



MCDONALD'S: MIT DEM RICHTIGEN DRIVE AUF EXPANSIONSKURS

McDonald's Deutschland ist für die Entwicklung seines Geschäftes und das seiner Franchise-nehmenden kontinuierlich auf der Suche nach Standorten mit herausragendem Gäste- und Umsatzpotenzial. Die besten Locations für neue Restaurants der Burger-Kette aus einer Fülle von Angeboten zu finden, ist jedoch nicht trivial. Da die Filialnetz-Expansion mit hohen Kosten verbunden ist, müssen Standort-Entscheidungen sitzen, da Fehler sonst schnell sehr teuer werden.

„Wir können heute auf Basis von Daten ziemlich genau sagen, wie viel Umsatz und wie viele Gäste wir uns an einem Standort zutrauen“, erläutert Andreas Weber, Head of Real Estate bei McDonald's Deutschland. Seit Anfang 2021 arbeitet McDonald's mit der Analyse-Plattform von Targomo. Diese berechnet das Gästepotenzial für Standorte auf Basis demographischer Daten und der Frequenz zu typischen Essenszeiten sowie der Analyse der Fahrzeiten, die Menschen in Kauf nehmen, um zu einem McDonald's Restaurant zu kommen. Bei der Prognose für jeden neuen Standort werden darüber hinaus Parallelen zu den entsprechenden Werten der bestehenden Restaurants gezogen, um eine exzellente Prognose-Qualität zu erreichen. Dafür wurde das selbstlernende Analyse-Tool des Berliner Start-ups mit dem Datenschatz der rund 1.450 deutschen Bestands-Restaurants des Quick-Service-Franchisers trainiert. McDonald's kann so auf Knopfdruck prognostizieren, wie erfolgreich das Business an potenziellen neuen Locations sein wird.

Für das Expansions-Team von McDonald's ist es elementar wichtig, mit der Bewertung des Gäste- und Umsatzpotenzials bei einer Vielzahl von Standort-Angeboten schnell voranzukommen. Vorprüfungen dürfen nicht viel Zeit und Geld kosten, zumal die Real Estate-Verantwortlichen der Burger-Kette fortwährend zahlreiche Immobilien- und Grundstücks-Angebote bewerten müssen.

Eine Vielzahl von Offerten, die McDonald's erreichen, bleiben unberücksichtigt, da weder die verfügbare

Fläche noch die Umfeld-Bebauung passen. Bevorzugt bleiben Angebote an Hochfrequenz-Standorten für automobilen Traffic im Rennen, die sich für Drive-Restaurants eignen. Aber auch herausragende Innenstadtlagen sind für den Burger-Spezialisten interessant. „Targomo generiert für uns aussagekräftige Prognosen für potenzielle Restaurants sofort. Aufgrund der Ergebnisse filtern wir

die Standorte raus, die wir weiterverfolgen. Das ist eine sehr komfortable Situation für uns“, freut sich Andreas Weber. „Erst wenn das erreichbare Umsatzpotenzial geklärt ist, kümmern wir uns um Fragen wie die der Bebaubarkeit, der Bodenbeschaffenheit oder der verkehrlichen Erschließung“, ergänzt Weber.

„Targomo generiert für uns aussagekräftige Prognosen für potenzielle Restaurants sofort.“

Ob auch die Mikrofaktoren an vielversprechenden Standorten passen, überprüft McDonald's regelmäßig vor Ort. Jedes Restaurant sollte exzellent angeschlossen und bequem mit dem Auto, zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreichbar sein. Auch Platz für genügend Parkflächen sollte auf dem Grundstück vorhanden sein. Für den Quick-Service-Restaurant-Betreiber ist die Sichtbarkeit von der Hauptstraße ganz wichtig. Ist diese gegeben, darf das Restaurant auch von einer Seitenstraße anfahrbar sein. „Impuls-Kunden sind für unser Geschäft sehr wichtig. Sie müssen uns auf jeden Fall rechtzeitig sehen, bevor sie am Restaurant vorbei gefahren sind. Dies gilt ganz besonders für unsere Autobahnstandorte“ erklärt der Expansionschef. Es ist für McDonald's auch deswegen so wichtig, schnell aussagekräftige, datenbasierte Prognosen zu haben, weil es an den attraktiven Standorten einen intensiven Wettbewerb um knapp verfügbare Flächen gibt. Das beeinflusst



nicht nur die Preise, sondern verlangt auch schnelles Handeln. McDonald's kann gegenüber Vermietern durch Kontinuität und Verlässlichkeit als sicherer, langfristiger Geschäftspartner überzeugen.

„Wir stehen aber beispielsweise auch mit neuen Anbietern wie Stromladeparks für die Elektromobilität im Wettbewerb um geeignete Standorte. Wenn man den Zuschlag will, sollte man zügig mit einem marktgerechten Angebot am Start sein“, erläutert Andreas Weber.

Die Frage, wie gut Targomos Prognose-Portal für McDonald's arbeitet, konnte im Realitätscheck gezeigt werden: Das erste auf Basis der Prognosen des Berliner Spezialisten geplante Burger-Restaurant wurde vor ein paar Wochen eröffnet. „Die Umsätze aus den ersten Wochen im Live-Betrieb sehen sehr vielversprechend aus“, berichtet Andreas Weber. „Wir schauen uns aber die Entwicklung eines neuen Restaurants immer für ein volles Jahr an, um valide Zahlen zu bekommen. Erst danach können wir erkennen, mit welcher Genauigkeit ein System arbeitet, indem wir die Ist-Daten mit den Prognosen ins Verhältnis setzen“ und ergänzt: „Nach dem, was ich heute schon sehen kann, bin ich sehr optimistisch“.

McDonald's nutzt auch die White Spot Analyse der Prognose-Plattform von Targomo für seine Expansionsplanung, welche Potenziale in Gebieten aufzeigt, die mit den bestehenden Locations nicht,

oder nur unzureichend erreicht werden. Mit dieser Betrachtung identifiziert der Gastronomie-Filialist die Lücken in seinem Restaurant-Netz und versucht, sie zu schließen. „Targomos White Spot Analyse bildet eine wichtige Grundlage für unsere Expansionsarbeit. Wir suchen konsequent in diesen Gebieten nach neuen Standorten und analysieren sehr genau, ob das, was aus den Daten abgeleitet werden kann, auch in der Praxis umsetzbar ist“, erklärt Weber.

„Targomos White Spot Analyse bildet eine wichtige Grundlage für unsere Expansionsarbeit.“

Alle Prüfungs- und Entscheidungs-Prozesse für Standorte laufen bis hin zur vertraglichen Sicherung des Standorts zu 100 Prozent bei McDonald's als Company. In den meisten Fällen wird das Restaurant dann an Franchise-Partner weiterver-

pachtet, in Einzelfällen aber auch als Company-Restaurant betrieben. Unabhängig von der Betreiberfrage bilden tragfähige Prognose-Daten die Grundlage aller Standort-Entscheidungen. „Die Arbeit mit Targomo zahlt sich für uns aus“, erklärt Andreas Weber und ergänzt „Ich schätze insbesondere auch die intuitive Benutzer-Oberfläche von Targomo, die uns die tägliche Arbeit enorm erleichtert.“



Interview-Partner: Andreas Weber
Head of Real Estate bei McDonald's Deutschland