

GASTROTEL WEEKLY

## Erfolg durch Anpassung



Stilvolles Ambiente und authentische Gerichte sind für Carl's Jr. ein Schlüssel zum Erfolg / Foto: Carl's Jr.

Paul Pasco, Director of Franchise Operations, Europe bei Carl's Jr., einer US-amerikanischen Schnellrestaurantkette, gibt in einem Gastbeitrag fünf Tipps für das Franchising im QSR-Bereich (Quick Service Restaurant).

Verbraucher haben heute mehr Möglichkeiten denn je, ihr Essen zu genießen. Ob auswärts oder Take-away ? es gibt verschiedenste Restauranttypen und-konzepte und eine unglaubliche kulinarische Vielfalt. Die breite Auswahl im Gastrobereich ist entstanden, um die Nachfrage der Verbraucher zu erfüllen. Dies wiederum hat die Erwartungen steigen lassen. Der Kunde will vor allem eines: eine Vielzahl von Optionen.

Ob es um die Wahl des Restaurants, der Speisen, des Preises oder sogar des Bestellformats geht ? die Verbrauchernachfrage diktiert die Geschäftsentwicklung. Dies ist unabhängig davon, ob es sich um ein neues oder etabliertes Unternehmen handelt. Carl's Jr. ist über 80 Jahre alt und in mehr als 40 Ländern weltweit aktiv, doch beim Ausbau der Präsenz in Europa verfolgt die Marke den Ansatz eines Start-ups: Die QSR-Kette hört auf Kunden, Partner und Franchisenehmer, um den Genuss zu bieten, den sich die Verbraucher in einem Schnellrestaurant wünschen. Die Erfüllung der Kundenbedürfnisse steht bei der Marke an erster Stelle. Denn eines ist sicher: Um in der QSR-Kategorie erfolgreich zu sein, müssen Unternehmen die Verbraucherwünsche mit ihren Geschäftszielen in Einklang bringen.

Folgende fünf Punkte am Beispiel von Carl's Jr. gilt es bei der Umsetzung zu beachten:

1. Komfort

QSR vereinen schnellen Service mit sehr guten Speisen und sind die Wiege von

Convenience Food. Da Innovation weiterhin für die Branche wichtig ist, sollte sich Convenience nicht nur auf das Essen selbst, sondern auf das gesamte QSR-Erlebnis beziehen.

Der Schlüssel dazu ist die Integration von Technologie ausgehend von der Bestellart der Kunden. Von Dine-in über Drive-in bis hin zu Lieferservice muss eine Marke an den Orten präsent sein, an denen Kunden bedient werden wollen. Zudem sollten QSR-Betreiber Technologie einsetzen, um den Einkaufsprozess nahtlos zu gestalten.

Beispiel Dine-in: Die Bestellung an einem digitalen Terminal ist für Kunden bequem. Das Angebot einer schnellen Bestellmöglichkeit hilft, Warteschlangen zu vermeiden, was sich wiederum positiv auf den Umsatz auswirkt: Sinkt eine Warteschlange von mehr als zwei Personen, so steigt der potenzielle Umsatz um zehn Prozent. Daten zeigen darüber hinaus, dass QSR-Terminals die durchschnittlichen Ausgaben und die Anzahl der Transaktionen steigern. Die neuesten Zahlen der Restaurants von Carl's Jr. in Dänemark belegen, dass sich die Ausgaben bei Terminalbestellungen im Vergleich zu Schalterbestellungen im Mittel um fast 40 Prozent erhöhen. &nbsp;

## 2. Kosten

Mit der Pandemie hat sich die Verbrauchereinstellung zum Essengehen verändert. oder  
Telefon: +34 647552729 auch direkt kontaktiert werden.