

McDonald's Nederland gaat klanten aan tafel bedienen

11-03-2015 07:39

McDonald's gaat binnenkort in ons land pilots houden met bediening aan tafel. "Zeker voor families die met kleine kinderen komen kan het wachten in een rij best vervelend zijn", zegt algemeen directeur Jo Sempels van McDonald's Nederland in Het Financieele Dagblad. "Als ze bediend willen worden aan tafel, moeten ze die keuze hebben."

Daarnaast kijkt de fastfoodketen naar verdere uitbreiding van het ontbijtaanbod. Zo zijn vanaf deze maand alle drive-thru-vestigingen uiterlijk om acht uur 's ochtends open en wordt het menu vergroot met onder meer roerei en broodjes kaas. In 2016 moet het ontbijtsegment goed zijn voor 2,5 tot drie procent van de omzet, stelt Sempel. Dat deel is nu nog verwaarloosbaar.

In ons land is de omzet van de fastfoodketen het afgelopen jaar met 1,1 procent gestegen naar 651,8 miljoen euro. Daarnaast nam het aantal bezoeken met 2,2 procent toe. De groei is vooral te danken aan de opening van nieuwe restaurants. Zonder deze openingen mee te rekenen kromp de omzet met minder dan één procent, aldus Sempels.

Eerder deze week bleek dat McDonald's zijn wereldwijde omzet in februari met acht procent heeft zien teruglopen, onder meer door de dure dollar ten opzichte van de euro. De identieke omzet liep met 1,7 procent terug, waaronder met vier procent in de Verenigde Staten. Over de dalende omzetten waarmee McDonald's in zijn thuismarkt kampt, wil Sempel niets kwijt. "Ik heb mijn handen al vol aan Nederland."

McDonald's investeerde met zijn franchisenemers in 2014 totaal 48 miljoen euro in nieuwe vestigingen, verbouwingen en nieuwe opstellingen. Eind 2015 moet de helft van 241 restaurants in ons land verbouwd zijn naar het nieuwe format. "Hiermee zijn we ingericht om in de nabije toekomst mobiel bestellen en betalen te faciliteren", zegt Sempels. Daarnaast moet het gemakkelijker worden om variatie in het assortiment aan te brengen, zoals glutenvrij brood.

Met onder meer glutenvrij brood en maaltijdsalades probeert de fastfoodketen de gezondheidsbewuste consument te bedienen. "We moeten niet vergeten dat onze klanten in eerste instantie bij ons komen voor een lekkere hamburger, maar wij zijn ook van mening dat zo'n maaltijd best onderdeel kan zijn van een gevarieerd en verantwoord eetpatroon."

Op [RetailWatching](#) wordt een aantal actiepunten belicht, waarmee McDonald's volgens oud-cmo Larry Light de weg omhoog kan terugvinden.