to work on finding a solution to the problem: Good Austrian home cooking made with vegan ingredients. And in fact, neither Charly nor Irene have eaten animal ingredients since 1998. Irene managed the great accomplishment of creating plant-based dishes such as cordon bleu, roast goose and classic desserts such as topfenknödels. At first, it was their friends who got to taste the astonishingly convincing vegan dishes from Charly's "just like meat" cuisine. Over time though, more and more of these dishes found their way onto the inn's menu.

In 2001 the Schillinger's made the decision to make their menu entirely vegan. This was long before most people even knew what vegan meant. At first, it was mostly regulars who came, but word soon spread to Vienna and beyond about their unconventional innovative concept. In no time at all 'Schillinger's' in Großmugl became known as something of a place of pilgrimage for vegans, flexitarians, trend setters and the just plain curious. Without a reservation, there was no hope of getting a table. Charly and Irene had become the best known pioneers of vegan gastronomy in Austria, winning over a

broad clientele solely on the merits of their delicious cooking.

Spurred on by their success and having accumulated a wealth of culinary knowledge, they started experimenting with international dishes. While Irene was working on vegan style muffins, cheesecake and tiramisu, Charly was developing the perfect meat-free burger, chicken nuggets and Asian duck. A touch of the Big Apple could be felt wafting through Großmugl. Now fast food fans started coming from Vienna and the provinces. The demand exceeded the country inn's capacity. Why have

guests travel from the city to eat and not bring the dishes to them in Vienna? The idea for a urban vegan fast food restaurant, with a New York flair was born:

### Schillinger's SWING KITCHEN

January 2015 saw the opening of the pilot-restaurant in central Vienna and a second restaurant was already up and running in December of the same year. Due to the overwhelming response, more restaurants at home and abroad are currently in the planning stages.





# UNSER PRODUKT BLEIBT ALLES ANDERS – BURGER VOM FEINSTEN

S eit einigen Jahren erfreut sich der vegane Lebensstil vor allem in Metropolen und bei der jungen Generation wachsender Beliebtheit. Von Eiscrème, Joghurt, Käse, Wurst und Wein bis Mode ist mittlerweile alles als veganes Pendant zu bekommen. *Wirklich alles?* Obwohl auch immer mehr Gastro-Konzepte den Markt mit vegetarisch-vegane Produkten beleben, wird der anspruchsvolle Kunde oft enttäuscht, wenn er die vegane Alternative von klassischem Fast Food probiert. Ein pflanzlicher Bratling zwischen zwei Brötchenhälften mag vegan sein und sättigen, für ein echtes Geschmackserlebnis hapert es jedoch meist nicht nur an guter Würze, sondern vor allem an authentischer Textur. Kurz: Es fehlt an Biss.

Charly und Irene Schillinger genießen nicht umsonst den Ruf, die Experten für fleischlose „Fleischgerichte“ zu sein. Die Qualität ihrer veganen Burger-Pattys ist auf dem Markt einmalig. Sie sind den Originalen aus Fleisch nicht nur zum Verwechseln ähnlich. Serviert in knackigen Buns aus zuckerfreiem Ciabatta-Sauerteig mit reichlich frischem Gemüse

und hauseigenen Saucen laufen sie ihren Vorbildern sogar den Rang ab und bilden das zentrale Alleinstellungsmerkmal von Schillinger's SWING KITCHEN, auf das wir zurecht stolz sein dürfen:

#### Real vegan BURGER.

Komplett wird unsere kleine, feine Burger-Auswahl, in der Special Editions für Abwechslung sorgen, durch ein bewusst kompakt gehaltenes Sortiment an Fast-Food-Klassikern, die durchweg vegan sind: Nuggets, Wraps, Fries, Sides, Salate und Kaltgetränke. Süße Must-haves wie Muffins, Cheesecake und Irenes legendäres Tiramisu runden zusammen mit Kaffeespezialitäten und Eiscrème die Produktpalette ab.

Doch was wäre Fast Food ohne Tempo. Nach der Bestellung in der offen gestalteten Küche werden die Produkte nach hauseigenen Rezepten frisch und zügig kombiniert und dem Kunden mittels monitorbasierendem Ticketsystem in kürzester Zeit zur Selbstabholung bereitgestellt.

Real *vegan*  
**BURGER**

True *FRIES*

Awesome  
**SALADS**

Extraordinary *vegan*  
**NUGGETS**

Delicious *DIPS*

Amazing  
**WRAPS**



◆  
*Magnificent*  
**MUFFINS**  
.....  
*Incredible vegan*  
**CHEESE  
CAKE**  
.....  
*Unbelievable vegan*  
**TIRAMISU**  
.....  
*Pure Orange* **JUICE**  
.....  
*Fair Trade*  
**COFFEE**  
◆



# OUR PRODUCT

## SAME BUT DIFFERENT

### – FINEST BURGERS



**F**or some years now, the vegan lifestyle has been enjoying growing popularity, especially in large cities and among the younger generation. From yogurt, cheese, sausage, ice-cream and wine to fashion – nowadays there is a vegan counterpart for everything. Really everything? Although more and more eateries are living up the market with vegan and vegetarian products, the discerning customer is often left disappointed after trying vegan alternatives for classic fast food.

A plant-based patty between two pieces of bread may well be vegan and filling, but for a real taste sensation, what's often lacking is not only good seasoning, but the all important authentic texture. In short, there's no bite.

It's no wonder Charly and Irene Schillinger enjoy the reputation of being the experts when it comes to meat-free 'meat dishes'. No other products exist on the market with the quality of their vegan burger-patties. They are not only so similar to the meat-based originals that it's hard to tell

the difference, but served in crusty sugar-free sourdough ciabatta buns, generously filled with fresh salad and vegetables with homemade sauces, they even outrank them, creating the Schillinger's SWING KITCHEN central USP that we can rightly be proud of:

#### Real vegan BURGER.

Our carefully chosen range of burgers, with special editions for variety, is made complete with a deliberately compact selection of vegan fast food classics; wraps, nuggets, fries, sides, salads and cold beverages. Sweet must-haves such as muffins, cheese-cake and Irene's legendary tiramisu, together with coffee specialties and ice-cream round off the menu.

But where would fast food be without the 'fast'? After being taken, all orders are freshly prepared to our own recipes in the open kitchen and speedily served to the customer via a monitor-based ticket system, ready to take away.





# UNSERE AMBITIONEN

## KONSEQUENT

## NACHHALTIG HANDELN

Alle reden von positiver Ökobilanz – wir haben sie. Und das quasi von Natur aus. Der Vergleich zwischen einem gleichwertigen konventionellen Fast-Food-Konzept mit Fleischprodukten könnte für Schillinger's SWING KITCHEN nicht positiver ausfallen.

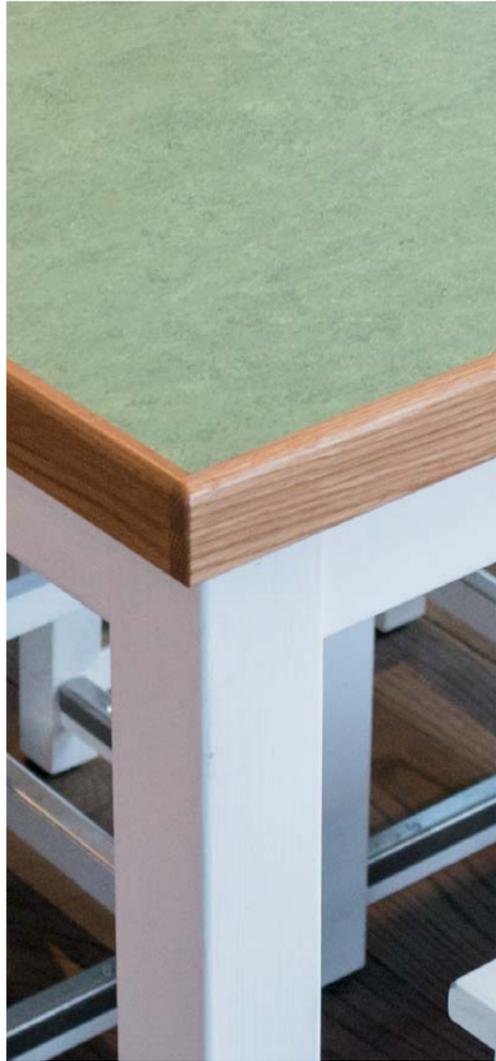
All unsere Take-Away-Verpackungen, Servietten und Pappschälchen bestehen aus CO<sub>2</sub>-neutralen, kompostierbaren Materialien. Genauso wie unsere Becher, die alle aus nachwachsenden Rohstoffen sind und ebenfalls kompostiert werden. Unsere Überzeugung für nachhaltiges Wirtschaften bringt folgendes Statement auf den Punkt: „Fantastic without plastic“.

Unsere veganen Burger-Alternativen verbrauchen im Mittel 95 % weniger Energie, 85 % weniger Wasser, 96 % weniger Getreide und 93 % weniger Anbaufläche als die fleischhaltigen Originale. Jedes pflanzliche Patty von Schillinger's SWING KITCHEN spart gegenüber der Rindfleischversion 92 % an Treibhausgasen ein.

Doch das ist uns nicht genug. Zur weiteren Minimierung unseres ökologischen Fußabdruckes verwenden wir grundsätzlich gentechnikfreie Produkte aus regionalem bzw. Fair-Trade-Anbau.

vegane Materialien wie Echtholz, Keramik, Metall, Emaille, Glas und Linoleum.





# OUR AMBITION

## A TRULY SUSTAINABLE OPERATION



Everyone's talking about protecting the environment – and that's exactly what we do. You could say, it's second nature to us. The comparison with an equivalent conventional fast food concept using animal products couldn't look better for Schillinger's SWING KITCHEN.

All our take-out packaging, serviettes and containers are made from CO<sub>2</sub>-neutral, compostable materials, as are our drinking cups, made with materials from renewable resources. Our dedication to operating a sustainable business can be expressed in a nutshell: **"Fantastic without plastic"**.

This environmentally friendly approach is also an essential ingredient for our restaurant design. Here too, there is no place for plastic. In keeping with materials from the swing era, we use tried and tested, ecological, durable, vegan materials such as genuine wood, ceramic, enamel, glass and linoleum.

Our vegan alternatives for burgers use on average 95 % less energy, 85 % less water, 96 % less grains and 93 % less agricultural land than meat-based counterparts. Every plant-based SWING KITCHEN patty is a saving of 92 % in greenhouse gas emissions compared to beef.

But, we don't think that's good enough. To further reduce our ecological footprint, we make it our policy to use products which are GMO-free, fair trade and regionally sourced.



# UNSERE ATMOSPHERE

## EINE HOMMAGE AN VERGANGENHEIT & ZUKUNFT

Seit langem gehören Burger zur Alltagskultur von jung und alt. Schillinger's SWING KITCHEN verbindet wie selbstverständlich Oldschool Fast Food mit modernem, veganen Lifestyle und ist damit für ein junges, urbanes Publikum, das hungrig nach neuen Denkmustern ist, hochattraktiv und sexy. Denn was bisher als unvereinbar galt, gehört bei uns untrennbar zusammen: Tradition und Innovation, Fast Food und Ökologie, Burger und gesunde Ernährung, Pattys und Tierschutz, Tempo und Ruhe, Coolness und Gemütlichkeit.



Die Fusion von Vergangenheit und Zukunft ist das Leitmotiv für alle gestalterischen Aufgaben unserer Marke: angefangen beim Namen über die Innenarchitektur und Musik in unseren Lokalen bis zum Corporate Design.

Jedes unserer Lokale betrachten wir als Küche mit Herd und Essplatz. Da, wo unsere Crew das Essen zubereitet und fleißig werkelt, schlägt das Herz jeder SWING KITCHEN, die Kochstelle. Für diesen Raum unserer Stores haben wir Farben, Formen und Materialien aus alten Manufakturen gewählt: viel schwarz, typische Fabrikfenster, schlichte Werkleuchten, beschriftete Tafeln und Küchenfliesen mit einem markanten Schwarz-

Weiß-Muster aus der Gründerzeit. Sie bilden einen rauen, rustikalen Rahmen für unsere schnörkellosen, ehrlichen Produkte.



Ganz anders der Teil jeder SWING KITCHEN, in dem die Gäste Platz nehmen können. Da bekanntlich der gemütlichste Ort zum Essen die Küche ist, laden typische Küchentische mit schlichten Hockern und Bänken wie vor hundert Jahren zur Mahlzeit ein. Hier dominiert warmes Holz zusammen mit weiß und unaufgeregten Farben. Zugpendelleuchten mit Edison-Glühlampen sorgen zusammen mit frischen Kräutern in Emaillegeschirr für eine gemütliche Stimmung. Ein besonderes Highlight der Einrichtung ist ein überdimen-

sionaler Küchentisch für 8 bis 10 Personen – der Inbegriff für gemeinsames Essen, Plaudern und Entspannen in der Küche. Im Hintergrund spielt unaufdringlich Swing Musik und für einen Augenblick nehmen wir den Gast mit auf eine Zeitreise. In einem Ambiente, das an die Vergangenheit erinnert, kann er den Proviant der Zukunft genießen. So wird jede SWING KITCHEN zu einem Ort der Entschleunigung in gut frequentierten Lagen hektischer Großstädte.



# OUR ATMOSPHERE

## A TRIBUTE TO THE PAST AND THE FUTURE



The fusion of past and future is the common theme uniting all the creative endeavors which make up our brand, starting with our name and corporate design, right through to the interior design and music in our restaurants.

We view each of our restaurants as a kitchen with a stove and dining area. Around the stove, where our crew busily prepare the meals, is the beating heart of every SWING KITCHEN. For this space, we have chosen colors, forms and materials from olden day factories: lots of black, typical factory windows, simple lighting, chalk boards and kitchen tiles with a striking black and white pattern from the early 20th century. These features form a raw, rustic-style frame for our no nonsense, honest product.

**B**urgers have long been a part of everyday culture for young and old alike. Schillinger's SWING KITCHEN combines old school fast food with the modern vegan life style, making it highly attractive and sexy for a young urban public, hun-

gry for a new way of thinking. What has always been regarded as incompatible, for us belongs together: tradition and innovation, fast food and ecology, burgers and healthy food, patties and vegetables, a fast pace and calm, coolness and comfort.

This is in stark contrast to the area in each SWING KITCHEN where our guests can take a seat. Inspired by the kitchen being known as the most comfortable place to eat, typical kitchen tables with straightforward



# UNSER BRANDING MIT SCHLICHTHEIT ZU STARKER IDENTITÄT



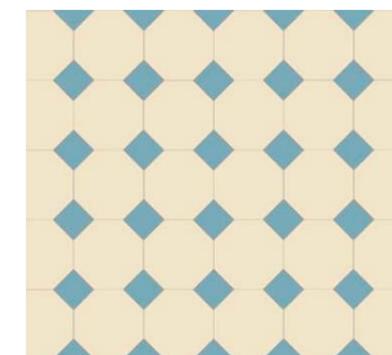
stools and benches, reminiscent of a century ago, create an inviting atmosphere where our guests can enjoy their meal. This space is dominated by warm wood together with white and calming colors. Adjustable pendant lighting fitted with Edison light bulbs along with fresh herbs planted in enamel pots provide a comfortable environment. A highlight of the interior furnishing is an over dimensional

kitchen table, seating 8 to 10 people - the embodiment of communal eating, chatting and relaxing in the kitchen. Unobtrusive swing music plays in the background and for just a moment, our guests are taken back in time and reminded of days gone by while enjoying food of today. Every SWING KITCHEN is a place to slow down in the busiest parts of the hectic city.

**E**in wesentliches Gestaltungselement unserer Stores sind Wandverkleidungen aus weißen, quadratischen Fliesen mit einer kleinen schwarzen Raute als Einleger. Warum wir uns ausgerechnet für dieses Motiv entschieden haben? Weil es schlichtweg das Symbol für Küchen der Swing-Ära ist und wie gemacht für Schillinger's SWING KITCHEN.

Getreu unserem Leitbild - Altes mit Neuem zu verbinden - haben wir das Fliesenmuster zusätzlich völlig neu interpretiert: als nie dagewesene Umsetzung in Holz und in neuer Di-

mension. Damit bekommt der Klassiker eine eigenständige, unverwechselbare Identität für die Marke Schillinger's SWING KITCHEN.



1920



2015



# OUR BRANDING SIMPLICITY FOR A BOLD IDENTITY

Darüber hinaus wird das ursprüngliche Fliesenmuster mit den markanten Rauten in stilisierter Form zum zentralen Thema des Corporate Designs. Ob als Grundform im Logo, als flächiges Muster auf Verpackungen, als einzelnes Zeichen in Texten oder als Zierelement auf dem Volant der Markise – die Anwendungsmöglichkeiten sind immens.

Zusammen mit der einprägsamen Typografie, einem Mix aus zwei charakterstarken Vintage-Schriften, zeichnet sich das Rautenmuster durch hohen Wiedererkennungswert und zeitlose Schönheit aus. Mit seiner kontrastreichen Schlichtheit besitzt es die Kraft, unverwechselbare Zeichen zu setzen und zu sagen: Hier ist Schillinger's SWING KITCHEN.

A significant design element in our restaurants is the wall covering made from white square tiles inlaid with a small black diamond. What made us choose this particular motif? Quite simply because it is the symbol for kitchens from the swing era and tailor-made for Schillinger's SWING KITCHEN.

True to our mission statement – blending old with new – we have reinterpreted this emblem, creating an unprecedented version in wood and in a new dimension. This classic symbol lends the Schillinger's SWING KITCHEN brand a unique and unmistakable identity.

A stylized representation of the original tile pattern featuring the striking diamond also makes up a central theme of our corporate design. Whether as the logo's fundamental form, a pattern on our packaging, a single text character or a decorative element on the trim of our shop front awnings – its possible applications are endless.





Together with our distinctive typography, a mix of two vintage typefaces, both with a strong character, the diamond motif characterizes a high level of brand awareness and a timeless elegance. With its high-contrast simplicity it possesses the power to make its mark and state: Here is Schillinger's SWING KITCHEN



# UNSER TEAM

## BEREIT FÜR DIE NEUE BURGER-INITIATIVE



Der beste vegane Burger der Welt in der umweltfreundlichsten Verpackung auf Erden, präsentiert im coolsten Lokal unter der Sonne, schmeckt den Gästen letztlich nur dann richtig gut, wenn er von Menschen gereicht wird, die ihren Job verstehen, schnell, hilfreich, hoch motiviert und ausgesprochen freundlich sind. Kurz: Wir brauchen für Schillinger's SWING KITCHEN das beste Personal, das zu bekommen ist. Wie wir das schaffen? Eigentlich ganz einfach.

Unser innovatives Konzept passt perfekt in die Zeit. Vegan ist nicht nur gesund, ethisch unbedenklich und umweltfreundlich, sondern auch trendy und cool. Das macht uns nicht nur für KonsumentInnen attraktiv, sondern auch für junge ArbeitnehmerInnen.

Eine optimale Einarbeitungsphase, fortlaufendes Training und unsere offene, freundliche Kommunikation sorgen für Selbstsicherheit, Flexibilität, höchste Motivation und Zufriedenheit unseres Personals. Obwohl sich unsere MitarbeiterInnen in der Regel bereits vor der Bewerbung in hohem Maße mit unserem Unternehmen identifizieren, weil unsere Motive den ihrigen ähneln, steigert die positive Erfahrung diese Haltung nochmals deutlich.

Eine wirklich messbare Form der Wertschätzung ihrer Leistungen durch uns als Arbeitgeber drückt sich in einem Gehalt aus, das deutlich über dem branchenüblichen liegt. Für uns gehört dieser Ansatz so selbstverständlich zu unserem Konzept wie vegane Zutaten, Umweltschutz und fairer Handel.





# OUR TEAM

## READY FOR THE BURGER REVOLUTION



**T**he best vegan burger in the world in the most environmentally friendly packaging ever, served in the coolest restaurant under the sun only tastes really good when prepared by people who understand their job and who are quick, helpful, highly motivated and really friendly. In short, at Schillinger's SWING KITCHEN we need the very best personnel. How do we manage that? Actually, it's easy.

Our innovative concept fits perfectly with today's world. The vegan lifestyle is not only healthy, ethical and environmentally friendly, it's also trendy and cool. This doesn't just make us attractive to consumers, but also to the young workforce.

An optimized orientation period, ongoing training and open, friendly communication ensure confidence, flexibility and the highest level of motivation and satisfaction in our employees. Even though the people who work for us generally identify strongly with our enterprise before they apply because they share our motivation, their positive experience of this approach further strengthens this identification significantly.

Being well over the industry average, our pay is a clear measure of how much we value our personnel's high performance. For us, this is just as much a part of our concept as using vegan ingredients. Environmental protection and fair trade.



# UNSER ZIEL

## FAST-FOOD-KLASSIKER

### FÜR ALLE (WIRKLICH ALLE)



**W** „Wie, das war gar kein echter Burger?!“ – Ein Satz, den wir in Schillinger's SWING KITCHEN fast täglich hören. Das sind die Momente, in denen wir wissen, dass wir alles richtig gemacht haben und mit unserem Produkt aus Tradition und Innovation genau die Menschen erreichen, die wir ansprechen wollen – nämlich alle.

Unser Erfolg im täglichen Geschäft bestätigt sämtliche externen Zahlen und Prognosen. Seit 2011 gibt es ein enormes Marktwachstum im Bereich vegetarischer Alternativen: 65 % der Frauen und 38 % der Männer sehen sich als TeilzeitvegetarierInnen („FlexitarierInnen“). 80 % der KonsumentInnen vegetarischer Ersatzprodukte sind ganz normale VerbraucherInnen, nur 20 % sind strikte VegetarierInnen. Seit 2008 ist der Umsatz pflanzlicher Ersatzprodukte („Novel Protein Food“) jährlich um ca. 30 % gestiegen.

Nur eine kleine Minderheit unserer Kundschaft ernährt sich tatsächlich vegan. Die Mehrheit unserer Gäste, junge Frauen zwischen 20 und 40 Jahren, sind keine strengen Vegetarierinnen.

Dass unsere Sitzplätze im Schnitt zehnmal täglich umschlagen und für eine gute Auslastung sorgen, ist unserem stimmigen Konzept aus schmackhaftem Fast-Food, klimafreundlichem Hintergrund und Wohlfühlambiente zu verdanken. Bei uns kann, im Gegensatz zu konventionellen Fast-Food-Anbietern, tatsächlich jeder Ernährungstyp bei jedem unserer Produkte bedenkenlos zugreifen: vegan, vegetarisch, laktoseintolerant, flexitarisch, omnivor und skeptisch – und das von mittags bis spät abends. Angefangen vom sättigenden Menü mit KollegInnen zum Mittagessen, über eine kleine Unterbrechung der Shopping-Tour mit Cappuccino und Cheesecake bis zum lässigen Abendessen – an Schillinger's SWING KITCHEN kommt niemand vorbei.





# OUR AIM

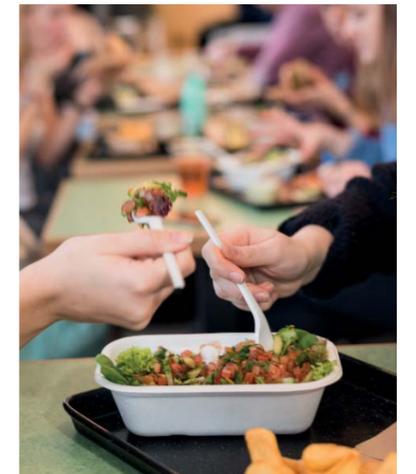
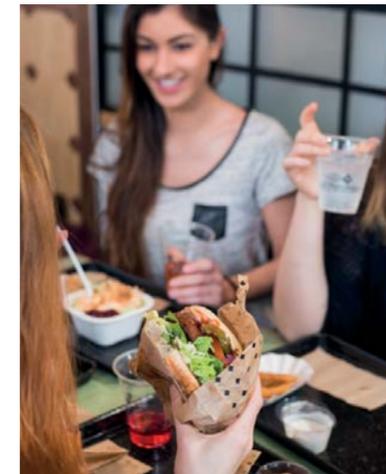
## FAST FOOD CLASSICS

### FOR EVERYONE

.....

**W**hat, that wasn't a real burger?" - something we hear nearly every day in Schillinger's SWING KITCHEN. These are the moments when we know that we've got it right, when we know our traditional and innovative product has reached the people we are targeting - namely everyone.

The success of our daily business confirms all external figures and forecasts. Since 2011 there has been enormous growth in the market for vegetarian alternatives: 65 % of women and 38 % of men describe themselves as semi-vegetarian (flexitarian). Eighty percent of people buying vegetarian meat substitutes are totally normal consumers, with only 20 % declaring themselves as strict vegetarians. Sales in vegetarian meat substitutes ("novel protein food") have been increasing by roughly 30 % each year since 2008.



Only a small minority of our customers are vegan. The majority, young women between 20 and 40 years of age, are not strict vegetarians.

Thanks to our harmonious concept of tasty fast food against a backdrop of environmental protection together with a feel-good atmosphere, we have an average seating turnover of ten times a day, resulting in good use of our seating capacity. In contrast to conventional fast food outlets, people from all dietary groups; vegans, vegetarians, people with lactose intolerance, flexitarians,

omnivores and skeptics can enjoy our food with confidence. From mid-day to late evening - whether its a satisfying lunch with colleagues, a quick break for a cappuccino and cheesecake on a shopping trip or a leisurely evening meal - no one can resist Schillinger's SWING KITCHEN.

# UNSERE ZUKUNFT DAS SWING KITCHEN FRANCHISESYSTEM

InteressentInnen, die unser systemgastronomisches Burger-Konzept umsetzen wollen, bieten wir in einem persönlichen Gespräch Detailinformationen zu unseren Franchisemodellen an:

## Einzel-Franchising (Franchising für einzelne Restaurants)

Hierbei werden Personen angesprochen, die sich zunächst für die Vergabe eines Restaurants auf Franchisebasis interessieren. Weitere Vergaben sind möglich, sofern dies in beiderseitigem Einverständnis gewünscht bzw. durchführbar ist. Ein garantierter Gebietsschutz ist nur bedingt möglich.

## Gebiets-Franchising

Diese Form bietet die Möglichkeit, eine Stadt oder Region im In- und Ausland zu entwickeln. Ein Entwicklungsplan wird gemeinsam definiert und ein Abkommen darüber vereinbart. Beim Gebiets-Franchising wird ein Gebiets- und Entwicklungsschutz gewährt. Außerhalb Österreichs ist nur das Modell Gebiets-Franchising möglich.

## Franchisegebühren

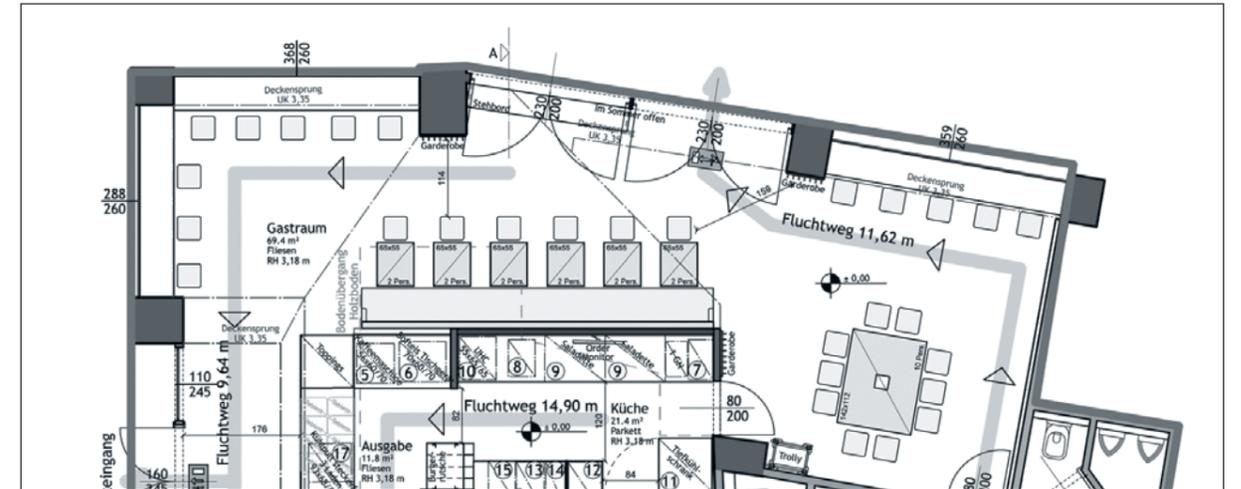
Bei allen Franchiseformen ist eine einmalige Franchise-Fee pro Restaurant in der Höhe von € 25.000,- zu entrichten. Ebenso werden monatlich Franchisegebühren (Royalties) in der Höhe von 5 % des Gesamtnettumsatzes erhoben.

## WAS WIR BIETEN

- ◆ Unterstützung im Vorfeld einer potenziellen Franchisepartnerschaft
- ◆ Nutzung der Markenrechte
- ◆ Beratung bei der Standortauswahl
- ◆ Hilfe beim Betriebsaufbau
- ◆ Vermittlung von Know-How und systembewährter Arbeitsprozesse
- ◆ Ausbildungs- und Trainingsmaßnahmen
- ◆ Weiterentwicklung des Systems, Produktneuentwicklungen
- ◆ Respekt, Ehrlichkeit, Fairplay und partnerschaftliche Zusammenarbeit

## WAS WIR ERWARTEN

- ◆ Identifikation mit der Unternehmensphilosophie sowie Loyalität gegenüber der Marke
- ◆ Praxisbewährte betriebswirtschaftliche Kenntnisse, vorzugsweise in der Systemgastronomie
- ◆ Erfahrung in respektvoller und konstruktiver Führung sowie Aufbau eines motivierten Teams
- ◆ Zielgruppenorientiertes Handeln
- ◆ Liquide Vermögenswerte von mindestens € 300.000,-
- ◆ Zugang zu geeigneten Immobilien/Standorten



## IMMOBILIEN- ANFORDERUNGSPROFIL

### Lage und Sichtbarkeit

- ◆ Städte ab 100.000 EinwohnerInnen
- ◆ Gut frequentierte Geschäftsstraßen, Verkehrsknotenpunkte sowie Einkaufszentren
- ◆ Vorzugsweise Ecklagen mit großflächiger Glasfront und guter Bausubstanz

### Größe und Interieur

- ◆ Idealgröße 160 m<sup>2</sup> – 250 m<sup>2</sup>, nur Erdgeschoss
- ◆ Mindestens 50 Sitzplätze

### Technik und Genehmigung

- ◆ Allgemeine Gastronomietauglichkeit (Genehmigungsfähigkeit)
- ◆ Be- und Entlüftung gemäß gesetzlicher Vorgaben
- ◆ Gesamter Luftmengenbedarf ca. 5500 m<sup>3</sup>/h
- ◆ Gewerbekälte für Kühlmöbel
- ◆ Klimatisierung
- ◆ Elektrische Energie: mind. 70 kW
- ◆ Thermische Energie: Gas, Fernwärme oder Zentralheizung im Gebäude

### Mietvoraussetzungen

- ◆ Langfristiger Mietvertrag mit Verlängerungsoption
- ◆ Keine Restriktionen hinsichtlich Öffnungszeiten oder Speise-/Getränkeangebots



# OUR FUTURE

## THE SWING KITCHEN

### FRANCHISE SYSTEM



We would be happy to invite those interested in our system catering burger concept to make an appointment with us to discuss the details of our franchise models:

#### Single Unit Franchising (franchising for individual restaurants)

This franchise opportunity is aimed at persons initially interested in operating one restaurant under a franchise agreement with licensing for further restaurants being an option, contingent on feasibility and mutual agreement between franchisor and franchisee. Guaranteed territory protection is only possible to a limited extent.

#### Area Development Franchising

This form of franchise opportunity allows the franchisee the possibility of developing a region or area in Austria or abroad. A development plan will be jointly drawn up and an agreement will be negotiated. With this model, the franchisee is granted territorial and developmental protection. The area development model is the only model available for outside Austria.

#### Franchise Fees

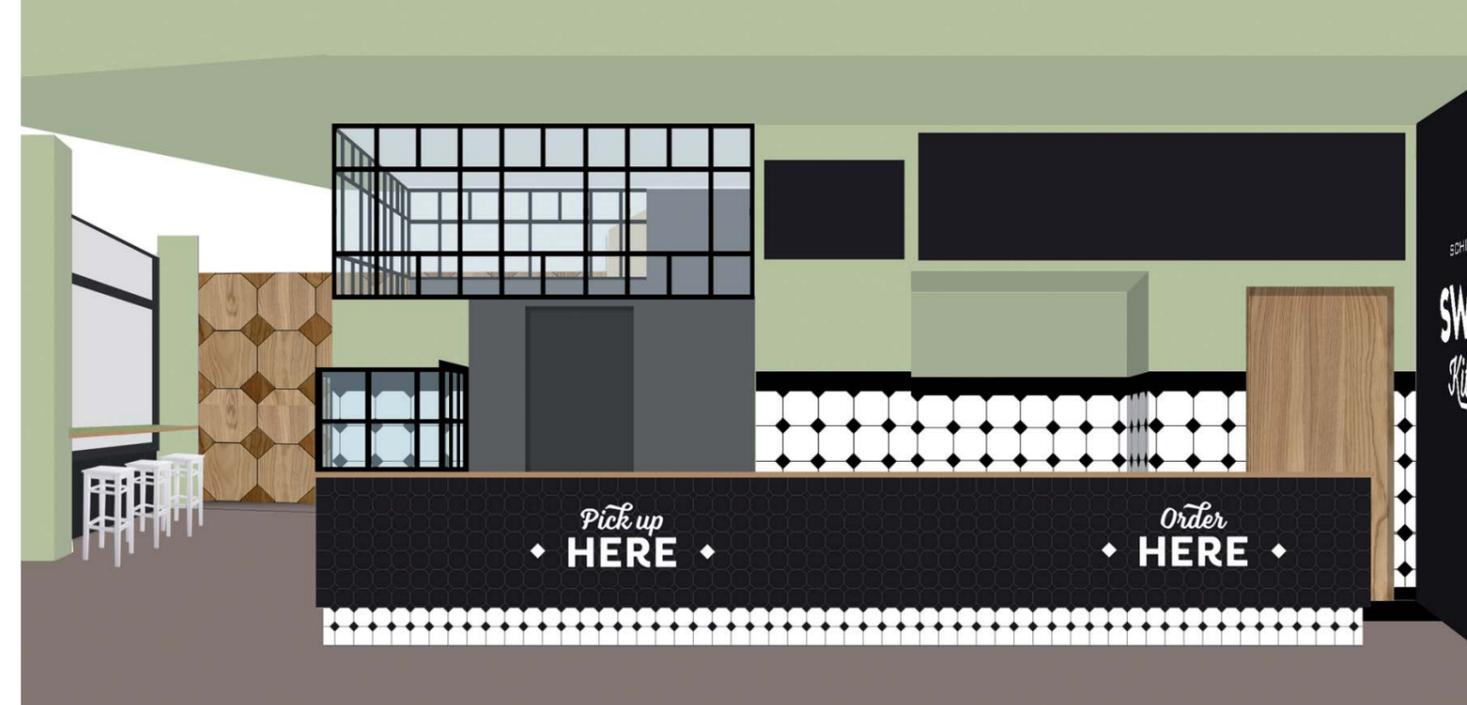
With all forms of franchise there is an initial franchise fee per restaurant of € 25,000. In addition, there is a monthly franchise fee (royalties) of 5 % of total net sales.

#### WHAT WE OFFER

- ◆ Support in advance of a potential franchise partnership
- ◆ Use of trademark rights
- ◆ Consultation on selecting a location
- ◆ Help with starting up the restaurant
- ◆ Our Know-how and proven operating system
- ◆ Training program
- ◆ Further system developments, new product developments
- ◆ Respect, straightforward honesty, fair play and a collaborative partnership

#### WHAT WE EXPECT

- ◆ Identification with the company philosophy as well as loyalty to the brand
- ◆ A proven track record in business management, preferably in system catering
- ◆ Experience in the respectful and constructive development and leadership of a motivated team
- ◆ Target group oriented approach
- ◆ Liquid assets of at least € 300,000
- ◆ Access to appropriate real estate/location



#### SITE REQUIREMENTS PROFILE

##### Location and Visibility

- ◆ Cities or towns with upward of 100,000 inhabitants
- ◆ Highly frequented shopping streets, transport hubs and shopping malls
- ◆ Buildings with sound construction, preferably a corner location with large glass frontage

##### Size and Interior

- ◆ Ideal size 160 m<sup>2</sup> – 250 m<sup>2</sup>, ground floor only
- ◆ Seating for at least 50 people

##### Technical Details and Authorization

- ◆ Suitable for catering (eligible for a license)
- ◆ Ventilation system in accordance with legal requirements
- ◆ Total required air volume approximately 5500 m<sup>3</sup>/h
- ◆ Commercial cooling for refrigeration units,
- ◆ Air conditioning
- ◆ Electrical power: at least 70 kW
- ◆ Thermal energy: gas, district heating or in-house central heating

##### Rental Requirements

- ◆ Long term lease with the option of renewal
- ◆ No restrictions regarding opening times or range of food and drinks to be served





◆ ◆ ◆ [www.swingkitchen.com](http://www.swingkitchen.com) ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆ ◆