



McDonald's setzt auf mehr Service

Nach Umbau kommt die Bestellung an den Platz — Burger selbst konfigurieren

VON ARMIN LEBERZAMMER

Nach zweiwöchiger Umbauphase präsentiert sich die McDonald's-Filiale in der Hans-Vogel-Straße nun als „Restaurant der Zukunft“ — vernetzt, digital, vor allem aber mit deutlich besserem Service, als man das von Fast-food-Ketten bislang gewohnt war.

FÜRTH – Schlange stehen war gestern, ab sofort wird bei McDonald's in Fürth am Tisch serviert. Wurde das Lokal in Unterfarnbach bereits im vergangenen Jahr mit neuem Design und Technologie runderneuert, war in den vergangenen Tagen nun jenes in der Hans-Vogel-Straße dran.

„Damit ist Fürth eine der ersten Städte, in denen es ausschließlich unsere Restaurants der Zukunft gibt“, erklärt Josef Neumair. Der 64-Jährige betreibt als Franchise-Nehmer neben den beiden Fürther noch drei Filialen in Nürnberg.

McDonald's verspricht seinen Gästen „ein völlig neues Restauranterlebnis.“ Die Bestellungen können künftig über sogenannte Kioske, großflächige Touchscreens, aufgegeben werden. „Für unsere Kunden ergeben sich dadurch deutlich mehr Möglichkeiten, Burger oder andere Produkte ganz

nach ihrem Geschmack zu individualisieren“, sagt Neumair. Zusätzlich Gurken, Zwiebel oder Fleisch? Kein Problem. Auf die gleiche Weise lassen sich auch Zutaten abbestellen.

Doch keine Sorge: Wer lieber bei einem menschlichen Mitarbeiter ordern möchte, dem steht auch künftig der Schalter zur Verfügung. Nur sind dort die Individualisierungen eingeschränkt. Bei beiden Methoden gleich ist der weitere Verlauf der Bestellung: Kein Warten mehr vor dem Tresen, sondern am Platz seiner Wahl. Mittels eines Bluetooth-Chips wird der Sitzplatz geortet, die frisch zubereiteten Speisen dann direkt an den Tisch gebracht.

Einen Schritt weiter

„Ich bin von diesem System überzeugt, weil es uns wieder einen Schritt weiter zu einem echten Burger-Restaurant bringt“, sagt Neumair und betont dabei das Wort Restaurant. Die Burger werden nicht mehr – wie in den vergangenen Jahrzehnten üblich – bevorratet und warm gehalten, sondern jeweils frisch gebraten. Somit können nun manche Frühstücksklassiker den ganzen Tag bestellt werden.

Das „Restaurant der Zukunft“ ist Teil eines Konzepts, mit dem der welt-

weit bekannte Burgerbrater verlorengegangene Marktanteile zurückgewinnen möchte. Besonders die sich großer Beliebtheit erfreuenden unabhängigen Burgerläden haben dem einst erfolgsverwöhnten Konzern zu schaffen gemacht.

450 000 Euro investiert

„Seit 2016 haben wir den Turn-around bei Gästezahl und Umsatz geschafft“, berichtet Neumair. Dies gelte für seine fünf Restaurants, die unter dem Dach der Sygast Dr. Neumair e.K. mit insgesamt rund 210 Mitarbeitern geführt werden, wie für McDonald's bundesweit. Dafür investieren beide Seiten – Franchise-Geber und -nehmer – ordentliche Summen. In der Hans-Vogel-Straße beziffert Neumair diese auf 450 000 Euro. Zwei Drittel davon seien in Küche und Technologie geflossen, der Rest in den neugestalteten Gastraum mit Platz für 140 Gäste.

Eine kleine Besonderheit, die nicht jeder McDonald's hat, ist das Dächlein über dem Bestellterminal am Drive-in-Schalter. „Es hat mich schon immer gestört, dass es bei Regen durch die offenen Scheiben regnet“, berichtet Neumair. In Fürth ist dieses Problem nun behoben.



Wer will, kann auch im neugestalteten McDonald's seine Bestellungen noch am „Counter“ aufgeben. Technikaffinen Kunden und solchen, die individuelle Bestellungen aufge-

ben wollen, ermöglichen Restaurantleiter Panna Thurairajah (2. von rechts), Franchise-Nehmer Josef Neumair (r.) und seine Mitarbeiter auch eine digitale Eingabe. F.: Leberzammer