



Willkommen bei McDonald's Österreich

Die Franchisepartnerschaft

Stand 2019





EINE IDEE GEHT UM DIE WELT

Die Gründungsgeschichte von McDonald's liest sich wie eine Hollywood-Version des „American Dream“. Im Jahre 1954 beobachtete der spätere Firmengründer Ray Kroc wie ein Restaurant nach standardisierten Rezepten und Verfahren Speisen und Getränke zubereitete und erfolgreich anbot.

Ray Kroc schloss mit den Besitzern des Restaurants – den Brüdern Richard und Maurice McDonald – einen Lizenzvertrag ab, der es ihm ermöglichte, original McDonald's Hamburger-Restaurants zu eröffnen und die Rezepturen und typischen Herstellungsverfahren zu verwenden. Später wurde er Alleineigentümer.

Am 15.04.1955 eröffnete Ray Kroc in Des Plaines, Illinois, USA sein erstes McDonald's Restaurant. Noch im selben Jahr vergab er die erste Restaurant-Lizenz an einen Franchisenehmer. 15 Jahre später gab es McDonald's Restaurants in allen 50 amerikanischen Bundesstaaten. Heute ist McDonald's in mittlerweile über 100 Ländern mit mehr als 37.000 Restaurants vertreten.

Von entscheidender Bedeutung für diesen kontinuierlichen Erfolg ist das Zusammenspiel von unterschiedlichen Erfolgsfaktoren. Durch die Vergabe von Restaurant-Lizenzen konnte binnen kürzester Zeit ein Franchisesystem aufgebaut werden, das durch eine intensive Partnerschaft zwischen Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer sowie Franchisegeberinnen und Franchisegeber geprägt war. Dieser Grundeinstellung und diesem Modell blieb McDonald's bis heute treu.



Firmengründer Ray Kroc

Franchising hat somit einen wertvollen Beitrag zu einer sehr raschen globalen Expansion der Marke McDonald's geleistet.

Weiters erkannte Ray Kroc sofort die Notwendigkeit einer intensiven und permanenten Schulung aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. McDonald's Ausbildungszentren genießen heute weltweit Anerkennung, als Vorbild innerbetrieblicher Aus- und Weiterbildung.

Was aber nützt das beste Team, wenn es niemand kennt. McDonald's startete als erstes Restaurantunternehmen eine umfassende TV-Kampagne in den USA. McDonald's hat sich nie gescheut, für Werbung und PR große Budgets einzusetzen. Nur so konnte McDonald's als Markenprodukt konsequent aufgebaut werden.

Ein weiterer Faktor war die Beharrlichkeit Ray Krocs und seines Managements, auch in schwierigen Zeiten keine qualitativen Kompromisse zu akzeptieren.

Diese Grundeinstellung bewährte sich vor allem, als McDonald's den Sprung über den großen Teich machte. 1970 wurden in Holland und 1971 in England und Deutschland die ersten Restaurants eröffnet.



McDonald's in Österreich

1977 begann mit der Eröffnung des ersten Restaurants in Wien am Schwarzenbergplatz das McDonald's Zeitalter in Österreich. Schon damals zeigte sich, dass Hamburger, Big Mac & Co. hierzulande sehr gefragt sind.

Schon bald stellte sich Erfolg ein, und zahlreiche neue Franchisnehmerinnen und Franchisenehmer wurden gewonnen. Mit ihnen zusammen und durch ihr unternehmerisches Engagement wurde die Basis für die Stabilisierung des Erfolges geschaffen.

Heute werden über 95% Prozent der über 190 Restaurants in Österreich von selbständigen, mittelständischen Unternehmerinnen und Unternehmern im Franchisemodell betrieben. Mehr als 40 Franchisnehmerinnen und Franchisenehmer tragen dazu bei, dass Österreich zu den erfolgreichsten Ländern in der weltweiten McDonald's Familie gehört und Marktführer der heimischen Systemgastronomie ist.



Das erste McDonald's Restaurant am Wiener Schwarzenbergplatz



ERFOLGSFAKTOR FRANCHISING

Franchising ist ein Modell, bei dem beide Seiten voneinander profitieren: Denn die Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer bekommen als selbstständige Unternehmerinnen und Unternehmer das Recht, ein eigenes Restaurant unter dem Markennamen McDonald's zu führen, das Know-how von McDonald's zu nutzen und z.B. von der nationalen Werbung und günstigen Konditionen beim Wareneinkauf zu profitieren. Im Gegenzug verpflichten sie sich, die Standards der Franchisegeberin oder des Franchisegebers zu erfüllen, z.B. die strikte Einhaltung von Qualitätsnormen und Maßnahmen zum Umweltschutz.

McDonald's steht seinen Partnerinnen und Partnern mit kompetenter Beratung und laufender Fortbildung in allen Fragen rund um die Führung eines Restaurants zur Seite. Denn je größer der Erfolg des einzelnen Restaurants, umso stärker wird die Marke. Und das gilt natürlich auch umgekehrt.



Award-winning: die Marketingabteilung von McDonald's

PARTNERSCHAFT IM SYSTEM

Das McDonald's-System beruht auf Partnerschaft. Der rasch wachsende Erfolg des McDonald's-Systems spiegelt die Erkenntnis des Firmengründers Ray Kroc wider: „None of us is as good as all of us“ - niemand ist alleine so gut, wie alle Partnerinnen und Partner zusammen.

McDonald's Österreich:

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von McDonald's Österreich sind verantwortlich für das gesamte Unternehmen mit all seinen Teilbereichen. Hier wird die Unternehmenspolitik festgelegt, die Expansion geplant, die Standards weiterentwickelt.

McDonald's Österreich steht seinen Franchisenehmerinnen und Franchisenehmern als Partner zur Verfügung. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterstützen u.a. bei der Ausbildung und dem Training der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, sorgen für Werbung und Absatzförderung und stehen den Franchisenehmerinnen und Franchisenehmern für alle Betriebsbereiche der Restaurantführung mit Rat und Tat zur Seite. McDonald's stellt den Franchisepartnerinnen und Franchisepartnern laufend Know-how aus den einzelnen Fach-Departments von McDonald's



Österreich zur Verfügung.

Die McDonald's Franchisnehmerinnen und Franchisenehmer:

Die Partnerschaft ist ein von beiden Seiten aktives System. Für die Franchisnehmerinnen und Franchisenehmer bedeutet dies, dass sie sich voll auf den Ausbau ihrer Märkte konzentrieren können. Denn Franchisnehmerinnen und Franchisenehmer sind dezentral agierende, selbständige Unternehmerinnen und Unternehmer, die ein hohes Maß an Marktintegration erlangen sollen. Sie schulen ihr Personal und integrieren durch lokale Marketing Maßnahmen ihr Restaurant in die örtliche Gemeinschaft.

Gerade diese Integrationskraft der selbständigen Unternehmerinnen und Unternehmer vor Ort, die sich auf die Dienstleistungen von McDonald's Österreich und ihre Lieferantinnen oder seine Lieferanten stützen kann, ist der entscheidende Stabilitätsfaktor, auch in Zeiten schwacher Konjunkturphasen.

Die McDonald's Lieferantinnen und Lieferanten:

Typisch für das McDonald's-System ist, dass McDonald's keine eigenen Produktionsstätten besitzt. Die McDonald's Lieferantinnen und Lieferanten sind nicht nur Zulieferinnen und Zulieferer, sondern anerkannte Partnerinnen und Partner. McDonald's legt großen Wert auf langfristige Zusammenarbeit. Nur so kann zwischen den Partnerinnen und Partnern ein Vertrauensverhältnis entstehen, das der beste Garant für gleichbleibend hohe Qualität ist.

WAS McDONALD'S SEINEN FRANCHISENEHMERINNEN UND FRANCHISENEHMERN BIETET

Mit dem Franchisevertrag wird den Franchisnehmerinnen und Franchisenehmern das Recht und die Pflicht übertragen – in der Regel für 20 Jahre – an einem bestimmten Standort das McDonald's-System zu nutzen. Um dieses erfolgreich gestalten zu können, werden sie unter anderem durch die hier aufgeführten McDonald's Österreich Fach-Departments unterstützt.

Marketing & Communications:

Der Franchisevertrag beinhaltet die Verpflichtung, mindestens 5% des Umsatzes für Werbung, Absatzförderung und Public Relations auszugeben. Dies geschieht in Form einer nationalen Werbegemeinschaft, bei der die Franchisnehmerinnen und Franchisenehmer über die Verwendung der Werbegelder mitbestimmen. Darüber hinaus führt jedes Restaurant laufend im eigenen Einzugsbereich Marketingaktionen durch.

Das Department Marketing & Communications entwickelt in Zusammenarbeit mit zum Teil internationalen Werbe- und PR-Agenturen Ideen und Konzepte, um McDonald's als Markenprodukt für unsere Gäste attraktiv zu machen. Es überprüft durch Marktforschung die



Wirkung der Werbung und gewinnt dadurch Daten, die jeder Einzelnen und jedem Einzelnen wieder bei der künftigen Gestaltung ihrer und seiner Werbung helfen.

Das integrierte Konzept von Image- und Produktwerbung, Verkaufsförderung und Public Relations hat McDonald's in rund 50 Jahren zu einer der berühmtesten Marken der Welt gemacht.

Dieses Department arbeitet ebenfalls an der sinnvollen Weiterentwicklung der Produktpalette und nimmt dabei die Anregungen der Franchisenehmerschaft auf.

Development & Expansion:

Das Department Development & Expansion plant und baut Restaurants mit Hilfe oft örtlicher Unternehmen und ausgewählten Architektinnen und Architekten, gestützt auf die Erfahrungen von über 37.000 Restaurants weltweit. Das Department entwickelt die technischen Standards der Restaurants nach Produktivitäts-, Kosten-, Energiespar-, umweltschutzorientierten und arbeitsphysiologischen Gesichtspunkten weiter.

Das Department sucht geeignete Standorte für die Errichtung neuer McDonald's Restaurants nach marktstrategischen Aspekten. 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 möglich, dass die Franchisebewerberinnen und Franchisebewerber selbst einen Standort mitbringen.

Operations:

Der Operations-Bereich ist die Schnittstelle zwischen dem Head Office und den einzelnen Restaurants in Österreich. Das Hauptaugenmerk gilt der Einhaltung der QSS-Standards bzw. den operativen Abläufen in den Restaurants.

Die Betreuung der jeweiligen Restaurants vor Ort wird von sogenannten Consultants übernommen. Der/die verantwortlichen Consultant ist der/die direkte AnsprechpartnerIn der Franchisenehmerin oder des Franchisenehmers in allen Fragen, die den Betrieb des Restaurants betreffen und unterstützt sie oder ihn auch bei der Zusammenarbeit mit den anderen Fach-Departments.

Darüber hinaus kontrolliert der/die 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 sowie des gesamten McDonald's Systems.

National Operations & Equipment:

National Operations & Equipment befasst sich unter anderem mit der operativen Produktentwicklung, dem Festlegen der Qualitäts-, Service- und Sauberkeitsstandards und der Equipment Ausstattung in den Restaurants.

Franchising:

Das Department Franchising ist für die Auswahl der Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer und die Betreuung der Franchisebewerberinnen und Franchisebewerber in den verschiedenen Phasen des Auswahlprozesses zuständig. Außerdem ist das Department Franchising Ansprechpartner für alle Fragen, die mit den Beziehungen zwischen Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer sowie Franchisegeberinnen und Franchisegeber zu tun haben. Die wesentlichste Aufgabe liegt jedoch darin, die fortlaufende Partnerschaft zu pflegen.

Human Resources:

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Departments Human Resources unterstützen Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer beratend. Die Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer und ihr Restaurant Management werden über alle arbeitsrechtlichen, tariflichen und firmenrechtlichen Bestimmungen informiert und auf dem Laufenden gehalten. Informationen und Hilfsmittel für die Bereiche Personalrekrutierung, -führung und -entwicklung stehen zur Verfügung.

Training:

Dieses Department organisiert die Aus- und Weiterbildung der Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer sowie deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Schulungen werden in McDonald's eigenen Trainingszentren durchgeführt, die nach dem Vorbild der berühmten Hamburger University in den USA gestaltet sind.

Die Aus- und Weiterbildung ist eine Verpflichtung der Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer und wird von McDonald's im Rahmen des Franchisevertrags kostenlos durchgeführt.



McDonald's legt viel Wert auf das Training seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Supply Chain & Quality Assurance:

McDonald's stellt selbst keine Produkte her. Wir kaufen bei renommierten Lieferantinnen und Lieferanten 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 dieses Departments, die besten Produkte zu den günstigsten Preisen zu beschaffen.

Die Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer 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 den Franchisenehmerinnen und Franchisenehmern in gleicher Weise zugute.

Durch ständige Qualitätskontrollen wacht das Department darüber, dass die festgelegten Qualitätsstandards von unseren unabhängigen Lieferantinnen und Lieferanten eingehalten werden.

Franchise Controlling:

Das Department Franchise Controlling errechnet mit Hilfe des Departments Development & Expansion die Konditionen für neue Restaurants, um die Basis für einen wirtschaftlichen Erfolg zu schaffen. Darüber hinaus beraten sie die Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer bei der Entwicklung ihrer Betriebsabrechnung und unterstützen sie bei der Analyse ihrer Finanzdaten.

Alle genannten Fach-Departments liefern unseren Franchisenehmerinnen und Franchisenehmern unter anderem das Handwerkszeug, das hilft, um das Restaurant zu führen.

Allem voran steht aber die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit den Franchisenehmerinnen und Franchisenehmern. In unseren regelmäßigen Meetings wird Know-How ausgetauscht und eine ehrliche und offene Kommunikation findet statt. So gesehen können unsere Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer auf die Entwicklung von einer der wertvollsten Marken der Welt – McDonald's – Einfluss nehmen.

MACHHALTIGKEIT– WEIL NUR REDEN NICHT REICHT

Als starke internationale Marke und zugleich tief in Österreich verwurzelt Unternehmen nimmt McDonald's seit vielen Jahren seine gesellschaftliche, ökologische und ökonomische Verantwortung wahr. So stammen die für das gesamte Produktsortiment verwendeten Rohstoffe zu rund 70 Prozent aus Österreich. Damit ist McDonald's der größte Gastronomie-Partner der österreichischen Landwirtschaft. Umweltschutz ist McDonald's ein zentrales Anliegen: Bereits jetzt bestehen die Verpackungen zu 70 Prozent aus Papier und Karton und 90 Prozent des Abfalls werden recycelt. Weitere Informationen zum bisher Erreichten und den Zielen bis 2025 finden Sie unter www.machhaltigkeit.at.

WAS EINE FRANCHISENEHMERIN ODER EIN FRANCHISENEHMER MITBRINGEN SOLLTE

Es kommt immer wieder vor, dass bestehende Franchisepartnerinnen und Franchisepartner sich zur Ruhe setzen und ihre Restaurants, mit Zustimmung von McDonald's, im Rahmen einer Nachfolgeregelung veräußern möchten. Der Kaufpreis eines Restaurants richtet sich nach dem sogenannten „Fair Market Value“ (Marktwert) und kann je nach Lage des Restaurants mehrere



Millionen Euro betragen. In der Regel übernehmen Franchisepartnerinnen und Franchisepartner bei ihrem Einstieg immer nur ein Restaurant. Gemäß der McDonald's Eigenkapitalanforderungen müssen die Franchisebewerberinnen und Franchisebewerber über mindestens 25% frei verfügbares, nicht gegenüber Dritten belastetes Eigenkapital des Restaurantkaufpreises verfügen, also mindestens zwischen 300.000 € und 500.000 €.

Unternehmerische Qualitäten, die Fähigkeit und Erfahrung im Umgang mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie kundenorientiertes Handeln sind Qualifikationen, die McDonald's von seinen künftigen Partnerinnen und Partnern erwartet. Unabhängig von der Branche, in welcher die Franchisebewerberinnen und Franchisebewerber jetzt tätig sind und/oder ihrer Schulbildung, werden diese Fähigkeiten ihnen helfen, gemeinsam mit McDonald's erfolgreich zu sein.

Anforderungsprofil	Anmerkung
Mindestalter: 30 Jahre Abgeschlossene Schul- oder Berufsausbildung	Es kann nur eine Franchisebewerberin oder einen Franchisebewerber geben – sich gemeinsam mit einer anderen Person, einem Freund oder einer Freundin, Bekannten oder jetzigen Geschäftspartnerin oder Geschäftspartner selbständig zu machen ist ausgeschlossen.
Führungszeugnis Mindestens 10 Jahre Berufserfahrung, davon 5 Jahre in einer Führungs- bzw. Leitungsfunktion, oder als selbstständige Unternehmerin oder Unternehmer. Führung von Teams, die aus mehr als 10 Personen besteht/bestanden Nachweis von Geschäftserfolg	Erfahrungen in Personalführung bzw. Personalverantwortung sowie in Kostenmanagement im bisherigen Berufsleben sind notwendig.
Unternehmergeist & Kundenorientierung Bereitschaft zur persönlichen, direkten Restaurantführung unter Verzicht auf jede andere berufliche Aktivität	Eine Bewerbung macht keinen Sinn, wenn ... der/die FranchisebewerberIn nicht bereit ist, auch unternehmerische Risiken zu tragen. ... der/die FranchisebewerberIn lediglich eine Kapitalanlage sucht, aber nicht bereit



	<p>ist, sich persönlich um das Restaurant oder die Restaurants, die MitarbeiterInnen und um die Kontaktpflege zur jeweiligen örtlichen Geschäftswelt, zu Behörden und Vereinen zu kümmern.</p> <p>... der/die FranchisebewerberIn glaubt, dass es ausreicht, sich der erfolgreichen Marke McDonald's anzuschließen, ohne dass eigene Leistungsbereitschaft, Kreativität, sowie unternehmerisches Denken und Handeln erforderlich wären.</p>
<p>Geographische Flexibilität (Bereitschaft den Wohnort zu wechseln)</p>	<p>Wenn ein Umzug für die Franchisebewerberinnen und Franchisebewerber nicht in Frage kommt, weil sie ihren derzeitigen Wohnort nicht wechseln möchten, macht eine Bewerbung keinen Sinn.</p>
<p>Bereitschaft, ein langfristiges Vertragsverhältnis einzugehen</p>	<p>Die Möglichkeit, dass der/die FranchisebewerberIn ein McDonald's Restaurant nur für 3-5 Jahre betreibt, bevor er oder sie sich zur Ruhe setzt, ist nicht möglich.</p>
<p>Bereitschaft, ein umfangreiches FranchisenehmerInnen- Ausbildungsprogramm zu absolvieren, wobei der zeitliche Ablauf individuell vereinbart wird</p>	



DER EINSTIEG ALS FRANCHISENEHMERIN ODER FRANCHISE-NEHMER

Durch persönliche Gespräche lernt man einander am besten kennen. Besteht nach dem ersten Gespräch ein beiderseitiges Interesse, werden die Kandidatinnen und Kandidaten zu einem kurzen Schnuppertraining in ein Restaurant eingeladen. Sie sammeln dabei praktische Erfahrungen in allen wichtigen Bereichen und können feststellen, ob ihr Vorhaben für sie wirklich das richtige ist.

Gleichzeitig weiß McDonald's nach dieser Phase etwas mehr über sie. Im Anschluss daran findet eine Reihe weiterer Gespräche statt.

Die Trainingsphase

Durch das anschließende 9 bis 12 Monate dauernde Training werden die potentiellen Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer durch erfahrene Restaurant Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geführt und betreut. Hier erfahren sie alles über erfolgreiches Restaurant Management.

Je nach zeitlicher Verfügbarkeit der Franchise кандидатinnen und Franchise kandidatens, kann die erste Phase von etwa vier bis sechs Monaten auch im Teilzeittraining von etwa 20 bis 25 Wochenstunden absolviert werden. Das Teilzeittraining kann parallel zu ihrer derzeitigen Beschäftigung stattfinden. Darauf folgt das Vollzeittraining mit 40 Stunden pro Woche. Es kann aber auch schon zu Beginn der Ausbildung mit dem Vollzeittraining gestartet werden. Den Großteil der Zeit verbringen die Kandidatinnen und Kandidaten im Restaurant, um praxisnahe Erfahrungen zu sammeln.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Absolvierung einer Reihe von Theoriekursen. Die Aus- und Weiterbildung ist eine Verpflichtung der Franchisenehmerin oder des Franchisenehmers und wird von McDonald's im Rahmen des Franchisevertrags kostenlos durchgeführt.

Die Maßnahmen zur Unternehmensgründung

Im Laufe des Trainings erhalten die Kandidatinnen und Kandidaten einen konkreten Vorschlag über ihren zukünftigen Restaurantstandort. Nehmen sie den Vorschlag an, wird mit der Vorbereitung der unternehmensgründenden Maßnahmen begonnen.

DIE RESTAURANTFINANZIERUNG

McDonald's akquiriert neue Standorte durch das Department Development & Expansion und trägt die Kosten für Erschließung und Bau eines Restaurants.

Es sei ausdrücklich erwähnt, dass sich McDonald's die Standortwahl ausschließlich selbst vorbehält. Es ist daher nicht möglich, dass eine Franchisebewerberin oder ein Franchisebewerber



selbst einen Standort mitbringt.

Für die Franchisenehmerin oder den Franchisenehmer gilt es, die Restaurantausstattung, Werbeeinrichtung sowie bestimmte Teile der Außenanlage (bei McDrive Restaurants) zu finanzieren.

Einmalige Kosten

Die Kosten eines neuen Restaurants richten sich nach dem jeweiligen Standort und betragen je nach Lage des Restaurants ab 1.000.000 €. Diese Kosten betreffen nur die Restaurantausstattung.

Monatliche Kosten

▪ Standortkosten

McDonald's stellt den Standort zur Verfügung und trägt die Kosten für die Errichtung des Gebäudes oder den Umbau eines bestehenden Ladenlokals in ein McDonald's Restaurant, bis auf die oben genannten, von der Franchisenehmerin oder vom Franchisenehmer zu bezahlenden Einbauten. Dafür berechnet McDonald's eine Prozentpacht vom Umsatz.

▪ 5% Franchisegebühr

Die laufende Franchisegebühr beträgt 5% vom Umsatz. Sie wird aufgrund von verschiedenen Leistungen des Franchisegebers oder der Franchisegeberin (Zurverfügungstellung von Marke, Know-how, Systemdienstleistungen) gegenüber der Franchisenehmerin oder dem Franchisenehmer erhoben.

▪ 5% Werbung

4,5% vom Umsatz kommen in den McDonald's Werbefond, über dessen Verwendung von den Franchisenehmerinnen und Franchisenehmern und McDonald's gemeinsam entschieden wird. 0,5% sind als Mindestausgabe für lokale Marketingaktivitäten gedacht.

DIE DEVISE: GLOBAL DENKEN – LOKAL HANDELN

Global denken und lokal handeln heißt die Devise bei McDonald's. Deshalb ist die größte Restaurantkette der Welt das Musterbeispiel eines superlokal agierenden Unternehmens. Und hier liegt auch die Basis des Erfolgs von McDonald's.

Zu den tragenden Säulen dieses Erfolgs gehören vor allem die Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer. Jedes Restaurant hat den Status eines eigenständigen regionalen Unternehmens.

Die Regionalisierung beginnt dort, wo lokale Bedürfnisse zu berücksichtigen sind. Vor Ort muss und kann jede Franchisenehmerin oder jeder Franchisenehmer flexibel, kreativ und schnell



handeln. Ihr oder ihm und ihrem oder seinem Team im Restaurant stehen alle Möglichkeiten offen, einen eigenen, lokalen Kundenstamm aufzubauen und zu vergrößern. Diese Herausforderung ist zugleich auch die Chance für jede Franchisenehmerin und jeden Franchisenehmer bei McDonald's.

Es freut uns, dass Sie sich die Zeit genommen haben bis hierher zu lesen. Wie Sie merken ist McDonald's ein Unternehmen mit dem man gemeinsam erfolgreich sein kann.

Auf Wiedersehen bei McDonald's!



KONTAKT UND BEWERBUNG

McDonald's Franchise GmbH
Campus 21, Liebermannstraße A01601
A-2345 Brunn/Gebirge

Tel: 02236 / 3070 - 6471

Wenn wir Ihr Interesse geweckt haben und Sie alle oben genannten Voraussetzungen erfüllen, freuen wir uns über die Zusendung Ihrer aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen inkl. Motivations-schreiben, Lebenslauf und Foto per E-Mail an franchising@at.mcd.com oder per Post an unsere Anschrift.

[>> Bewerbungsbogen](#)