



# **Willkommen bei McDonald's Österreich**

## **Die Franchisepartnerschaft**

Stand 2017



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 15.4.1955 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 Franchisenehmer und Franchisegeber geprägt war. Dieser Grundeinstellung und diesem Modell blieb McDonald's bis heute treu. 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 Mitarbeiter. Und 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 Franchisenehmer wurden gewonnen. Mit ihnen zusammen und durch ihr unternehmerisches Engagement wurde die Basis für die Stabilisierung des Erfolges geschaffen.

Heute gehört Österreich zu den erfolgreichsten Ländern in der weltweiten McDonald's Familie.



Nicht alle Restaurants hierzulande gehören dem McDonald's Konzern. Heute werden über 94 Prozent der über 190 Restaurants in Österreich von selbständigen, mittelständischen Unternehmern im Franchisemodell betrieben.

Ein Modell, bei dem beide Seiten voneinander profitieren: Denn der Franchisenehmer bekommt als selbständiger 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 verpflichtet er sich, die Standards des Franchisegebers zu erfüllen, z.B. die strikte Einhaltung von Qualitätsnormen und Maßnahmen zum Umweltschutz.

McDonald's steht seinen 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.



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 Partner zusammen.

### **McDonald's Österreich:**

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

### **Die McDonald's Franchisenehmer:**

Die Partnerschaft ist ein von beiden Seiten aktives System. Für die Franchisenehmer bedeutet dies, dass sie sich voll auf den Ausbau ihrer Märkte konzentrieren können. Denn Franchisenehmer sind dezentral agierende, selbständige 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 des selbstständigen Unternehmers vor Ort, der sich auf die Dienstleistungen von McDonald's Österreich und seiner Lieferanten stützen kann, ist der entscheidende Stabilitätsfaktor, auch in Zeiten schwacher Konjunkturphasen.

### **Die McDonald's Lieferanten:**

Typisch für das McDonald's-System ist, dass McDonald's keine eigenen Produktionsstätten besitzt. Die McDonald's Lieferanten sind nicht nur Zulieferer, sondern anerkannte Partner. McDonald's legt großen Wert auf langfristige Zusammenarbeit.

Nur so kann zwischen den Partnern ein Vertrauensverhältnis entstehen, das der beste Garant für gleichbleibend hohe Qualität ist. Ganz im Sinne der Verpflichtung zu QSS&P – Qualität, Service, Sauberkeit und Preiswürdigkeit.

## **WAS McDONALD'S ÖSTERREICH SEINEN FRANCHISENEHMERN BIETET**



Mit dem Franchisevertrag wird dem Franchisenehmer 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, wird er 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 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. Sie 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 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 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 ein Franchisebewerber selbst einen Standort mitbringt.



### **Environment:**

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 den anderen Departments sowie externen Experten werden die Konzepte umgesetzt.

### **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 verantwortliche Consultant ist der direkte Ansprechpartner des Franchisenehmers in allen Fragen, die den Betrieb des Restaurants betreffen und unterstützt ihn auch bei der Zusammenarbeit mit den anderen Fach-Departments.

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

### **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 berät sie den Franchisenehmer bei der Entwicklung seiner Betriebsabrechnung und unterstützt ihn bei der Analyse seiner Finanzdaten.



### **Human Resources:**

Die Mitarbeiter des Departments Human Resources unterstützen Franchisenehmer beratend. Der Franchisenehmer und sein 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.

### **Supply Chain & Quality Assurance:**

McDonald's stellt selbst keine Produkte her. Wir kaufen bei renommierten 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 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 dem Franchisenehmer in gleicher Weise zugute.

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

### **Training:**

Dieses Department organisiert die Aus- und Weiterbildung der Franchisenehmer und deren 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 des Franchisenehmers und wird von McDonald's im Rahmen des Franchisevertrags kostenlos durchgeführt.

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

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

## WAS EIN FRANCHISENEHMER MITBRINGEN SOLLTE



Es kommt immer wieder vor, dass bestehende Franchisepartner sich zur Ruhe setzen und ihre Restaurants, mit Zustimmung von McDonald's, im Rahmen einer Nachfolgeregelung veräußern möchten. In diesem Fall können gleichzeitig 2-3 Restaurants zur Übernahme anstehen. Der Kaufpreis der Restaurants richtet sich nach dem sogenannten „Fair Market Value“ (Marktwert) und kann je nach Lage der Restaurants mehrere Millionen Euro betragen. In der Regel jedoch übernimmt ein neuer Franchisepartner bei seinem Einstieg meist ein bestehendes Restaurant. Gemäß der McDonald's Eigenkapitalanforderungen muss der Franchise-Bewerber über mindestens 25% frei verfügbares, nicht gegenüber Dritten belastetes Eigenkapital, also mindestens zwischen 250.000 € und 500.000 € pro Restaurant, verfügen.

Unternehmerische Qualitäten, die Fähigkeit und Erfahrung im Umgang mit Mitarbeitern sowie kundenorientiertes Handeln sind Qualifikationen, die McDonald's sich bei künftigen Partnern vorstellt. Unabhängig von der Branche, in welcher der Franchisebewerber jetzt tätig ist und/oder seiner Schulbildung, werden diese Fähigkeiten ihm helfen, gemeinsam mit McDonald's erfolgreich zu sein.

### **McDonald's sucht daher Franchisenehmer, die folgende Eigenschaften besitzen:**

- Unternehmergeist & Kundenorientierung
- Kaufmännische Erfahrung, insbesondere im Bereich Kostenmanagement und Marketing
- Führungsqualitäten
- Bereitschaft zur persönlichen, direkten Restaurantführung unter Verzicht auf jede andere berufliche Aktivität
- Geographische Flexibilität (Bereitschaft, den Wohnort zu wechseln)
- Bereitschaft, ein langfristiges Vertragsverhältnis einzugehen
- Bereitschaft, ein umfangreiches Franchisenehmer-Ausbildungsprogramm zu absolvieren, wobei der zeitliche Ablauf individuell vereinbart wird
- Möglichkeit, die finanziellen Voraussetzungen aus eigenen Mitteln entsprechend den Richtlinien von McDonald's zu erfüllen





**Eine Bewerbung macht keinen Sinn, wenn:**

1. ... der Franchisebewerber lediglich eine Kapitalanlage sucht, aber nicht bereit ist, sich persönlich um das Restaurant oder die Restaurants, die Mitarbeiter und um die Kontaktpflege zur jeweiligen örtlichen Geschäftswelt, zu Behörden und Vereinen zu kümmern.
2. ... der Franchisebewerber glaubt, dass es ausreicht, sich der erfolgreichen Marke McDonald's anzuschließen, ohne dass Ihre Leistungsbereitschaft, Ihre Kreativität, Ihr unternehmerisches Denken und Handeln erforderlich wären.
3. ... der Franchisebewerber die Eigenkapitalanforderung von mindestens 250.000 € nicht vollständig aus eigenen Mitteln erfüllen kann.
4. ... ein Umzug für den Franchisebewerber nicht in Frage kommt, weil er seinen derzeitigen Wohnort nicht wechseln möchte.
5. ... der Franchisebewerber in seinem bisherigen Berufsleben keine Erfahrungen in Personalführung bzw. Personalverantwortung hatte.
6. ... der Franchisebewerber in seinem bisherigen Berufsleben keine praktischen Erfahrungen und Verantwortung im Bereich Kostenmanagement hatte.
7. ... der Franchisebewerber plant, sich gemeinsam mit einer anderen Person, einem Freund, Bekannten oder jetzigen Geschäftspartner selbständig zu machen – es kann nur einen Vertragspartner geben.
8. ... der Franchisebewerber ein McDonald's Restaurant nur für 3-5 Jahre betreiben möchte, bevor er sich zur Ruhe setzt.
9. ... der Franchisebewerber nicht bereit ist, auch unternehmerische Risiken zu tragen.



Durch persönliche Gespräche lernt man einander am besten kennen. Besteht nach dem ersten Gespräch ein beiderseitiges Interesse, wird der Kandidat zu einem kurzen Schnuppertraining in ein Restaurant eingeladen. Er sammelt dabei praktische Erfahrungen in allen wichtigen Bereichen und kann feststellen, ob sein Vorhaben für ihn wirklich das richtige ist.

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

### **Die Trainingsphase**

Durch das anschließende 9 bis 12 Monate dauernde Training wird der potentielle Franchisenehmer von erfahrenen Restaurant Mitarbeitern geführt und betreut. Hier erfährt er alles über erfolgreiches Restaurant Management.

Je nach zeitlicher Verfügbarkeit eines Franchise Kandidaten, kann die erste Phase von etwa vier bis sechs Monaten auch im Teilzeitraining von etwa 20 bis 25 Wochenstunden absolviert werden. Das Teilzeitraining kann parallel zu seiner derzeitigen Beschäftigung stattfinden. Darauf folgt das Vollzeitraining mit 40 Stunden pro Woche. Es kann aber auch schon zu Beginn der Ausbildung mit dem Vollzeitraining gestartet werden. Den Großteil der Zeit verbringt der Kandidat im Restaurant, um praxisnahe Erfahrungen zu sammeln.

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

### **Die Maßnahmen zur Unternehmensgründung**

Im Laufe des Trainings erhält der Kandidat einen konkreten Vorschlag über seinen zukünftigen Restaurantstandort. Nimmt er den Vorschlag an, wird mit der Vorbereitung der unternehmensgründenden Maßnahmen begonnen.

Der Kandidat unternimmt die ersten Schritte in seinem zukünftigen Markt. Das rekrutierte Personal wird geschult, ein Steuerberater engagiert.



## 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 ein Franchisebewerber selbst einen Standort mitbringt.

Für den Franchisenehmer gilt es, die Restauraustattung, 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 € 800.000,--. Diese Kosten betreffen nur die Restauraustattung.

Gemäß unserer Eigenkapitalanforderungen müsste der Franchisebewerber im Falle eines neu eröffneten Standort über mindesten 40% frei verfügbares, nicht gegenüber Dritten belastetes Eigenkapital, verfügen.

### **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, 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 (Zurverfügungstellung von Marke, Know-how, Systemdienstleistungen) gegenüber dem Franchisenehmer erhoben.

- 5% Werbung

4,5% vom Umsatz kommen in den McDonald's Werbefond, über dessen Verwendung von den 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 Franchisenehmer. Allein in Österreich werden über 94% aller Restaurants von unabhängigen Franchisenehmern betrieben. Jedes dieser Restaurants hat den Status eines eigenständigen regionalen Unternehmens.

Die Regionalisierung beginnt dort, wo lokale Bedürfnisse zu berücksichtigen sind. Vor Ort muss und kann jeder Franchisenehmer flexibel, kreativ und schnell handeln. Ihm und seinem Team im Restaurant stehen alle Möglichkeiten offen, einen eigenen, lokalen Kundenstamm aufzubauen und zu vergrößern. Diese Herausforderung ist zugleich auch die Chance für 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. Lebenslauf und Foto per E-Mail an [franchising@at.mcd.com](mailto:franchising@at.mcd.com) oder per Post an unsere Anschrift.

>> Bewerbungsbogen

*Anmerkung: Aus Gründen der Lesbarkeit haben wir im Text die männliche Bezeichnung verwendet. Es sind jedoch in allen Passagen beide Geschlechter gemeint.*