

G+J Corporate Editors entwickelt Buchserie für McDonald's

Hamburg, 2. Dezember 2010

Über 600 Quadratmeter Grundfläche, Business-Check-in, ein großzügiges McCafé und die Stühle sind Designklassiker von Ray und Charles Eames: Das alles gibt es im McDonald's Restaurant am Flughafen München– und jetzt auch in einem Buch. In *Eat in Style – Munich Airport* stellt McDonald's sein Restaurant aus einer Design-Perspektive vor und präsentiert sich als Lifestyle-Marke.

Das 84-seitige Buch ist die erste Edition der Reihe *Eat in Style*, in der Geschichten über die schönsten McDonald's-Restaurants in Deutschland erzählt werden und in der die Atmosphäre vor Ort eingefangen werden soll. Deshalb geht es auch im Band *Munich Airport* nur am Rande um Cheeseburger & Co. Vielmehr philosophieren Designer darüber, was öffentliche Orte zu Lieblingsorten macht. Und in der Reportage 24 hours erzählen Touristen, Geschäftsreisende und Flughafenmitarbeiter, warum sie um genau 6.12 Uhr oder um 23.10 Uhr bei McDonald's und nirgendwo anders sind.

„Mit neuen Designs und Raumkonzepten sind unsere Restaurants zu beliebten modernen Treffpunkten geworden. In *Eat in Style* zeigen wir unsere außergewöhnlichsten Restaurants an spannenden Orten. Dabei stehen Design, die Anziehungskraft eines bestimmten Ortes und die Menschen im Mittelpunkt“, so Alexander Schramm, Vorstand Development McDonald's Deutschland. Joerg Strauss, Leiter Literatur bei G+J Corporate Editors, ergänzt: „Ein McDonald's-Restaurant am Flughafen ist ganz anders als eines in der Stadt. Dort gibt es viele Menschen, viele Nationalitäten und viele Koffer. Diese Atmosphäre mit journalistischen Mitteln einzufangen, hat viel Spaß gemacht.“

Das Buch *Eat in Style – Munich Airport*, das zweisprachig (deutsch-englisch) erscheint, wird im Restaurant vor Ort für 4,95 Euro verkauft.