

Den Big Mac, bitte. Aber à la minute!

Fast Food. McDonald's ändert sein Image. Die neuen Lokale sehen jetzt aus wie Szenelokale. Und Burger gibt es dort sogar „à la minute.“

PETER GNAIGER

SALZBURG (SN). Der Kellner, der vor dem Eingang der McDonald's-Filiale Airportcenter steht, könnte auch im Sternerestaurant arbeiten. Er trägt eine schwarze Hose mit Bügelfalte, ein weißes Hemd, Fliege und schwarzes Gilet. „Der Herr wünschen?“, sagt er. Und dass sein Job heute ausnahmsweise etwas unangenehm sei. Denn die Filiale werde heute später geöffnet. Weil eine Pressekonferenz stattfindet. Die potenziellen Gäste, die er deshalb wegschicken muss, tragen es mit Fassung. Sie kriegen als Entschuldigung einen Gutschein: für einen Kaffee, einen Big-Mac oder einen 50-Prozent-Nachlass beim McDrive. Und es kommen viele potenzielle Gäste. Es könnte aber auch sein, dass sich die kurzfristig angesetzte Gutscheinaktion rumgesprochen hat. Im Restaurant werden währenddessen letzte Vorbereitungen für die Pressekonferenz getroffen. Der Gastgeber heißt Michael Heinritzi. Er ist der neue Franchisenehmer der sechs McDonald's-Filialen, die es im Großraum Salzburg gibt. Sein Vorgänger Josef Klinger habe sich beruflich neu orientiert. Er habe sich wohl nicht auf dieses finanzielle Abenteuer einlassen wollen,



das der Umbau der McDonald's-Filialen mit sich bringe, vermutet Heinritzi.

In den Umbau der Filiale beim Airportcenter habe Heinritzi 245.000 Euro investiert. Für den bayerischen Unternehmer mit dem charismatischen Auftreten ist das kein bedeutender Betrag. Heinritzi ist mit 38 Lokalen in Bayern, Tirol und jetzt auch in Salzburg der größte Franchisenehmer Europas. Er beschäftigt 1800 Mitarbeiter. „Die meisten in Vollzeit“, betont er. In Österreich sind es 580, in Salzburg 248. Tendenz steigend. „Wir haben viel vor“, sagt er bei einer Tasse Tee. Der wird in den neuen McCafés, die

Die Filiale in der Getreidegasse wird ein echtes Juwel.

Michael Heinritzi

als Herzstück der neuen Imagekampagne gelten, natürlich in feinem Porzellan serviert.

Im Frühjahr wird die Filiale im Europark – das ist Salzburgs umsatzstärkster McDonald's-Standpunkt – komplett umgebaut. Ebenso das Restaurant „Nord“. Am meisten Freude bereitet Heinritzi aber, dass er den Mietvertrag für das Restaurant in der Getreidegasse um

20 Jahre verlängern konnte.

„Dieses Restaurant wird als architektonisches Juwel mit integriertem McCafé unserer Flagship-Store“, erklärt

er.

Die Zeiten, in denen diese McDonald's-Filiale von Altstadtschützern schief angeschaut wurden, sind also vor-

bei. Was auch dem französischen Stararchitekten Philippe Avanzi zu verdanken ist. Der gestaltete für den Konzern acht verschiedene Designs. „Weil es überall unterschiedliche Marktsituationen gibt“, erklärt Heinritzi. Avanzi setzte auf edle Materialien wie Leder und Holz. Die Möbel erinnern an Szenelokale und die raffinierte Beleuchtung vermittelt schon beim Betreten des Lokals Wärme.

Sogar an die Raucher wurde in den „100-Prozent-Nichtraucherlokalen“ gedacht: Vor dem Eingang befindet sich ein großer, mit feinem Sand gefüllter und stilvoll ausgearbeiteter Aschenbecher.

Spannend geht es jetzt auch in der Küche zu. Da regiert die „3-Geldbeutel-Strategie“. Soll heißen: Von der „1-Euro-Kategorie“ über „1-Plus“ bis zu „McDonald's-Premiumprodukten“ soll in Salzburg ab sofort jeder Mann angesprochen werden – aber vor allem Genießer: Wer „Fastfood“ bisher mit „Fast schon Food“ übersetzt hat, der wird nun mit einem Begriff konfrontiert, der bisher der Spitzenküche vorbehalten war: „à la minute“ – das bedeutet „auf die Minute frisch gekocht“. Klingt schnell und gut. Ist aber eher „Slowfood“. Wie sich die Zeiten ändern können...



Michael Heinritzi: Der neue Salzburger McDonald's-Chef legt schon Hand an.

Bilder: SN/PLEON PUBL