



Erfolgreiches Jahr 2018: Subway Deutschland mit strategischen Partnerschaften auf Expansionskurs

Ausbau der Kooperationen mit Shell und Delivery Hero geben Aufschwung / Markentransformation 2018 in vollem Gange - 48 Restaurants im neuen Fresh Forward Décor sichern 1. Platz in Europa

(Köln, den 27.03.2019) Subway Deutschland - seit Jahren einer der größten Player am deutschen Quick Service Restaurant-Markt - blickt auf ein gelungenes Jahr 2018 zurück. Strategische Partnerschaften gehen auf und sichern eine vielversprechende Weiterentwicklung. Zudem führte die beliebte Sandwichkette die 2017 eingeläutete globale Markentransformation auch im vergangenen Geschäftsjahr erfolgreich fort. Mit 48 Fresh Forward Standorten hielt das rundum erneuerte Restaurantdesign im frischen Look und mit modernster technischer Ausstattung 2018 Einzug im Bundesgebiet und sicherte Subway Deutschland die Führungsrolle der Markentransformation in Europa. Sukzessive erfolgt die Umstellung aller 690 Restaurants in Deutschland. Bereits 50 weitere Umbauten sind für 2019 geplant.

Erfolgreiche Entwicklung fortgesetzt

Das beliebte Franchiseunternehmen knüpft auch 2018 an die positive Entwicklung der letzten Jahre an. Mit 33 Neueröffnungen, 38 verkauften Franchiselizenzen und 24 neuen Franchisepartnern führt die Sandwichkette das Vorjahres-Niveau, dem erfolgreichsten Geschäftsjahr der Unternehmensgeschichte, fort. „Wir blicken damit auf eine aussichtsreiche Restaurantentwicklung, sodass wir für 2019 rund 45 Neueröffnungen planen. Damit können wir unseren Weg, flächendeckend noch mehr Subway Restaurants anzubieten, weitergehen. Dabei setzen wir vor allem auf nachhaltige Entwicklung, das heißt wir wählen unsere Franchisenehmer, die Standorte für unsere Restaurants und auch unsere Kooperationspartner mit Bedacht aus. Als in Deutschland seit 20 Jahren etabliertes und wirtschaftlich erfolgreiches Unternehmen ist Subway ein verlässlicher Partner für Franchiseinteressierte und bestehende Franchisepartner. Wir führen viele vielversprechende Gespräche mit Unternehmerpersönlichkeiten, die Teil der Erfolgsgeschichte werden wollen“, so Hans Fux, Country Director Subway Deutschland.

Strategische Kooperationen gehen auf

Seit 2017 setzt Subway Deutschland auf Synergieeffekte durch strategische Kooperationspartner, um das Geschäft in Deutschland weiter auszubauen. Dieser Schritt hat sich als zielführend erwiesen. So konnte die Kooperation mit Shell im vergangenen Jahr vertieft werden. „Unsere Pilotstandorte Fürth und Laatzen haben gezeigt, dass die Kooperation äußerst gut angenommen wird. Deswegen haben wir die Zusammenarbeit 2018 um einen weiteren Standort ausgeweitet. Auch für die zukünftige Weiterentwicklung der Partnerschaft befinden wir uns in der aktiven Planungsphase, sodass in Kürze neue

Pressekontakt

Für Rückfragen: Martina Gruber

E-Mail: m.gruber@p8.eu

Mobil: +43 664 88624754



Eröffnungen folgen werden. Wir haben bereits 10 attraktive Standorte für dieses Jahr im Visier“, sagt Fux.

Auch die Zusammenarbeit mit der Online-Bestellplattform Delivery Hero schlägt positiv zu Buche. Aktuell kooperieren bereits 52 Subway Restaurants im gesamten Bundesgebiet mit dem Lieferservice. „Der neue Vertriebskanal kommt nicht nur bei unseren Gästen gut an, sondern schafft auch für unsere Franchisenehmer entscheidende Vorteile. Sie profitieren von einem deutlichen Umsatzwachstum. Unsere Erwartungen wurden hier durchwegs erfüllt“, freut sich Fux über die erfolgreiche Kooperation. Um eine noch größere Abdeckung anbieten zu können, ist der Ausbau des Lieferservice-Angebots geplant.

Wandelnde Gästebedürfnisse im Fokus

Hinter dem Erfolg von Subway stehen rund 360 Franchisenehmer, deren rund 7.000 Mitarbeiter und ein konkurrenzloses Produkt, das sich den wandelnden Ernährungstrends der Gäste individuell anpasst. „Der Gast ist in den letzten Jahren um einiges erfahrener und anspruchsvoller geworden. Er erwartet ein vielfältiges und ausgewogenes Angebot in allen Preissegmenten und für situativ wechselnde Bedürfnisse. Diesen Herausforderungen können wir aktuell bereits durch über zwei Millionen Kombinationsmöglichkeiten unserer frischen Sandwiches begegnen. Doch wir wollen für unsere Gäste eine noch größere Auswahl schaffen. Unter unserem neuen Leitgedanken „Make it what you want“ erweitern wir deswegen nicht nur unser Zutatensortiment, sondern führen auch eine Reihe an Signature Produkten ein, die ideal auf die Anforderungen der Gäste abgestimmt sind“, so Lothar Keppler, Marketing Director Subway Deutschland. Den Start machen dabei seit Anfang März die Signature Wraps in drei Hausrezepturen. Im Sommer folgen Signature Salate. Um künftig auch im Premium- und Preiseinstiegsbereich mehr Möglichkeiten anzubieten, sind noch in diesem Jahr Produkte in beiden Segmenten geplant.

Über Subway® Restaurants

Subway® bietet eine frische Alternative zu traditionellem Fast Food und serviert weltweit täglich 7 Millionen individualisierte Sandwiches. Die Gäste wählen aus 2 Millionen Kombinationen von hochwertigen Proteinquellen, knackigem Gemüse und täglich frisch gebackenem Brot. Die weltgrößte Restaurantkette serviert in rund 42.500 Restaurants in mehr als 100 Ländern nahrhafte und köstliche Subs, Wraps und Salate.

Das Unternehmen, vor über 50 Jahren vom damals 17-jährigen Fred DeLuca gemeinsam mit Peter Buck, einem Freund der Familie, gegründet, ist auch heute noch ein Familienunternehmen mit mehr als 21.000 engagierten Franchisenehmern auf der ganzen Welt. In Deutschland gibt es derzeit rund 690 Standorte, die von über 360 Franchisenehmern betrieben werden. Die Marke Subway® hat in Deutschland in sechs aufeinanderfolgenden Jahren ein positives Wirtschaftswachstum und gehört zu den

Pressekontakt

Für Rückfragen: Martina Gruber

E-Mail: m.gruber@p8.eu

Mobil: +43 664 88624754



beliebtesten Fast Food-Ketten, die aus dem QSR-Markt nicht mehr wegzudenken ist. Weitere Informationen unter: www.dein-subway.de und www.subway-franchise.de
Subway® ist eine eingetragene Marke von Subway IP LLC. ©2019 Subway IP LLC.

Über das Subway® Fresh Forward Décor

Das neue Subway® Restaurantdesign, genannt Fresh Forward Décor hält Einzug in den deutschen Markt. Als Höhepunkt der im Sommer 2017 ausgerollten globalen Markentransformation, ist der rundum erneuerte Look noch näher am Gast, noch frischer im Aussehen und noch zeitgemäßer in der Ausstattung. Die neue Restauranteinrichtung vereint höchste Funktionalität und modernes Design. Mit USB-Ladeanschlüssen an den Tischen, WLAN und digitalen Menüboards verfügen die neuen Restaurants über praktische, technische Elemente. Kombiniert mit hellen, strahlenden Farben, einem geschmackvollen Interieur und neuem Logo optimiert das Décor das bewährte Subway® Gästelerlebnis. Die visuelle Umgestaltung wird sukzessive in ganz Deutschland umgesetzt.

Pressekontakt

Für Rückfragen: Martina Gruber

E-Mail: m.gruber@p8.eu

Mobil: +43 664 88624754