



Erfolgsjahr 2017 – Subway® Deutschland auf Expansionskurs Gästezuwachs und gesteigerte Rentabilität schaffen außergewöhnliches Potenzial im Branchenvergleich / 2018 soll an Erfolge nahtlos anknüpfen

(Köln, den 02.02.2017) Subway® Deutschland – seit Jahren einer der erfolgreichsten Player im deutschen Fastfood-Markt – verbessert zum sechsten Mal in Folge die Zahlen des Vorjahres und bestätigt, dass das Konzept der Sandwichkette hierzulande voll aufgeht: 4,5 Prozent Umsatzwachstum, 16 Prozent Ertragswachstum und gesteigerte Rentabilität für Franchisenehmer durch 1,2 Prozent Gästezuwachs machen 2017 zum erfolgreichsten Jahr in der deutschen Unternehmensgeschichte. Strategische Partnerschaften legen zudem den Grundstein für eine erfolgreiche Weiterentwicklung.

41 Eröffnungen, 61 Franchiselizenzen und 29 neue Franchisepartner

Zahlen lügen nicht – im Gegenteil, die aktuelle Bilanz des beliebten Franchiseunternehmens belegt den Erfolg in Deutschland schwarz auf weiß. Dahinter stehen über 360 Franchisenehmer, die bundesweit rund 660 Subway® Restaurants betreiben, deren rund 7000 Mitarbeiter und ein konkurrenzloses Produkt. Allein im vergangenen Jahr sind insgesamt 41 neue attraktive Standorte hinzugekommen. Die Vergabe von 61 neuen Lizenzen und die Gewinnung 29 neuer Franchisenehmer geben einen vielversprechenden Ausblick auf die Restaurantentwicklung im kommenden Jahr.

Großes Potenzial für Unternehmer gegeben

Aber auch auf bestehenden Flächen konnte Subway® Deutschland im vergangenen Jahr einen Gästezuwachs verzeichnen. Im Vergleich zum gesamten QSR-Markt wuchsen die Gästezahlen von Subway® Deutschland im Jahr 2017 fünf Mal so schnell wie im Vorjahr (Quelle: NPD Group). Mit einem Gästeplus von 1,2 Prozent stieg die für die Franchisenehmer entscheidende Rentabilität der Restaurants nochmals deutlich an: seit 2014 konnte ein Rentabilitätswachstum von 72 Prozent erreicht werden. Eine Entwicklung, die wie bereits im Vorjahr im Branchenvergleich außergewöhnlich ist. Als in Deutschland etabliertes und wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen ist die Sandwichkette ein verlässlicher Partner für Franchiseinteressierte und bestehende Franchisepartner. Dies bestätigt auch die 2017 erhaltene Vollmitgliedschaft im Deutschen Franchiseverband.

Synergieeffekte nutzen durch strategische Kooperationspartner

Um das Geschäft in Deutschland weiter auszubauen und der Nachfrage nach den beliebten Sandwiches flächendeckend gerecht zu werden, setzt Subway® Deutschland seit vergangenem Jahr auch auf strategische Partnerschaften. Für kulinarische

Pressekontakt

Für Rückfragen: Martina Gruber

E-Mail: m.gruber@p8.eu

Mobil: +43 664 88624754



Tankstopps sorgt die Kooperation mit Shell. „Aufgrund der positiven Entwicklungen sind wir überzeugt, dass die Kombination aus Tanken und Sandwiches funktioniert. Unsere Sandwiches sind eine spannende Alternative im gastronomischen Angebotsmix der Tankstellen“, sagt Hans Fux, Country Director Subway® Deutschland.

Die Zusammenarbeit mit der Delivery Hero Germany GmbH liefert genussvolle Sandwichmomente auch außerhalb der Subway® Restaurants. Seit Herbst kann das Subway® Produktsortiment auf den Bestell-Plattformen Lieferheld und pizza.de online bestellt werden.

Den nächsten Wachstumsschub erhofft sich Hans Fux durch die im Dezember 2017 eingegangene Partnerschaft mit der Löwen Play GmbH. Subway® Deutschland setzt dabei auf die äußerst attraktiven Lagen des neuen Franchisenehmers an verkehrstechnischen Knotenpunkten. Die Subway® Restaurants werden autark abgegrenzt von den Löwen Play Immobilien betrieben. Ausschlaggebend für den Umfang der Kooperation wird die Performance der ersten Teststandorte sein.

Markentransformation hin zum neuen Design in vollem Gange - zweites Subway® Restaurant in Fresh Forward in Berlin eröffnet

2018 soll an die Erfolge des Vorjahrs nahtlos anknüpfen. „Im neuen Jahr gilt es die Unternehmensentwicklung fortzuschreiben. Neben einem Vertiefen der bestehenden Kooperationen soll vor allem der Designumstieg auf Fresh Forward sowie die Suche nach neuen attraktiven Lagen und neuen Franchisenehmern vorangetrieben werden“, fasst Hans Fux die Zielvorhaben für 2018 zusammen.

Gleich zu Beginn des Jahres setzte Subway® Deutschland erste Umbauvorhaben in die Tat um: seit dem 8. Januar 2018 erstrahlt das Subway® Restaurant im Alexa Center am Berliner Alexanderplatz im neuen Fresh Forward Décor. Es ist der zweite Standort in Deutschland im neuen Design. Die visuelle Neugestaltung spiegelt die Subway® Kernkompetenz der Frische und Leichtigkeit wider. Der zeitgemäße Stil, dessen modernes Design und funktionale Technologie den Gästewartungen noch besser entspricht, optimiert das bewährte Subway® Gästelerlebnis. „Wir sind innerhalb des Food-Courts des Centers umgezogen. Besonders aufregend war für uns die Sicherstellung des durchgängigen Betriebs an der alten sowie der neuen Fläche, denn wir wollten einen nahtlosen Übergang ermöglichen. Es ist uns gelungen, Sonntagabend das letzte Sandwich im alten Restaurant zu verkaufen und bereits Montagmorgen am neuen 46 Quadratmeter großen Standort unseren Gästen ihre individuellen Kreationen anbieten zu können“, ist Subway® Gebietsbetreuer Thorsten Hüttemann zu Recht stolz auf die Neueröffnung.

Dabei steht den Subway® Gästen das gesamte Produktsortiment aus rund 40 hochwertigen Zutaten und über zwei Millionen verschiedenen Kombinationsmöglichkeiten zur Auswahl. Individuelle Sandwiches und Salate werden

Pressekontakt

Für Rückfragen: Martina Gruber

E-Mail: m.gruber@p8.eu

Mobil: +43 664 88624754



ganz nach den Wünschen des Gastes frisch zubereitet - sowohl zum Verzehr im Restaurant als auch zum Mitnehmen.

Neuer Marketing Director - Personelle Verstärkung im Subway® Marketing-Team

Frischer Wind im Subway® Marketing-Team: ab 01. Februar 2018 wird Lothar Keppler die Position des Head of Marketing der Region DACH und Luxemburg übernehmen und damit das bestehende Team verstärken.

Der gebürtige Frankfurter weist einschlägige Kenntnisse im Marketingbereich vor. Er wechselt von der PartyLite Deutschland GmbH, wo er seit 2013 als Marketing Director für den DACH-Raum tätig war. Internationale Erfahrungen sammelte der Marketing-Allrounder beispielsweise in seiner Position als Marketing Director Central Europe bei der Weber-Stephen Deutschland GmbH und auf verschiedenen Positionen bei YUM! Restaurants International im Laufe von sechs Jahren. Spezialisiert ist er unter anderem auf strategische Markenentwicklung, -positionierung und -führung sowie Retail und Trade Marketing.

Subway® Country Director Hans Fux blickt freudig auf die künftige Zusammenarbeit: „Wir sind überzeugt, mit Lothar Keppler die Position des Marketing Directors bestens besetzt zu haben. Durch sein Know-How wird er uns optimal unterstützen, unsere Erfolgsgeschichte weiterzuschreiben.“

Über Subway® Restaurants:

Gäste haben in 112 Ländern der Welt an über 44.066 Standorten Zugang zu individuell belegten Sandwiches und Salaten mit einer frischen Auswahl an Gemüse. Die Sandwich Artists servieren weltweit über 7,5 Mio. Sandwiches am Tag. Das Unternehmen, vor über 50 Jahren vom damals 17-jährigen Fred DeLuca und gemeinsam mit Peter Buck, einem Freund der Familie, gegründet, ist auch heute noch ein Familienunternehmen mit Tausenden von engagierten Franchisenehmern. In Deutschland gibt es derzeit rund 670 Standorte, die von über 360 Franchisenehmern betrieben werden. Die Marke Subway® hatte in Deutschland in sechs aufeinanderfolgenden Jahren ein positives Wirtschaftswachstum und gehört zu den beliebtesten Fastfood-Ketten der Gäste, die aus dem QSR-Markt nicht mehr wegzudenken ist. Weitere Informationen unter: www.subway-sandwiches.de und www.subway-franchise.de

Pressekontakt

Für Rückfragen: Martina Gruber

E-Mail: m.gruber@p8.eu

Mobil: +43 664 88624754