



Daten und Fakten - Deutschland

- 2003 wurde in Köln das erste McCafé im Lounge-Stil eröffnet.
- Ende 2010 gab es 737 McCafés in Deutschland. 81 davon wurden im Jahr 2010 neu eröffnet.
- 2011 sollen 30 neue McCafés eröffnet werden.
- Die fünf umsatzstärksten McCafés in Deutschland waren 2010:
Frankfurt, Hauptbahnhof
Köckern/Glebitzsch, Tank & Rast
Frankfurt Flughafen, T1
München, Karlsplatz
Berlin, Lehrter Bahnhof
- Das aktuelle Standardsortiment umfasst:
Kaffeespezialitäten (10 Artikel), Hot Drinks (4 Artikel), Cold Drinks (6 Artikel), Iced Drinks (2 Artikel), Frappés (3 Artikel), Kuchen (10 Artikel), Süßes (11 Artikel), Bagels (2 Artikel) und Frisches (1 Artikel).
Alle Kaffeespezialitäten sind zudem auch entkoffeiniert sowie mit Soja und fettarmer Milch erhältlich.
- Die beliebtesten Produkte sind: Latte Macchiato und Triple-Choc-Cookie.
- Seit Januar 2011 wird jede Kaffeespezialität tall entweder als Flirt Duo (mit einem Cup-Cake nach Wahl), als Klatsch & Tratsch Duo (mit einem Kuchen nach Wahl) oder als Startschuss Duo (mit einem Bagel nach Wahl) angeboten.
- Derzeit gibt es fünf verschiedene Einrichtungsdesigns im Lounge-Stil. Sie nennen sich: Sidney, Club 54, Downtown, Cube Flow und Wood and Stone.
- Die notwendige Investitionssumme für ein McCafé beträgt bei einer Modernisierung: etwa 100.000 Euro.

Daten und Fakten – weltweit

- 1993 eröffnete McDonald's in Australien das erste Restaurant mit einem integrierten Coffeeshop.
- Weltweit gab es Ende des Jahres 2010 rund 2.850 McCafés in 54 Ländern (16 in Lateinamerika, 22 in Europa, 16 in Asien/Pazifik/Mittlerer Osten/Afrika)
- Ende 2009 eröffnete das 1.000. McCafé in Europa.
- Anzahl der Restaurants in anderen europäischen Ländern (Stand: 12/2010):

Österreich:	134 McCafés
Italien:	116 McCafés
Frankreich:	115 McCafés
Russland:	48 McCafés
Ungarn:	34 McCafés
Polen:	34 McCafés

Das Konzept

Mit McCafé bietet McDonald's seinen Gästen ein einzigartiges Coffeshop-Erlebnis mit schnellem Service zu moderaten Preisen. McCafé ist ein Shop-in-Shop-Konzept:

Innerhalb eines McDonald's Restaurants ist in einem eigenen Bereich, das erweiterte Angebot von McCafé zu finden. Warme Farben und hochwertiges Mobiliar sorgen für einen angenehmen



Lounge-Charakter und eine entspannte Atmosphäre.

Speziell geschulte Mitarbeiter bereiten vor den Augen der Gäste eine große Auswahl hochwertiger Getränkespezialitäten zu: von Klassikern wie Cappuccino und Espresso über Iced Coffee und Iced Chocolate bis hin zu Frappés in verschiedenen Geschmacksrichtungen.

Mit dem Know-how des langjährigen Lieferanten Kraft Foods (Jacobs) wurde extra für McCafé eine Espressomischung - eine Selektion aus 100 Prozent feinsten Arabica-Bohnen - kreiert und geröstet. Neben den Kaffeespezialitäten werden auch Hot Chocolates und verschiedene Teesorten angeboten.

Ergänzt wird das Getränkeangebot durch eine große Auswahl an Kuchen, Muffins und Cookies sowie herzhaften Bagels und Müsli. Zudem gibt es seit 2010 leckere Törtchen: Die Cup-Cakes und Mini-Cakes werden in jeweils drei verschiedenen Sorten angeboten. Die Mango- und Erdbeer-Lemon-Frappés während der „McCafé Sommer-Highlights“ oder Latte Macchiato, Cappuccino und Mocha eisgekühlt (Frescos) - erweitern die Produktpalette.

Passend zur Lounge-Atmosphäre werden alle Speisen und Getränke auf Porzellangeschirr und in Gläsern serviert. Alle Produkte können auch zum Mitnehmen bestellt werden.

Das Potential der Marke McCafé liegt in ihrem stimmigen und überzeugenden Profil. „Bei McCafé erlebt man eine gelungene Mischung aus Individualität, Qualität, Service und Preis“, so Holger Beeck, stellvertretender Vorstandsvorsitzender McDonald's Deutschland. Doch wie jedes erfolgreiche Shop-in-Shop-Konzept profitiert auch McCafé von immer neuen Ideen.

Dazu zählen die ausschließliche Verwendung von nachhaltig angebautem und nach den Richtlinien der Rainforest Alliance und ihrer Partner im Sustainable Agricultural Network (SAN) zertifiziertem Kaffee, die Zusammenarbeit mit der Kultmarke Bionade oder auch die Aufnahme der kultigen Cup-Cakes und Mini-Cakes - bekannt aus den Coffee-Shops in New York - in das Sortiment. Seit Ende 2008 werden im McCafé auf Wunsch alle Kaffeespezialitäten auch mit Soja (Sojazubereitung angereichert mit Vitaminen und Calcium), fettarmer Milch oder entkoffeiniert angeboten.

Die Hauptzielgruppen für McCafé sind junge Erwachsene zwischen 18 und 39 Jahren, Mütter mit Kindern, Geschäftsleute und Senioren. Besonders in Ostdeutschland führt erst McCafé viele Gäste an McDonald's heran.

Typische Standorte für McCafés sind in Innenstädten und an stark frequentierten Lagen wie Bahnhöfen, Flughäfen, aber auch an Verkehrsknotenpunkten und an frequenzstarken Strassen.

So hat sich McCafé in wenigen Jahren zu einem beliebten Treffpunkt für Kaffeeliebhaber aller Generationen entwickelt und kommt ganz nebenbei in ländlichere Regionen sowie in die Reichweite von Kleinstädten. Während der klassischen Kaffee- und Kuchenzeit kommt es durch McCafé zu einer neuen Nachfragespitze im Restaurant, so ergänzen sich beide Systeme gut.

Der Weg zum Erfolg

Wer auf Dauer erfolgreich sein will, muss auch immer für Überraschungen gut sein. So sorgte der Marktführer der Systemgastronomie mit McCafé für erstaunte Gesichter.



Denn wo viele Gäste früher in einer eher funktional geprägten Umgebung Burger und Pommes Frites bestellten, konnten sie sich nun im McCafé mit vielfältigen Getränkespezialitäten, leckeren Kuchen und feinen Snacks auf modernen Ledersesseln bequem machen. Und die Geschichte von McCafé zeigt, wie richtig McDonald's mit dieser Entscheidung lag.

1993 - lange bevor der moderne Kaffeekult die deutschen Haushalte eroberte, eröffnete McDonald's in Australien das erste Restaurant mit einem integrierten Coffeeshop. Dort wurden neben Kaffeespezialitäten auch unkomplizierte Snacks und Kuchen angeboten. Die Marke McCafé war geboren - und erfüllte genau im richtigen Moment den Wunsch nach hochwertiger Kaffeervielfalt in entspannter Atmosphäre. Und während McCafé am anderen Ende der Welt zum Erfolgsmodell wurde, kamen auch die Deutschen immer mehr auf den richtigen Geschmack.

McDonald's reagierte prompt und holte das Shop-in-Shop-Konzept nach Deutschland. 2003 wurde in Köln das erste McCafé eröffnet, drei Jahre später waren es bereits 100, weitere 15 Monate später 300 McCafés. Damit hatte sich McDonald's

bereits vier Jahre nach der Eröffnung des ersten McCafés als Nummer 2 im deutschen Coffeeshop-Markt eindrucksvoll etabliert.

Seit 2009 steht McCafé mit über 550 Outlets an der Spitze des deutschen Coffeeshop-Marktes.

Mehr McCafés bedeutet auch immer mehr Beschäftigung. Denn mit der Einrichtung eines McCafés entstehen im Durchschnitt sieben bis zehn Arbeitsplätze. Seit 2006 wurden allein in Deutschland rund 3.000 neue Mitarbeiter für den Kaffeeservice bei McDonald's ausgebildet und eingestellt.

Im Oktober 2008 eröffnete das 500. McCafé. Im September 2010 wurde mit der Eröffnung des 700. McCafés ein weiterer Meilenstein gesetzt. Ende 2010 gab es insgesamt 737 McCafés. „Der Erfolg von McCafé hat unsere Erwartungen bei weitem übertroffen“, bilanzierte Bane Knezevic, Vorstandsvorsitzender von McDonald's Deutschland. „Wir wollen mit McCafé auch in den kommenden Jahren wachsen und damit ganz neue Zielgruppen für McDonald's begeistern“.