**Subway, McDonald’s, Starbucks, KFC, Burger King, Pizza Hut und andere Fast-Food-Ketten fallen durch ihre weltweite Präsenz auf. An der Verbreitung ihrer Filialen wird die Globalisierung sichtbar. Für die Kritiker sind die Fast-Food-Ketten Ausdruck eines profitgetriebenen Geschäftsmodells und nicht nachhaltiger Konsummuster. Entsprechend häufig werden die Unternehmen wegen der sozialen und ökologischen Folgen, die sich mit ihnen verbinden, bemängelt. Die drei Marktführer Subway, McDonald’s und Starbucks betreiben weltweit mehr als 100.000 Filialen und jeden Tag eröffnen neue. Allein McDonald’s bedient jeden Tag 70 Millionen Kunden.**

Fakten

Viele global agierende Markenkonzerne haben ihren Ursprung in den USA. Mit ihren Produkten erweitern sie nicht nur das Warenangebot in der jeweiligen Zielregion, sondern verdrängen dabei auch regionale Produkte. Zudem ist das Tragen von Nike-Schuhen, das Trinken von Coca-Cola und das Essen bei US-amerikanischen Fast-Food-Ketten immer auch ein Ausdruck des kulturellen Selbstverständnisses.

Mit rund 70 Millionen Kunden am Tag und 36.525 Restaurants in 119 Staaten/Gebieten Ende 2015 ist McDonald's die wohl bekannteste Fast-Food-Kette der Welt. Der Konzern steht einerseits für ein profitgetriebenes Geschäftsmodell und nicht nachhaltige Konsummuster. Andererseits hat das Unternehmen im Laufe der Zeit immer wieder Anpassungen beim Aufritt, der Produktpalette und den Produktionsprozessen vorgenommen beziehungsweise diese zum Teil auch den kulturellen Gegebenheiten anpasst.

Das erste McDonald's Restaurant wurde 1940 in Kalifornien eröffnet. In den frühen 1970er-Jahren expandierte das Unternehmen in Teile Europas und Mittelamerikas sowie nach Australien und Japan (Deutschland: 1971). In den darauffolgenden 20 Jahren wurden Westeuropa sowie Mittel- und Südamerika nahezu komplett erschlossen. In den 1990er-Jahren erfolgte die Expansion vor allem nach Asien, Osteuropa und in den Nahen Osten. Auch in Afrika begann der Konzern, erste Filialen einzurichten. Kurz nach dem Fall des Eisernen Vorhangs wurde im Januar 1990 in Moskau die erste russische Filiale eröffnet. Obwohl McDonald’s seit Jahrzehnten international ausgerichtet ist und eng mit den Franchisenehmern zusammenarbeitet, wurde erst 2003 eine globale Werbekampagne gestartet (i’m lovin‘ it) und 2008 das Verpackungsdesign international angepasst.

In der Expansionsgeschichte von McDonald's gibt es auch Rückschläge: Beispielsweise wurden im Zuge der weltweiten Finanzkrise Ende 2009 die McDonald's-Filialen in Island geschlossen. Zuletzt wurden im Jahr 2013 alle Filialen in der ehemaligen jugoslawischen Republik Mazedonien geschlossen – 16 Jahre nach der Eröffnung der ersten McDonald’s-Filiale im Land.

Im Jahr 2015 verzeichnete McDonald’s einen Gesamtumsatz von 25,4 Milliarden US-Dollar, 2013 lag der Umsatz noch bei 28,1 Milliarden US-Dollar. Ein wichtiger Grund für den Rückgang ist die zunehmende Konkurrenz, die häufig mit gesünderen Angeboten oder zumindest mit einem entsprechenden Image Marktanteile gewinnt. Ein Mitbewerber betreibt seit Ende 2010 weltweit sogar mehr Filialen als McDonald's: Die Fast-Food-Kette Subway.

Subway wurde 1965 in den USA gegründet und eröffnete erst 1984 eine Filiale außerhalb der USA (Bahrain). 1990 betrieb Subway 5.000 Filialen – nun auch in den Nachbarstaaten Kanada und Mexiko sowie in Puerto Rico und auf den Bahamas. In den 1990er-Jahren folgte dann die Expansion in alle Regionen der Welt, wobei in Afrika vergleichsweise wenig Subway-Filialen vorhanden sind. Allein 1995 eröffneten Filialen in Ägypten, China, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Honduras, Irland, Jamaika, Neuseeland, der Schweiz, Spanien sowie in Taiwan. 1996 folgten Dänemark, Guatemala, Kolumbien, Kuwait, Martinique, Nicaragua, die Philippinen, Singapur, Südafrika, die Türkei, Uruguay, Venezuela sowie das Vereinigte Königreich.

Trotz der Unzufriedenheit zahlreicher Franchisenehmer mit den erreichten Umsätzen und Gewinnen erhöhte sich die Zahl der Subway-Filialen zwischen 2008 und 2011 weltweit von 30.000 auf 35.000. Ende 2016 wurde mit knapp 45.000 Filialen ein neuer Höchststand erreicht. In den fünf Jahren von 2011 bis 2016 wurden somit jeden Tag mehr als fünf neue Subway-Filialen eröffnet. Einige Filialen befinden oder befanden sich an außergewöhnlichen Orten: Beispielsweise in einem von Stockwerk zu Stockwerk "wandernden" Schiffscontainer an der Ground-Zero-Baustelle in New York, auf der Rheinfähre MS Stolzenfels oder in der True Bethel Baptist Church (mit dem Pastor, der mit der Filiale lokale Jugendarbeit betreibt, als Franchisenehmer).

Die Tatsache, dass Subway mit seinem Restaurantkonzept andere Räume belegen kann als viele Konkurrenzunternehmen, ist nicht nur hinsichtlich der Wettbewerbsposition relevant, sondern hat auch eine kulturelle Bedeutung: Subway dringt in Märkte vor, die zuvor von Marken wie Coco-Cola, aber eben nicht von anderen Fast-Food-Ketten erreicht worden sind. Unmittelbar folgt daraus eine Zunahme des Konkurrenzdrucks für lokale und traditionelle Anbieter.

Ein anderes Beispiel dafür, wie ein Großunternehmen lokale Märkte beeinflussen kann, ist die Expansion der Kaffeehaus-Kette Starbucks. Bezogen auf die Anzahl der Filialen steht Starbucks nach Subway und McDonald’s an dritter Stelle. Aufgrund des abweichenden Angebots ist Starbucks gleichzeitig der größte Röster und Anbieter von Kaffeespezialitäten der Welt. Wie bei Subway erfolgte die Expansion zunächst nur langsam. Bis einschließlich 1995 war Starbucks außerhalb der USA nur in Kanada zu finden (seit 1987). Erst in den Folgejahren kamen neue Staaten hinzu.

Acht der zwölf Staaten, in denen Starbucks zwischen 1996 und 1999 Filialen eröffnete, liegen in Asien. Ab Ende der 1990er-Jahre weitete sich die Expansion auf den Nahen Osten aus. Abseits von England (1998) und entgegen der Entwicklung bei anderen Ketten wurden in den europäischen Staaten erst ab 2001 Filialen eröffnet (Deutschland: 2002). Ab 2002 kamen Staaten aus Mittel- und Südamerika hinzu, ab 2007 osteuropäische Staaten. Gleichzeitig schritt die Expansion auch in den anderen Weltregionen weiter voran.

Während Starbucks im Jahr 2000 noch 3.500 Filialen betrieb, waren es Ende 2016 mehr als 24.000. Somit wurde in den sechzehn Jahren von 2000 bis 2016 etwa alle sieben Stunden eine neue Starbucks-Filiale eröffnet – gut dreieinhalb pro Tag. Starbucks war nach eigenen Angaben Ende 2016 weltweit in 70 Staaten/Gebieten mit Filialen vertreten und erzielte im Fiskaljahr 2015 einen Gesamtumsatz von 19,2 Milliarden US-Dollar.

Kritiker bemängeln unter anderem die Gewerkschaftspolitik und die Steuermoral von Starbucks sowie die Verdrängung lokaler Betriebe (unter anderem erlaubten es die finanziellen Vorteile eines Großunternehmens, zentrale Innenstadtlagen zu belegen und so wiederum an kaufkräftige Kundschaft zu gelangen). Auch der hohe Zuckergehalt vieler Produkte sowie der Verkauf von zum Teil gentechnisch veränderter Ware (insbesondere bei Vorprodukten) gaben Anlass zur Kritik. Auf der anderen Seite wird anerkannt, dass Starbucks einen Teil des Kaffees "fair" – also unter Berücksichtigung sozialer und ökologischer Standards – einkauft. Allerdings wird in diesem Zusammenhang bemängelt, dass nur ein Teil des Einkaufs unabhängig zertifiziert wird. Zudem wird kritisiert, dass – entgegen dem offiziellen Anspruch des Unternehmens – bei anderen Waren (wie zum Beispiel bei der Milch oder bei den Verpackungsmaterialien) keine sozialen bzw. ökologischen Standards angewandt werden. Unabhängig von Starbucks kritisieren manche den Fairen Handel generell, da dieser ungeeignet sei, die sozialen und ökologischen Probleme in den Erzeugerländern zu lösen.

Datenquelle

McDonald's Corporation: www.mcdonalds.com, Annual Reports, Daten zur Grafik größtenteils durch McDonald's bestätigt; www.subway.com; Starbucks: Annual Reports, www.starbucks.com

Begriffe, methodische Anmerkungen oder Lesehilfen

Weitere Informationen zu **McDonald’s** finden Sie hier: <http://www.bpb.de/52774>

Dieser Text ist unter der Creative Commons Lizenz [by-nc-nd/3.0/de/](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/) veröffentlicht.

Bundeszentrale für politische Bildung 2017 | [www.bpb.de](http://www.bpb.de)