

Burger King



GESCHMACK IST KING

BURGER KING DEUTSCHLAND IN ZAHLEN

Mitarbeiter*:	24.000
Auszubildende Fachmann/-frau für Systemgastronomie:	760
Auszubildende Fachkraft im Gastgewerbe in der Systemgastronomie:	67
Bachelorstudenten:	4
Restaurants:	706
Nettumsatz* 2010:	750 Millionen Euro
* Schätzwert	BdS-Gründungsmitglied

James McLamore und David Edgerton gründeten im Jahr 1954 in Miami, Florida, das Unternehmen Burger King. Seit Beginn steht das Burger King System für über Flammen gegrilltes Rindfleisch, krosse Pommes und frische Zutaten. Bereits drei Jahre später wurde der Whopper entwickelt, der bis heute das Flaggschiff-Produkt des Unternehmens ist. Mittlerweile ist das Unternehmen weltweit in 76 Ländern mit mehr als 12.200 Restaurants vertreten, in denen täglich über 11 Millionen Gäste bedient werden. Expansion ist weiterhin eine wichtige Unternehmensstrategie. Dies gilt nicht nur für die DACH-Region, sondern weltweit. So eröffnete im März 2011 das erste Burger King Restaurant in Slowenien, und weitere europäische Länder stehen bereits auf der Warteliste.

Die Erfolgsgeschichte von Burger King in Deutschland startete 1976 mit der Restaurantöffnung in Berlin. Seither sind ca. 700 Restaurants hinzugekommen. Einen wichtigen Bestandteil des Erfolgs des Burger King Systems stellen die über 170 Franchisepartner dar, die über 85 Prozent der Restaurants leiten.

2010 war geprägt von Innovationen. Mit der Einführung der SparKings (neun unterschiedliche Produkte ab 1 Euro) und des „King des Monats“ (wechselndes King-Menu-Angebot für 3,99 Euro) bietet das Burger King System seinen Gästen noch mehr Qualität und Geschmack zum günstigen Preis. Auch die Erweiterung um eine Grilled-Chicken-Linie und neue Desserts beweisen innovativen Geschmack.

Für die kleinen Gäste präsentiert das Unternehmen seit Ende 2010 die King Box – ein rundum erneuerter Auftritt des Kids Menus mit einer

Schatzbox, einem Maskottchen, attraktiveren Spielzeugen und einem neuen auf Kindergeschmack und -ernährung abgestimmten Getränk.

Ein weiterer Meilenstein im Bereich Innovation konnte mit der Eröffnung des ersten energieeffizienten Restaurants im Juni 2010 in Waghäusel gefeiert werden. Durch den Einsatz modernster Technologien spart das Burger King Restaurant mehr als 45 Prozent Strom im Jahr.



Zudem werden die älteren Burger King Restaurants sukzessive ins Restaurantdesign der Zukunft umgebaut: Mit roten Farbakzenten, neuen Holz- und Metallelementen sowie eleganter Beleuchtung! Neue Espresso- und Kaffeespezialitäten sowie italienische Desserts runden das Restaurantbild ab.

Mitarbeiter sind für das Unternehmen der Schlüssel zum Erfolg. So sind im gesamten Burger King System in Deutschland derzeit ca. 24.000 Mitarbeiter, davon ca. 760 Auszubildende zum/ zur Fachmann/-frau für Systemgastronomie, beschäftigt. Dass die Auszubildenden von heute das Management von morgen sind, zeigte die Aktion eines Franchisenehmers, der eine Woche lang sein Burger King Restaurant eigenverantwortlich von Auszubildenden leiten ließ. Ähnliche Aktionen sind auch für 2011 in Planung.

Rück- und Ausblick von Andreas Bork, Geschäftsführer Deutschland, Österreich, Schweiz von Burger King



» **Wie zufrieden sind Sie mit dem Geschäftsjahr 2010?**

Die schwierige Wirtschaftslage im Kalenderjahr 2009 war auch zu Beginn des Jahres 2010 noch zu spüren. Umso zufriedener beobachteten wir daher den wirtschaftlichen Aufschwung in der Jahresmitte. Sinkende Arbeitslosigkeit und eine positivere Gesamtstimmung der Konsumenten führten zu einem wachsenden Konsumverhalten, was sich auch positiv auf das QSR-Business auswirkte. Auch wenn der strenge Winter zum Ende des Jahres einen verhaltenen Konsum im gastronomischen Sektor mit sich brachte, konnten wir im vergangenen Jahr durchaus positive Trends verzeichnen.

» **Was sind Ihre Erwartungen für das Jahr 2011?**

Wir sehen derzeit ein deutliches Wachstum. Dies zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind und unsere Angebote von den Gästen angenommen werden. Natürlich sind die Verbraucher preissensibel. Guter Geschmack wird sich aber langfristig durchsetzen. Geschmack ist King und wird King bleiben.

» **Welche Trends beobachten Sie in der Systemgastronomie?**

Die Social-Media-Bewegung gewinnt derzeit nicht nur in der Gesellschaft, sondern auch für Unternehmen an immer größerer Bedeutung. Die offene und transparente Kommunikation sowie Interaktion mit unseren Gästen stellen eine große Chance für uns dar. Wir sind erst seit kurzem auf Facebook zu finden, konnten aber mit einer gelungenen Aktion über 70.000 Fans generieren.

Gleichzeitig erwartet der Verbraucher, dass Marken authentisch und natürlich bleiben. Dies wollen wir auch unseren Gästen beweisen. Wir sind Burger-Experten und verstehen uns auf das Grillen wie kein anderer. Geschmack und Qualität unserer Produkte sind unsere oberste Priorität und nichts anderes.

» **Welche Neuerungen gibt es in Ihrem Konzept?**

Eine wichtige Neuerung in unserem Konzept ist der Umbau zahlreicher Burger King Restaurants in ein neues Design, das durch rote Farbakzente, neue Holz- und Metallelemente sowie elegante Beleuchtung gekennzeichnet ist. Ganz neu ist, dass unsere Gäste nun auch echte italienische Espresso- und Kaffeespezialitäten in unseren Restaurants genießen können. Und wer dann noch ein italienisches Dessert zum Abschluss genießen möchte, erhält auch dieses.

Weitere Neuerungen im Bereich Produktsortiment ist die Grilled Chicken Range, die mit 100 Prozent Hähnchenbrustfilet und dem echten Grillgeschmack überzeugt. Und auch die kleinen Gäste kommen nicht zu kurz. Der Relaunch unseres Kids Menus, das nun als King Box mit attraktiveren Spielzeugen und King Nuggets mit verbesserter Rezeptur sowie als Schatzbox angeboten wird, lässt Kinderherzen höher schlagen.

» **Worin sehen Sie aktuell die größten Herausforderungen?**

Die aktuell größte Herausforderung besteht sicherlich in der Rekrutierung qualifizierter Mitarbeiter und von Nachwuchstalente, die letztlich das Restaurantmanagement der Zukunft darstellen. In diesem Zusammenhang spielt auch das Employer Branding eine wichtige Rolle. Potenzielle Bewerber müssen erkennen, dass eine Ausbildung oder die Anstellung in der Systemgastronomie eine Tätigkeit mit Zukunft und großen Karrierechancen ist! Dass bei uns die Mitarbeiterförderung an oberster Stelle steht und wir großes Vertrauen in unsere Auszubildenden haben, zeigten zwei Aktionen, bei denen Auszubildende eigenständig für einen definierten Zeitraum ein Burger King Restaurant leiteten. Schließlich ist der Nachwuchs das Management von morgen!

» **Was ist Ihr Lieblingsgetränk?**

Zwei Gläser Château Gloria 1990 (Saint-Julien/ Bordeaux) am Kamin.