



## Daten und Fakten - Deutschland (Stand: 31.12.2010)

- Nicht alle Restaurants hierzulande werden von dem Unternehmen, der McDonald's Deutschland Inc., selbst geführt. Über 80 Prozent der 1.386 Restaurants in Deutschland werden von selbständigen, mittelständischen Unternehmern im Franchise-Modell betrieben.
  - Zum 31. Dezember 2010 wurden 1.136 Restaurants in Deutschland von 251 Franchise-Nehmern als mittelständische Unternehmen geführt. Damit führte jeder Franchise-Nehmer im Schnitt 4 Restaurants.
  - Johann Hovan erhielt am 1. August 1975 gemeinsam mit seinem damaligen Partner Rudi Weber den ersten Franchise-Vertrag in Deutschland für das Restaurant in der Fürstenrieder Straße in München.
  - Im Jahr 2010 feierten:
    - 1 Franchise-Nehmer sein 35-jähriges Jubiläum,
    - 6 Franchise-Nehmer ihr 30-jähriges Jubiläum,
    - 2 Franchise-Nehmer ihr 25-jähriges Jubiläum,
    - 11 Franchise-Nehmer ihr 20-jähriges Jubiläum und
    - 10 Franchise-Nehmer ihr 10-jähriges Jubiläum.
  - 39 Franchise-Nehmer führen ihr Restaurant bereits in zweiter Generation, ein Franchise-Nehmer bereits in der 3. Generation.
  - Michael E. Heinritzi ist der Franchise-Nehmer mit den meisten Restaurants. Er ist einer der so genannten Joint Venture-Partner und betreibt derzeit 26 Restaurants in Deutschland sowie 12 in Österreich.
  - 33 Franchise-Nehmer sind weiblich.
  - Pro Jahr erhält McDonald's weit über 2.000 Anfragen. Jede Bewerbung wird im Rahmen eines Auswahlverfahrens genauestens geprüft. 1 bis 3 neue Partner kommen jährlich ins System.
  - Franchise-Nehmer können ausschließlich natürliche Personen werden, keine Gesellschaften.
  - Die Franchise-Rechte werden nur an Einzelpersonen vergeben, die ihre gesamte unternehmerische Aktivität dem Betrieb ihres Restaurants widmen.
  - Ausgeprägte „People Leadership Skills“, unternehmerisches Handeln und Denken, soziale Kompetenz und hohe Eigenverantwortung sind die wichtigsten Dinge, die ein Franchise-Bewerber mitbringen muss. Die täglichen Erwartungen der Gäste, die Anforderungen des Unternehmens und der rund 50 Mitarbeiter je Restaurant sollen nicht enttäuscht werden.
- Jeder Franchise-Nehmer repräsentiert McDonald's in seiner Kommune. In vielen Gemeinden sind die örtlichen Franchise-Partner erste Anlaufstelle, wenn Kindergärten, Sportvereine oder sonstige Einrichtungen finanzielle oder organisatorische Unterstützung brauchen.
- Mit diesem Einsatz für die Gesellschaft führen die Franchise-Partner die Tradition von Unternehmensgründer Ray Kroc fort. Dessen Leitsatz war: „Gebt der Gemeinschaft, in der ihr lebt, etwas von dem zurück, was sie euch gibt!“
- Viele Franchise-Partner waren, bevor sie zu McDonald's kamen, in anderen Berufssparten erfolgreich: Ehemalige Ärzte, Geschäftsführer, Handwerker, Lehrer, sogar ein Prinz und Leistungssportler wie Henry Maske sind mit dabei.
  - Die Investitionssumme des Franchise-Nehmers für ein neu zu eröffnendes McDrive Restaurant mit einem McCafé liegt bei circa 780.000 Euro.



## Daten und Fakten – weltweit

- Bereits ein Jahr nachdem Ray Kroc sein erstes Restaurant in Des Plaines, einem Vorort von Chicago eröffnete, vergab er 1956 acht neue Restaurants an Franchise-Nehmer. Dies war die Geburtsstunde eines modernen Geschäftskonzepts, das McDonald's weltweit zur Nr. 1 der Systemgastronomie machte.
- McDonald's ist heute eines der größten und bekanntesten Franchise-Unternehmen der Welt.
- Weltweit werden ebenfalls rund 80% der über 32.700 Restaurants von Franchise-Nehmern geführt.

## Das McDonald's Franchise-Modell

Mit dem Franchise-Vertrag bekommt der Franchise-Nehmer als selbstständiger Unternehmer das Recht, ein eigenes Restaurant unter dem Markennamen McDonald's zu führen. Die Franchise-Verträge haben in der Regel eine Laufzeit von 20 Jahren.

Das Mutterunternehmen steht seinen Partnern mit kompetenter Beratung und laufender Fortbildung in allen Fragen der Systemgastronomie zur Seite. Denn je größer der Erfolg des einzelnen Restaurants, umso stärker wird die Marke. Und das gilt natürlich auch umgekehrt.

Zudem profitieren die Franchise-Nehmer von der nationalen Werbung für die Marke sowie von technischen Innovationen. Beim Wareneinkauf kommen ihnen die günstigen Konditionen eines Großunternehmens zugute. Bei der Logistik können sie sich auf ein exklusives Distributionssystem verlassen.

Im Gegenzug sichert jeder Partner zu, sich genau an die Unternehmensgrundsätze zu halten. Dazu gehören die strikte Einhaltung von Qualitätssicherungsmaßnahmen und Qualitätsnormen sowie die Umsetzung des Umweltschutzprogramms. Ebenso verpflichten sich Franchise-Nehmer zu einer hundertprozentigen Gästeorientierung und überdurchschnittlichem sozialen Engagement.

Um dies erfolgreich gestalten zu können, werden die Franchise-Nehmer unter anderem durch die Fach-Departments des Hauptservicecenters so wie des jeweiligen regionalen Servicecenters unterstützt.

## Corporate Affairs und Marketing

Der Franchise-Vertrag beinhaltet die Verpflichtung, mindestens 5% des Umsatzes für Werbung, Absatzförderung und Public Relations auszugeben. Dies geschieht in Form einer nationalen und regionalen Werbegemeinschaft, bei der die Franchise-Nehmer über die Verwendung der Werbegelder mitbestimmen. Darüber hinaus führt jedes Restaurant im eigenen Einzugsbereich so genannte Local Store Marketing Aktionen durch.

Das Department Marketing entwickelt in Zusammenarbeit mit zum Teil internationalen Werbe- und PR-Agenturen Ideen und Konzepte, um McDonald's als Markenprodukt für seine Gäste attraktiv zu machen. Es überprüft durch Marktforschung die Wirkung der Werbung und gewinnt dadurch Daten, die jedem Einzelnen wieder bei der künftigen Gestaltung seiner Werbung helfen. Das integrierte Konzept von Image- und Produktwerbung, Verkaufsförderung und Public Relations hat McDonald's in den letzten 50 Jahren zu einer der bekanntesten Marken der Welt gemacht. Marketing arbeitet ebenfalls an der sinnvollen Weiterentwicklung der Produktpalette und nimmt dabei die Anregungen der Franchise-Nehmer auf.



## **Development**

Die Teilbereiche Expansion und Construction planen und bauen oft mit Hilfe örtlicher Handwerksunternehmen und ausgewählten Architekten, gestützt auf die Erfahrungen von über 32.000 Restaurants weltweit. Sie entwickeln den technischen Standard der Restaurants nach Produktivitäts-, Kosten-, Energiespar-, umweltschutzorientiert und arbeitsphysiologischen Gesichtspunkten weiter. Unter Beteiligung des Franchise-Nehmers wird ständig an der Weiterentwicklung der Restaurantgestaltung im Innen- und Außenbereich gearbeitet, um den McDonald's Gästen immer eine freundliche und einladende Atmosphäre zu bieten. Diese Departments beraten in fachlicher Hinsicht den Franchise-Nehmer auch während der Vertragslaufzeit bei der Instandhaltung und Erneuerung des Restaurants.

Der Bereich Environment beschäftigt sich in allen Geschäftsbereichen mit dem Aufbau eines umfassenden Umweltprogramms. Ausschlaggebend hierbei sind der sinnvolle Einsatz von Rohstoffen und Energie sowie die prinzipielle Minimierung von Umweltbelastungen. Gemeinsam mit anderen Departments sowie externen Experten setzt der Bereich Environment diese Konzepte um.

## **Expansion**

Das Department Expansion sucht nach marktstrategischen Gesichtspunkten geeignete Standorte für die Errichtung neuer McDonald's Restaurants. Es erwirbt oder mietet die Objekte und bemüht sich um die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für den langfristigen Erfolg des McDonald's Restaurants. McDonald's behält sich die Standortwahl ausschließlich selbst vor. Es ist daher nicht erforderlich, dass ein Franchise-Bewerber selbst einen Standort mitbringt.

Das Department Expansion bearbeitet teilweise mit 2 - 3 Jahren Vorlauf verschiedene Standorte, um eine sinnvolle Expansion vornehmen zu können.

Ergänzend zu den traditionellen Restaurants, größtenteils mit McDrive und einem McCafé, eröffnet McDonald's auch so genannte Satellites, Restaurants auf kleinerer Fläche mit einem reduzierten oder speziellen Produktangebot.

Da McDonald's in gewissen Gebieten in Deutschland firmeneigene Restaurants betreibt, zum anderen aber 251 bestehende Franchise-Partner etabliert sind, sollten Bewerber geographische Flexibilität mitbringen. Es wird in der Regel erforderlich sein, dass die Bewerber ihren Wohnsitz wechseln müssen.

McDonald's akquiriert immer die Standorte durch die regionalen Departments Development Expansion und trägt die Kosten für Erschließung und Bau eines Restaurants. Die Vergabe der Franchise-Rechte erfolgt dann mittels eines Unterpachtvertrages, in der Regel über 20 Jahre.

## **Field Service**

Von Beginn der Ausbildung an wird der Franchise-Nehmer durch die Field & Operations Consultants der regionalen Field Service Departments beraten und unterstützt. Der Field & Operations Consultant ist der direkte Ansprechpartner des Franchise-Nehmers in allen Fragen, die den Betrieb des Restaurants betreffen und er unterstützt ihn auch bei der Zusammenarbeit mit den anderen Fach-Departments. Darüber hinaus kontrolliert der Field & Operations Consultant die Einhaltung der verbindlichen Richtlinien, um ein einheitliches Auftreten der Marke McDonald's zu gewährleisten. Die konsequente Einhaltung unserer Richtlinien ist Voraussetzung für den langfristigen Erfolg des Restaurants und des gesamten McDonald's Systems.



## Franchise

Das Department Franchise ist für die Auswahl der Franchise-Nehmer und die Betreuung der Franchise-Bewerber in den verschiedenen Phasen des Auswahlprozesses zuständig.

Außerdem ist das Franchise-Department Ansprechpartner für alle Fragen, die mit den Beziehungen zwischen Franchise-Nehmern und dem Franchise-Geber zu tun haben.

## Franchise Controlling

Das Department Franchise Controlling errechnet mit Hilfe des Departments Expansion die Konditionen für neue Restaurants, um die Basis für einen wirtschaftlichen Erfolg zu schaffen. Darüber hinaus berät sie den Franchise-Nehmer bei der Entwicklung seiner Betriebsabrechnung und unterstützt ihn bei der Analyse seiner Finanzdaten.

## Human Resources

Die Mitarbeiter des Departments Human Resources unterstützen Franchise-Nehmer beratend. Der Franchise-Nehmer und sein Restaurant Management werden über alle arbeitsrechtlichen, tariflichen und firmenrechtlichen Bestimmungen informiert und auf dem Laufenden gehalten. Informationen und Hilfsmittel für die Bereiche Personalwerbung, -führung und -entwicklung stehen zur Verfügung.

Bei eventuell auftretenden Fragen oder Problemen können Mitarbeiter des Departments Human Resources jederzeit in Anspruch genommen werden.

## Legal

Das Department Legal erstellt den Franchise-Vertrag sowie den Unterpachtvertrag für den jeweiligen Standort. Während der Vertragslaufzeit ist das Department Legal auch Ansprechpartner für alle rechtlichen Fragen, die das Vertragsverhältnis berühren.

## National Operations

Diesem Department obliegt die Weiterentwicklung von Arbeitsverfahren und die Einhaltung der Richtlinien im Restaurant. Es testet nicht nur neue Produkte, sondern ist auch verantwortlich für deren Einführung und verbessert in Zusammenarbeit mit dem Department Purchasing die bestehende Produktpalette. Änderungen im Ernährungsbewusstsein unserer Kunden sind dabei ein wichtiger Aspekt. Die gleiche Sorgfalt wendet das Department bei der Weiterentwicklung unserer Küchenausstattungen und bei Veränderungen der Gebäude an.

## Supply Chain

McDonald's stellt selbst nichts her. Wir kaufen bei renommierten Lieferanten wie z.B. Coca-Cola, Develey, Agrarfrost, McCain, Hochland oder Bonduelle nach genauen Vorgaben ein. Dabei legen wir Wert auf beste Qualität und höchstmögliche Belieferungssicherheit. Alle McDonald's Restaurants profitieren in gleicher Weise von den Bemühungen des Departments Supply Chain, die besten Produkte zu den günstigsten Preisen zu beschaffen.

Die Franchise-Nehmer und die McDonald's eigenen Restaurants haben die gleichen Einkaufspreise und werden durch ein exklusives Distributionssystem beliefert. Alle Vorteile und Sonderkonditionen kommen so auch direkt dem Franchise-Nehmer in gleicher Weise zugute.



Durch ständige Qualitätskontrollen wachen die Departments Supply Chain und Quality Assurance darüber, dass die festgelegten Qualitätsstandards von unseren unabhängigen Lieferanten eingehalten werden.

### **Training**

Dieses Department organisiert die Aus- und Weiterbildung der Franchise-Nehmer sowie deren Mitarbeiter und führt diese in den McDonald's eigenen Trainingszentren durch, die nach dem Vorbild der berühmten Hamburger University in den USA gestaltet sind. Die Aus- und Weiterbildung ist für den Franchise-Nehmer verpflichtend und wird von McDonald's im Rahmen des Franchise-Vertrages kostenlos durchgeführt.



## Auszeichnungen

- Als erstes Unternehmen in Deutschland wurde McDonald's im November 2004 als „Geprüftes Mitglied“ des Deutschen Franchise-Verbands e.V. (DFV) ausgezeichnet. Damit wurde bestätigt, dass Konzept, Strategie, Produkte und Leistungen des Franchise-Systems sowie die Zufriedenheit der Franchise-Nehmer die Anforderungen des DFV-System-Checks erfüllen.
- Ebenso war McDonald's das erste System das 2008 und 2011 die **Re-Zertifizierung** durch den Deutschen Franchise-Verband sowie des Internationalen Centrums für Franchising und Cooperationen an der Wilhelms Universität in Münster erhielt.
- Die Zeitschrift „impulse“ hat McDonald's in den letzten Jahren wiederholt als **Deutschlands bestes Franchise-System** ausgezeichnet. So führte das Unternehmen auch im Jahr 2010 - zum vierten Mal in Folge - das von der Redaktion des Magazins „impulse“ erstellte Ranking der 100 besten Franchise-Systeme Deutschlands an. Zu den Bewertungskriterien der Rangliste zählten dabei Nachhaltigkeit des Franchise-Konzepts, Firmenalter, Partneranzahl, Wachstums-, Expansions- und Verdienstchancen. Maßgeblicher Grund für das gute Abschneiden ist der Erfolg des Unternehmens auch in Krisenzeiten und in einem schrumpfenden Marktumfeld. Während der Gesamtumsatz der Gastronomie bereits zum dritten Mal infolge sinke, habe McDonald's seine Gästezahlen im Vorjahr um 3,2 Prozent gesteigert und überzeuge mit einem Umsatzwachstum von 4,5 Prozent im ersten Halbjahr 2010, so die Jury.
- Ende 2008 wurde McDonald's in der Kategorie „Großunternehmen“ unter die besten Fünf des bundesweiten Wettbewerbs „**Kulturelle Vielfalt am Arbeitsplatz**“ gewählt. Der Wettbewerb wurde im Rahmen der Kampagne „Vielfalt als Chance“ ins Leben gerufen. Die Kampagne möchte das große wirtschaftliche Potential von Menschen mit Zuwanderungshintergrund stärker ins öffentliche Bewusstsein rücken und dabei Unternehmen und Institutionen darüber in-formieren, wie sie dieses Potential erfolgreich nutzen können.

Zwei Franchise-Nehmer teilten sich sogar den ersten Platz in der Kategorie „Kleine und mittlere Unternehmen“.

Der Preisträger und Systemgastronom Christian Eckstein ist einer der größten Arbeitgeber in der Region Osnabrück. Er betreibt zwölf McDonald's Restaurants – vier davon werden von Managern mit Migrationshintergrund geleitet. Insgesamt haben von seinen 715 Mitarbeitern 47 Prozent einen Zuwanderungshintergrund.

Der zweite Preisträger Helmut Froitzheim betreibt dreizehn Filialen mit knapp 700 Mitarbeitern in Koblenz und Umgebung. 48 Prozent seiner Mitarbeiter haben einen Migrationshintergrund.