

McDonald's Schweiz legt 2018 in einem stagnierenden Markt zu

Der Fastfood-Kette McDonald's Schweiz ist es 2018 gelungen, in einem stagnierenden Gesamtmarkt zu wachsen. Sowohl die Anzahl der Gäste, als auch der Umsatz nahmen deutlich zu. Der Ausbau des Tisch- und Heimlieferservices soll weiteres Wachstum bringen.



Bild: Joiarib Morales / Unsplash

Insgesamt besuchten im letzten Jahr 105 Millionen Gäste die verschiedenen McDonald's Filialen in der Schweiz. Das sind 4,6 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Der Umsatz legte gar um 4,9 Prozent auf 761 Millionen Franken zu, nach einem Plus von 2,4 Prozent im Vorjahr.

«Verglichen mit den letzten Jahren ist dies eine signifikante Wachstumsrate», sagte Jacques Mignault an einer Medienkonferenz am Donnerstag in Zürich. Mignault ist seit April 2017 Chef von McDonald's Schweiz. 2018 sei das erfolgreichste Jahr der 43-jährigen Unternehmensgeschichte gewesen.

Umsatz organisch gewachsen

McDonald's sei in allen Regionen und vor allem aus eigener Kraft gewachsen. Zwar stieg die Zahl der Lokale im Berichtszeitraum um drei auf 169. Da zwei Filialen aber erst im letzten Quartal eröffnet wurden, war deren Ergebnisbeitrag noch vernachlässigbar, erklärte Mignault.

Mit der Zunahme der Lokale und dem Ausbau des Angebots, wie beispielsweise dem Tischservice im Restaurant, erhöhte sich auch der Personalbestand bei McDonald's. Dieser legte um 5,6 Prozent auf 7500 Mitarbeitende zu. Bei den Gästen sei vor allem das «Restauranterlebnis» mit Bedienung am Tisch gut angekommen. Auch die Menüs und die App-Angebote seien von den Gästen gut angenommen worden, ergänzte der Firmenchef. Gestiegen ist auch das Einkaufsvolumen: McDonald's Schweiz kaufte im letzten Jahr Lebensmittel im Wert von 170 Millionen Franken ein – 6,3 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Davon stammten nach Angaben des Unternehmens mehr als 80 Prozent von Schweizer Lieferanten.

Zwei bis vier neue Restaurants geplant

Der McDonald's-Chef blickt zuversichtlich nach vorne. Mignault ist überzeugt, dass McDonald's in der Schweiz weiter wachsen kann. In einem gesättigten Markt gehe dies aber nur, indem man Kunden bei den Mitbewerbern abspenstig mache.

Aus eigener Kraft wachsen könne McDonald's lediglich noch im «Delivery»-Geschäft. Dabei bekommen Kunden nach der Bestellung z.B. via App das Menü nach Hause oder ans Auto geliefert. Mit dieser Dienstleistung sammelt McDonald's derzeit Erfahrung in Genf. Im Laufe dieses Jahres soll das Angebot auf weitere Städte ausgedehnt werden. Zudem will McDonald's im Jahresverlauf zwei bis vier weitere Restaurants eröffnen. Schliessungen seien keine geplant. (awp sda)

Publiziert am Donnerstag, 21. Februar 2019