

## Subway steht vor Markteintritt in der Ukraine

13.12.2011

Eine der größten Fastfood-Ketten kommt in die Ukraine – Subway. Wie dem **“Kommersant-Ukraine”** bekannt wurde, führt das Unternehmen bereits Gespräche mit potentiellen Partnern und die erste Einrichtung der Kette könnte bereits im Frühsommer des nächsten Jahres in Kiew eröffnet werden. Das ist bereits die dritte internationale Kette, die sich für die Ukraine interessiert – KFC und Burger King haben ebenfalls einen Markteintritt in der Ukraine in Aussicht gestellt.

Eine der größten Fastfood-Ketten kommt in die Ukraine – Subway. Wie dem **“Kommersant-Ukraine”** bekannt wurde, führt das Unternehmen bereits Gespräche mit potentiellen Partnern und die erste Einrichtung der Kette könnte bereits im Frühsommer des nächsten Jahres in Kiew eröffnet werden. Das ist bereits die dritte internationale Kette, die sich für die Ukraine interessiert – KFC und Burger King haben ebenfalls einen Markteintritt in der Ukraine in Aussicht gestellt.

Darüber, dass Subway Verhandlungen mit Kiewer Restaurants führt, berichteten dem **“Kommersant-Ukraine”** gleich mehrere Marktteilnehmer. Im Hauptbüro des Unternehmens wurde diese Information bestätigt. Subway hat bereits potentielle Franchise-Partner bestimmt, mit denen man Gespräche führt. „Wir suchen einen Partner, der etwa die Hälfte der gesamten Investitionssumme auf sich nehmen und die finanzielle Balance aufrechterhalten kann“, sagt die Pressesprecherin des Unternehmens, Alison Goldberg. Die erste Kiewer Einrichtung der Kette soll im II. oder III. Quartal des nächsten Jahres eröffnet werden.

Die potentiellen Partner und die Höhe der Investition legt Subway nicht offen. Jedoch benötigt der Franchisenehmer in Russland für die Eröffnung eines Restaurants 12.000\$ (ohne Mehrwertsteuer) und als Erstinvestition noch etwa 100-200.000\$ für die Ausstattung des Restaurants selbst, teilt das Unternehmen auf seiner russischen Website mit. Die Überweisung des Franchisenehmers liegen bei 8% des monatlichen Umsatzes (ohne Mehrwertsteuer). Die minimale Fläche liegt in einer Mall bei 30 m<sup>2</sup> und in einem Einzelrestaurant bei 100-120 m<sup>2</sup>.

Subway ist nach der Zahl der Einrichtungen die größte Kette der Welt (35.800 Restaurants) und hat dabei im letzten Jahr McDonald`s überholt. Tatsächlich belegt Subway dem Umsatz nach nur den vierten Platz – 15,2 Mrd. \$ im Jahr 2010 (zum Vergleich: McDonald`s – 24 Mrd. \$).

Subway wird im Unterschied zu McDonald`s nur per Franchising entwickelt. Das größte Wachstumstempo in Europa weist das Unternehmen in Russland auf, wo die Kette 1994 ihr Franchise eröffnet hat. Anfang November erreichte die Gesamtzahl der Subway-Punkte 286, wo McDonald`s bei 282 lag. In Russland begann sich die Kette innerhalb der letzten fünf Jahre aktiv zu entwickeln, betont der Direktor des russischen Consulting-Unternehmens Restcon, Andrej Petrakow. „Subway erweitert sich schnell dank der richtigen Marketingtechnik. Sie haben ein einträgliches und nicht teures Franchising und ein aktives Management“, fügt er hinzu. Allein im letzten Jahr eröffnete die Kette 95 neue Verkaufspunkte in Russland. Es ist bis 2015 geplant in diesem Land bis zu 1.300 Restaurants zu haben. „In Verbindung mit der Einfachheit der Zubereitung der Speisen – keinerlei Kochen oder Braten, können wir an der Mehrzahl der Plätze arbeiten, beginnend vom kleinen Eckchen im Kaufhaus und endend bei Flussschiffen“, betont Goldberg.

Subway ist unter den Konsumenten wegen der billigen belegten Brote beliebt, die man im Laufen essen kann, sagt Andrej Petrakow. Zudem werden ihre Produkte als gesunde, frische Nahrung positioniert, betont er. Übrigens ist man bei McDonald`s überzeugt davon, dass die Kommunikationsplattform gesundes Essen der Kette in der Ukraine nicht dabei helfen wird, McDonald`s zu überholen. „Gemäß unseren Untersuchungen nehmen die ukrainischen Verbraucher eben das Essen von McDonald`s als gesund und qualitativ hochwertig wahr“, betont der Leiter der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit bei McDonald`s in der Ukraine, Michail Schuranow.

Hauptproblem der Kette wird das Fehlen passender kommerzieller Plätze sein – das Konzept von Subway sieht die

Arbeit ausschließlich an Haltestellen vor, ist die Generaldirektorin der Consultingagentur „Restorannyj Consulting“, Olga Nassonowa, überzeugt. „Fastfood wird einträglich, wenn der vorbeigehende Menschenstrom 2.000 Personen in der Stunde übersteigt“, erläutert sie.

Ein anderes Problem für internationale Ketten könnte die instabile ökonomische Situation im Lande werden, sagt der Besitzer der Franchising-Kette Double Coffee in der Ukraine, Dmitrij Chartschenko. „Bis vor kurzem haben wir Gespräche mit der amerikanischen Red Lobster Kette geführt. Nach der Verhaftung von Ex-Ministerpräsidentin Timoschenko, als Europa damit begann seine Unzufriedenheit mit dem Vorgehen der ukrainischen Machthaber zu verkünden, entschied sich die Kette den Markteintritt in der Ukraine zu verschieben“, erzählte Chartschenko.

Nichtsdestotrotz hält man den Markt bei Subway für perspektivreich. „Wir haben eine spezielle Formel, nach der wir das Potential für die Franchiseentwicklung bewerten. Die Ukraine hat gute Ergebnisse gezeigt“, betont Goldberg. Den Einschätzungen von Olga Nassonowa nach ist der ukrainische Markt des unteren Preissegments (mittlere Rechnung bis 50 Hrywnja; ca. 4.8 €) bislang zu 60-65% gesättigt. „Die mittlere Besuchsrate für Fastfoods in Europa liegt bei etwa 6% des Menschenstroms, der am Verkaufspunkt vorbeigeht. In der Ukraine liegt dieser Wert bislang um einiges niedriger“, betont sie. Den Fastfood-Markt in Kiew schätzt Nassonowa auf 40-45 Mio. \$. Von diesen belegt McDonald`s etwa 30%. Den Markteintritt in der Ukraine haben ebenso die internationalen Ketten KFC und Burger King angekündigt.

**Maria Popowa, Jelena Sinizyna, Bogdan Kissil**

Quelle: [Kommersant-Ukraine](#)

Übersetzer: **Andreas Stein** — Wörter: 778

Namensnennung-Keine kommerzielle Nutzung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland Sie dürfen:

- das Werk vervielfältigen, verbreiten und öffentlich zugänglich machen
- Bearbeitungen des Werkes anfertigen

Zu den folgenden Bedingungen:

**Namensnennung.** Sie müssen den Namen des Autors/Rechteinhabers in der von ihm festgelegten Weise nennen (wodurch aber nicht der Eindruck entstehen darf, Sie oder die Nutzung des Werkes durch Sie würden entlohnt).

**Keine kommerzielle Nutzung.** Dieses Werk darf nicht für kommerzielle Zwecke verwendet werden.

**Weitergabe unter gleichen Bedingungen.** Wenn Sie dieses Werk bearbeiten oder in anderer Weise umgestalten, verändern oder als Grundlage für ein anderes Werk verwenden, dürfen Sie das neu entstandene Werk nur unter Verwendung von Lizenzbedingungen weitergeben, die mit denen dieses Lizenzvertrages identisch oder vergleichbar sind.

- Im Falle einer Verbreitung müssen Sie anderen die Lizenzbedingungen, unter welche dieses Werk fällt, mitteilen. Am Einfachsten ist es, einen Link auf diese Seite einzubinden.
- Jede der vorgenannten Bedingungen kann aufgehoben werden, sofern Sie die Einwilligung des Rechteinhabers dazu erhalten.
- Diese Lizenz lässt die Urheberpersönlichkeitsrechte unberührt.

**Haftungsausschluss**

Die Commons Deed ist kein Lizenzvertrag. Sie ist lediglich ein Referenztext, der den zugrundeliegenden Lizenzvertrag übersichtlich und in allgemeinverständlicher Sprache wiedergibt. Die Deed selbst entfaltet keine juristische Wirkung und erscheint im eigentlichen Lizenzvertrag nicht.

Creative Commons ist keine Rechtsanwalts-gesellschaft und leistet keine Rechtsberatung. Die Weitergabe und Verlinkung des Commons Deeds führt zu keinem Mandatsverhältnis.

Die gesetzlichen Schranken des Urheberrechts bleiben hiervon unberührt.

Die Commons Deed ist eine Zusammenfassung des Lizenzvertrags in allgemeinverständlicher Sprache.