

Big Mac big im Plus

Dank McMenüs und neuer Services stieg der Umsatz von McDonald's Österreich um acht Prozent auf 674 Mio. Euro.



Isabelle Kuster hat McMenüs wieder eingeführt und damit den Erlös gepusht.

WIEN. Die Wiederkehr des McMenüs hat McDonald's Österreich einen Push im Erlös von acht Prozent gebracht. Die Fastfoodkette setzte 2018 rund 674 Mio. € um (2017: 622 Mio. €). Für das laufende Jahr verortet Österreich-Chefin Isabelle Kuster den Big Mac-Horizont bei rd. 700 Mio. €.

Die klassischen McMenüs waren 2016 abgeschafft worden. „Als ich in Österreich 2017 angekommen bin, gab es kein Menü“, bestätigt Kuster. „Wir hatten ein großes Meeting mit unseren Franchisenehmern und ich habe gesagt: ‚Ich brauche nicht zu wissen, warum Sie kein Menü haben, aber ich kenne kein Restaurant ohne Menü.‘“

Weiterer Umsatztreiber sei der neue App-basierte Bonusclub myMcDonald's gewesen. Die Kunden seien durch Aktionen und Geschenke öfter gekommen.

Konstante Filialzahl

Gewinnzahlen gibt der US-Konzern auf Länderebene nicht bekannt. Die Zahl der Filialen in Österreich blieb konstant. Die Kette beschäftigt über 45 Franchisenehmer derzeit rund 9.600 Mitarbeiter in 194 Restaurants. Neue Standorte sieht

sich McDonald's im Kontext mit der Insolvenz der Autobahnraststättenkette Rosenberger an. Da aber Rosenberger als Ganzes verkauft werden soll, sei man nicht in Gesprächen oder Verhandlungen mit dem Masseverwalter, sagte Kuster.

Big Mac kommt nach Hause

Konkrete Pläne für 2019 hat McDonald's im Produktbereich: Das Tischservice soll auf fast alle Restaurants ausgerollt werden, und die Hauszustellung McDelivery startet nach Wien, Graz, Linz und Wiener Neustadt in weiteren Landeshauptstädten.

Schon in den nächsten Wochen wirft McDonald's die ersten „Signature Collection Burger“ der neuen Premiumreihe auf den Grill. Mit 180 g Rindfleisch stellt sich McDonald's der Konkurrenz der vielen kleinen Burgerlokale. Ein medium gebratener Burger bleibt bei McDonald's aber tabu.

McDonald's bezieht sein Rindfleisch zur Gänze von heimischen Bauern; Partner ist dabei der internationale Fleischverarbeiter OSI, mit Sitz in Enns in Oberösterreich. Hühnerfleisch für Chicken Nuggets und Co. kommt hingegen aus Deutschland und Ungarn. (red)

Billa baut auf Legosteine

Ostern-Treuepromotion mit gesamt acht Lego-Sets.

WIENER NEUDORF. Zeitgerecht bereitet Billa für den Osterhasen das Nest und startet mit einer Lego-Treuepromotion: Ab 28. Februar haben (auch weniger) fleißige Sammler neun Wochen lang Zeit, um beim Einkaufen Punkte zu sammeln.

Die sollten dann bis zum 17. April gegen ein Lego-Set in allen Filialen und auch im Billa Online Shop zum Sonderpreis ein-

getauscht werden. Für 5 € gibt es einen Punkt und mit 20 Punkten und einem Aufpreis von 9,99 € kann beispielsweise der Lego Duplo Bauernmarkt erworben werden.

Zur Auswahl stehen insgesamt acht Lego-Sets und eine Aufbewahrungsbox für Kinder von zwei bis 16 Jahren, rustikal vom Bauernhof bis bohemienhaft im Künstlercafé. (red)



Fast schon Bio: Lego präsentiert mit Billa den Bauernmarkt fürs Osternest.