



SCHWERPUNKT

Neue Maßstäbe im Bereich der Digitalisierung setzen.

Isabelle Kuster, Managing Direktorin von McDonald's Österreich im LEADERSHIP-Interview über Digitalisierung, Teamplay und Trends in der Gastronomie-Branche.



Foto: McDonald's Österreich

EXKLUSIVINTERVIEW MIT

ISABELLE KUSTER

Als gebürtige Französin sind Sie seit Oktober 2017 neue McDonald's-Österreich-Chefin.

Haben Sie sich in Österreich schon eingelebt?

Ich habe mich bereits sehr gut in Wien eingelebt. Aber nicht nur Wien ist eine sehr lebenswerte Stadt, ganz Österreich ist ein wunderschönes Land. Viele Städte und Regionen habe ich bei meinen Besuchen aller österreichischen McDonald's Restaurants bereits kennengelernt. Mit meiner Familie habe ich unseren heurigen Sommerurlaub in Österreich verbracht, es hat uns allen sehr gut gefallen.

McDonald's hat es bisher immer gut geschafft, auf Trends rasch zu reagieren. Heute genügt es nicht mehr nur einen Burger anzubieten. Er muss auch gesund sein und ein positive Lebensphilosophie verbreiten.

Angebote für eine ausgewogene Ernährung sind uns sehr wichtig. Burger sind natürlich unser primäres Geschäft, aber wir bieten seit Jahren auch frische Salate, leichte Wraps und vegetarische Produkte an. Auch in Zukunft werden wir unsere breite Produktpalette laufend weiterentwickeln.

Neben höchster Qualität ist uns auch die Regionalität unserer Produkte sehr wichtig, denn McDonald's ist eine starke internationale Marke und zugleich ein in Österreich tief verwurzelt Unternehmen.

Die wichtigsten Partner von McDonald's sind die heimischen Bauern. Ein Großteil der bei McDonald's verwendeten Lebensmittel stammen direkt aus Österreich. Unser Rindfleisch beispielsweise stammt zu 100% aus Österreich und trägt das AMA Gütesiegel. Möglich macht dies unser M-Rind Programm, eine Kooperation mit mehr als 12.200 Rinderzüchtern. In Summe verkaufen mehr als 40.000 österreichische Bauern Produkte an McDonald's. Damit sind wir der größte Gastronomie-Partner der österreichischen Landwirtschaft.

Ihr Unternehmen nimmt in vielen Bereichen eine Vorreiterrolle ein. Nicht nur im Foodsegment sondern auch was die Digitalisierung betrifft. Was waren rückblickend die wichtigsten Meilensteine in der letzten Vergangenheit?

Im Bereich der Digitalisierung haben wir neue Maßstäbe in unserer Branche gesetzt. An den digitalen Kiosken können sich unsere Gäste in Ruhe Zeit für ihre Bestellung nehmen. Über unser digitales Kundenprogramm myMcDonald's erhalten Mitglieder nicht nur Spaß und Unterhaltung, sondern auch Vorteile wie Gutscheine oder Gewinnspiele. Unser neuester digitaler Meilenstein ist Tischservice. Dabei können unsere Gäste wie gewohnt am Kiosk oder an der Kassa bestellen und gleich darauf ihren Sitzplatz wählen. Kurze Zeit später serviert ein McDonald's Mitarbeiter die frisch zubereitete Bestellung am Tablett direkt an den Tisch. Die problemlose Bedienung der richtigen Bestellung beim richtigen Gast ermöglicht ein eigenes GPS System im Restaurant.

Wie würden Sie die Unternehmenskultur von McDonald's beschreiben?

Bei McDonald's ist Teamplay sehr wichtig. Nur durch das Miteinander unserer Franchisenehmer, unserer Lieferanten und unserer Zentrale von McDonald's Österreich können wir gemeinsam erfolgreich sein.

Wie lange braucht in der Regel ein neues Produkt von der Entwicklung bis zum Verkauf? Welcher Prozess liegt dahinter?

In die Entwicklung eines neuen Produktes sind zahlreiche Abteilungen involviert. Von der Marktforschung nach zukünftigen Trends, den Mitarbeitern im Einkauf, die die richtigen Rohstoffe auswählen, den Kollegen in unserer eigenen Testküche, die Geschmack, Zusammensetzung und Aussehen der neuen Produkte definieren, über Mitarbeiter, die die Einführung in den Restaurants planen bis zum Marketing, um die Produkte auch zu bewerben. Kurz gesagt, ein komplexer Prozess. Alles zusammen dauert die Einführung eines neuen Produktes in etwa sechs Monate.

Können Sie uns kurz beschreiben, wie eine Entscheidungsfindung zwischen der Zentrale und den Filialen kommuniziert wird.

Mit unseren Franchisenehmern haben wir Arbeitsgruppen für alle wichtigen Bereiche zusammengestellt. Das Management schlägt die Gesamtstrategie vor und in regelmäßigen Meetings mit den Arbeits-

„
„Bei McDonald's ist Teamplay sehr wichtig.“

Isabelle Kuster

“

gruppen sowie allen Franchisenehmern Österreichs arbeiten wir gemeinsam an der Umsetzung von sowohl kurzfristigen als auch langfristigen Strategien.

Ihr Unternehmen ist ein Weltkonzern mit einer Weltmarke. Wie werden Nachwuchs-Führungskräfte im internationalen Umfeld von McDonald's für zukünftige Top-Positionen vorbereitet? Stichwort Nachwuchsprogramm.

Für alle unsere Mitarbeiter egal ob im Büro oder in den Restaurants bieten wir laufend Weiterbildungen an. Unsere Nachwuchsführungskräfte können sich in Trainingsprogrammen weiterentwickeln. Diese bieten wir sowohl in Österreich zusammen mit dem Herstein Institut als auch global in unserer Hamburger Universität an. Denn aus meiner Sicht ist es genauso wichtig, dass Manager nicht nur ihren Heimatmarkt verstehen, sondern sich auch regelmäßig mit Kollegen aus der ganzen Welt treffen und austauschen, um McDonald's gemeinsam weiterzuentwickeln.

Wie würden Sie sich als international erfahrene und erfolgreiche Managerin selbst beschreiben?

Mir sind drei Managementeigenschaften besonders wichtig: Teamwork, Empowerment, also Mitarbeitern die Möglichkeit zu geben selbst Verantwortung zu übernehmen, und transparente Kommunikation.

Was sind aus Ihrer Sicht die wesentlichen Kriterien, um als Führungskraft erfolgreich sein zu können?

Das sind aus meiner Sicht die gleichen drei Kriterien.

Was ist Ihnen wichtiger als Karriere?

Meine Familie - ich freue mich schon im Sommer meine neue zweite Heimat Österreich zu zeigen.



Foto: McDonald's Österreich

ZUR PERSON

Isabelle Kuster ist seit 2017 Managing Director von McDonald's Österreich. Die gebürtige Französin startete 1985 ihre Karriere bei McDonald's Frankreich als Restaurant Manager Assistent und wechselte 1987 in die Zentrale. 1996 wurde Isabelle Kuster Regionaldirektorin und übernahm 2006 die Geschäftsführung von McDonald's Belgien. Vor ihrem Wechsel nach Österreich war sie seit 2008 in diversen Geschäftsführungsfunktionen von McDonald's Frankreich tätig, zuletzt als Generaldirektorin.

ZUM UNTERNEHMEN

1954 schloss Ray Kroc mit den Brüdern Richard und Maurice McDonald einen Lizenzvertrag ab, der es ihm ermöglichte, original McDonald's Hamburger-Restaurants zu eröffnen und die Rezepturen und typischen Herstellungsverfahren zu verwenden. Mit insgesamt 195 Restaurants in Österreich zählt McDonald's zu den größten Gastronomiebetrieben des Landes. Etwa 85% der österreichischen Restaurants von McDonald's werden von 43 Franchisenehmern betrieben. McDonald's Österreich beschäftigt derzeit rund 9.500 Mitarbeiter im Land.