

Deutsch: Seite 1-5, English: Page 6-10

Local Store Marketing - Ein best practice Beispiel

So funktioniert herausragendes Local Store Marketing!

Das Franchisee-Paar Sebastian und Sandra Schuller aus Amstetten erlebt seit der Eröffnung nach dem ersten Lockdown einen regelrechten Umsatz-Boom. Erst vergangene Woche erzielte das Restaurant einen Wochenumsatz von 14.000 Euro - und das in einer Gemeinde mit knapp über 23.000 Einwohnern. Eine Eintagsfliege war das nicht: Seit Monaten strömen die Gäste begeistert in das Restaurant. Der Grund: Neben einem erstklassig geführten Restaurant haben die Franchisees mit Local Store Marketing Aktionen die Aufmerksamkeit und die Herzen zahlloser neuer Gäste gewonnen. Für Herrn Schuller war vor allem das soziale Marketing von großer Bedeutung. Aktionen, die zunächst aus der Hilfsbereitschaft geboren wurden, zeigten schnell das Potential, um die Amstettener von Sandwiches zu überzeugen. Dieser Synergie-Effekt - **helfen und gleichzeitig neue Gäste gewinnen** - hat sich für die Franchisees zu einem bewährten Rezept entwickelt.

Auch bei anderen LSM - Maßnahmen sind die Schullers sehr aktiv. Seit zwei Jahren nutzen die Unternehmer **Google My Business**, um auch beim Digitalen Marketing vorne dabei zu sein. Aber auch klassische Methoden, wie das Verteilen der

SubDeal-Karten an Schüler in der Umgebung gehört für Herrn Schuller zu den Selbstverständlichkeiten.

Im Interview mit SUBDEV spricht er über die großartige Entwicklung seiner Umsätze und den von ihnen durchgeführten Marketingmaßnahmen.

Herr Schuller, das sind Wahnsinnszahlen aus Amstetten! Von einem durchschnittlichen AUV mit 8.000 Euro im Jahr 2019 liegt Ihr Restaurant jetzt bereits bei 13.000 EUR und hat vereinzelt sogar Umsätze von über 15.000 Euro in der Woche erzielt. Wann hat diese Entwicklung eingesetzt?

„Es hat im Grunde mit dem ersten Lockdown angefangen. Wir haben das Beste aus der Situation machen wollen und hätten viele Lebensmittel entsorgen müssen. Das wollten wir unbedingt verhindern und haben stattdessen mit **Sozialem Marketing** angefangen. Und da wollten wir denen was Gutes tun, die ständig an der Front sind und haben die Corona Stationen in den **Krankenhäusern** beliefert. Das kam super an und damit haben wir gleich weiter gemacht: **Polizei, Feuerwehr, das Frauenhaus**, wir haben in dieser schwierigen Zeit alle mit Gratis-Subs versorgt. Weitere Lebensmittel, die übrig waren, haben wir an einen gestrandeten **Zirkus** gespendet. Das hat sich in der Stadt rumgesprochen.

Am Tag vor der Wiedereröffnung wollten wir unbedingt mit den Mitarbeitern ein Training davor durchführen. Dann habe ich das Krankenhaus angerufen und gefragt, „*Wieviele Mitarbeiter habt ihr?*“ und sie haben gesagt „500“ - naja, dann haben wir halt 500 Subs gemacht und die zum Krankenhaus geliefert.



Daraufhin haben wir der Amstettener Feuerwehr, die beim Starkregen wahnsinnig geholfen hat, 20 Subs gespendet. Denen haben wir die bedruckten **Poker-Jetons**, die man gegen Sandwiches bei uns einlösen kann, gegeben. Seitdem habe ich ständig lauter Feuerwehrmänner als Gäste.

Wir haben auch einen **Skate Contest gesponsert**, mit Cookie Boxen und den Jetons. Da haben wir jetzt die ganzen Skater daran gewöhnt, dass der nächste Ort zum Skaterpark das Subway Restaurant ist.

Den Berufsschülern habe ich die **SubDeal Karten** direkt selbst in die Hand gedrückt, das war super, weil man auch gleich persönlich ins Gespräch kommen und Kontakte knüpfen konnte.

Außerdem haben wir an allen Zufahrten **Beschilderungen**. Ein tolles Schild, bei dem ich den Effekt sofort gemerkt habe, musste ich leider wieder abnehmen, aber ich suche weiter. Das habe ich auch schon vorher so gemacht: Ich bin durch die Stadt gefahren und habe mir die Orte, zum Beispiel Zäune, rausgesucht, an denen ich gerne

Schilder aufgehängt hätte. Dann habe ich bei dem entsprechenden Haus geklingelt und einfach mal ein Angebot ausgesprochen.“

Wie geht's weiter? Haben Sie weitere Marketingaktionen geplant?

„Vor Corona habe ich auch immer gerne **Verkostungen** vor dem Restaurant angeboten, indem ich einfach ein Footlong aufgeschnitten und kleine Kostproben angeboten habe. Das geht aktuell wegen der Corona Situation nicht, aber ich werde das definitiv wieder aufnehmen, wenn es möglich ist. Gerade viele Wocheneinkäufer, die eigentlich nicht zu unseren typischen Gästen gehören, sind seitdem zu Stammgästen geworden.

Meine Aktionen mit den neuen Jetons werde ich dieses Jahr weiter skalieren. Ich werde 1.000 Stück bestellen, mit denen ich alle Einrichtungen wieder versorgen werde. Die Leute müssen einfach mal zu uns gekommen sein. **Wir haben mit Abstand das geilste Fast Food Produkt und die Leute müssen das testen. Ich bin von diesem Produkt und der Marke absolut überzeugt.**



SUBWAY Amstetten
Sebastian & Sandra Schuller

Sehr interessant war für mich auch, bei **Google My Business** loszulegen, das mach ich jetzt seit 2 Jahren. Ich bin da kein Experte, aber es ist kein großer Aufwand gewesen. Ich habe die Werbung einmal eingestellt und schaue mir von Zeit zu Zeit die Ergebnisse an. Das Ganze kostet mich 50 Euro im Monat und gerade Geschäftsleute kommen jetzt öfters. Die „googeln“, wo sie heute in Amstetten essen können - und wir sind ganz oben in der Liste! Auch Durchreisende kommen jetzt viel öfter. Damit werde ich auf jeden Fall weiter machen.“

Das Restaurant des Ehepaars Schuller liegt in Amstetten in Niederösterreich. Mit 23.500 Einwohnern ist Amstetten nicht gerade eine Metropole, aber die Lage des Restaurants erweist sich immer mehr als Top-Standort, an dem auch die Bundesstraße B1 in der Nähe entlangführt.

Eröffnet haben die Schullers ihr Restaurant 2016 im Metro Dekor. Das Restaurant wird mit viel Herzblut geführt und dabei immer höchster Wert auf erstklassige Operations gelegt. Perfekter Service steht hier im Vordergrund. Das spiegelt sich auch in den REV Scores wider: Unter 95% hat dieses Restaurant noch nie gelegen.

Auch die Gäste merken, wie wichtig und willkommen sie sind: Bei Google liegt das Restaurant mit 4,4 Sternen ganz weit vorne. Am deutlichsten zeigen sie aber, wie gern sie dort essen gehen, durch ihre Besuche: Im Jahr 2021 ist der durchschnittliche Wochenumsatz um 50% und mehr zu den Vorjahren gestiegen. Eine großartige Leistung, die zeigt, wie herausragende Operations und konsequentes Marketing ein Restaurant an die Spitze katapultieren können.

Lizenzvergabe in Thüringen

Die Stadt Altenburg in Thüringen ist über 1.000 Jahre alt und, neben einer schönen Altstadt vor allem dafür bekannt, dass hier das beliebte Kartenspiel Skat erfunden wurde. Auch das sogenannte Skatgericht, an das sich Spieler bei Regelfragen wenden können, tagt hier regelmäßig. Unsere Sandwiches kann man in Altenburg schon seit 7 Jahren genießen, und Franchisee Achim Dathe steht nun vor der Eröffnung seines zweiten Restaurants. Achim Dathe ist ein Gastronom und Unternehmer aus Leidenschaft. Schon in jungen Jahren übernahm er das regional sehr bekannte und beliebte Fischrestaurant „Meeresbuffet“ in der Innenstadt von Altenburg und schrieb dessen Erfolgsgeschichte

fort. Im Laufe der Jahre kamen unter anderem ein Café und die gastronomische Versorgung des örtlichen Freibades hinzu und im Jahre 2015 auch das erste SUBWAY Restaurant.



Franchise Partner
Achim Dathe

Von Anfang an nutzte Herr Dathe seine gastronomische Erfahrung und baute eins der operativ stärksten Teams im SUBDEV Gebiet auf, das besonders durch einen wirklich stets hervorragenden Service besticht. Nach der Relocation an den Pauritzer Platz erstrahlt das Restaurant im neuen Fresh Forward Look und soll nun in der Platanenstrasse in Altenburg gute Gesellschaft mit Achim Dathes zweitem Standort bekommen.

„Der neue Standort spricht nochmal eine ganz andere Klientel an, als mein erstes Restaurant

und wir sind sehr optimistisch, auch hier Erfolg zu haben.“, freut sich Herr Dathe, der sich im Stadtrat und Kreistag zudem für die wirtschaftliche Entwicklung der Region stark macht, schon auf die Eröffnung. Wir werden davon berichten.

Lizenzvergabe in Berlin

Auch Business Developer Thorsten Hüttemann glaubt fest an die vielversprechende Ausgangsposition, die sich unsere Marke in den vergangenen Monaten verschaffte. So war es für ihn und seine Geschäftspartner eine strategisch völlig logische Entscheidung, sich gleich für 3 weitere Restaurantlizenzen zu bewerben. Aktuell führt er mit seinen Betreiberfirmen bereits 5 Standorte in Berlin. Nun sollen 3 weitere hinzukommen.



Business Developer
Thorsten Hüttemann

Lizenzvergabe in Oberbayern

Gerhard Müller betreibt mit einem Geschäftspartner drei SUBWAY Restaurants im Großraum München. Zu diesen zählt unter anderen der High Volume Standort am Münchner Ostbahnhof. Die Location wurde im November 2007 eröffnet und zählt zu den stärksten Bayerns. An guten Tagen werden hier zwischen 300-400 Units verkauft.



Franchise Partner
Gerhard Müller

Der Unternehmer, der neben SUBWAY auch in der Hotellerie aktiv ist, erwirbt nun eine weitere Lizenz für einen TOP-Standort in Dachau. Wir freuen uns bereits heute mit ihm auf das nächste Projekt.

Fresh Forward Development

Auch in diesem Monat dürfen wir wieder eine Reihe von neuen Fresh-Forward Restaurants vorstellen. Das SUBWAY Restaurant in Deggendorf hat den Umzug erfolgreich abgeschlossen. Und dabei ist der Ausdruck „erfolgreich“ eigentlich untertrieben. Seit der Wieder-Inbetriebnahme im neuen Dekor und unter neuer Adresse haben sich die Umsätze mehr als verdoppelt. Wir gratulieren Herrn Özgür und wünschen ihm weiterhin viel Erfolg.



SUBWAY Deggendorf

Auch das SUBWAY Restaurant in der Völkermarkter Straße 274 in Klagenfurt erstrahlt seit dem 18.2.22 in neuem Gewand. Das Restaurant wurde im Jahr 2012 im Metro Dekor gebaut und zählt heute zu den stärksten Restaurants in Österreich.



SUBWAY Klagenfurt

In Burghausen eröffnete das SUBWAY Restaurant in der Marktler Straße 32 im Jahr 2007 seine Tore. Die Übernahme des Restaurants im Jahr 2021 durch Angelica Petre brachte jede Menge frischen Wind in den Standort. Diese positiven Trends wirkten sich bereits sichtbar auf Besucherfrequenzen aus.

Nun wurde das Restaurant, mit dem in die Tage gekommenen Tuscany Dekor, renoviert. Wir sind gespannt wie sich das moderne Erscheinungsbild auf die Umsatzentwicklung auswirkt - die Eindrücke aber sprechen jetzt schon für sich.



SUBWAY Burghausen - Tuscany



SUBWAY Burghausen - Fresh Forward

Training

Das SUBDEV Büro bietet auch im Jahr 2022 ein umfangreiches Trainingsprogramm an. Einen speziellen Fokus erhält dabei das Manager Training.

Es soll die Restaurantbetriebe im Aufbau von Führungskompetenzen im Bereich von Betriebswirtschaftlicher Kontrolle aber auch LSM unterstützen. Auch diverse Tools für digitale operative Abläufe kommen beim Manager Training nicht zu kurz. Hierzu ist ein Zeitraum von einer Woche angesetzt.

- 14.03 - 18.03 Berlin
- 04.04 - 08.04 München
- 27.06 - 01.07 "on the Road"
- 29.08 - 02.09 Berlin
- 12.09 - 16.09 München
- 28.11 - 02.12 Berlin

Neben dem Manager Training sind weitere **Strategic Multi Unit Owner** Workshops geplant, sowie **My Google Business Trainings**, die im Umgang mit der digital-Plattform (auch für LSM Zwecke) helfen sollen.

Auch zum Thema **SELF-REV** werden aktuell kurze Onlinetrainings angeboten, die sowohl Franchise-Partnern als auch Managern zur Verfügung stehen.

Durchgeführt werden die Trainings durch die Certified Trainer Alexander Krüger und Pascal Barz.



Certified Trainers:
Pascal Barz & Alexander Krüger

Local Store Marketing - A best practice examples

In this newsletter we would like to present a special achievement of a franchisee-team from the SUBDEV region.

The Franchisee couple Sebastian and Sandra Schuller from Amstetten have experienced a real sales boom since opening after the first lockdown. Just last week the restaurant achieved weekly sales of 14,000 euros - and that in a community with just over 23,000 inhabitants. This was not a one-day wonder: For months, guests have been enthusiastically flooding into the restaurant. The reason: In addition to an operational first-class restaurant, the franchisees have won the attention and hearts of countless new guests with local store marketing campaigns. For Mr. Schuller social marketing was especially important. Activities that were initially born out of a willingness to help, quickly showed the potential to bring additional customers into the restaurant. This synergy effect - **helping and at the same time attracting new guests** - has become a proven recipe for the franchisees.

The Schullers are also very active in other LSM measures. For two years the entrepreneurs have already been using **Google My Business** to be at the forefront of digital marketing as well.

But also classic approaches, such as distributing **SubDeal cards** to schoolchildren in the area, are an important matter of course.

In an interview with SUBDEV, Mr Schuller talks about the great development of his sales and the marketing activities they have implemented.

These are incredible sales figures from Amstetten! From an average AUV of 8,000 euros in 2019, your restaurant is now already at 13,000 euros and has achieved sales of over 15,000 euros a week in some cases. When did this development start?

„It began with the first lockdown. We wanted to make the best out of the situation and we didn't want to dispose all the food. Therefore, we started with social marketing instead. We focused on heroes who are constantly on the front lines, so we supplied the Corona stations in the hospitals with free sandwiches. This was very well received, and we immediately continued this way: **the police**, the **fire department**, the **women's shelter**, we supplied them all with free subs during this difficult time. We also donated sandwiches to a **stranded circus**. And then Word spread around town.

SUBDEV

Bayern · Berlin · Brandenburg ·
Sachsen-Anhalt · Thüringen ·
West und Ost-Österreich · Nord Italien

The day before our reopening, we wanted to do a training session with our staff to be well prepared. I called the local hospital and asked: "How many employees do you have?" and they said "500" - well, then we just made 500 subs and delivered them to **the hospital**.



Right after that, we donated 20 subs to the Amstetten fire department, which helped insanely during the heavy rain. We gave them printed **poker chips** that you can redeem for sandwiches at our place. Since then, we have had lots of firefighters as guests all the time.

We **sponsored a skate contest**, with cookie boxes and the poker chips. Now we've got all the skaters used to the fact that the closest place to the skate park is our Subway restaurant. I gave the **SubDeal cards** to the vocational students myself, which was great, because you could also talk to them in person and make contacts.

Then we have **signages** at all the entrances to the city. A great sign, where I noticed the effect immediately, had to be taken off immediately again. But I will continue to search. I drive through the city and pick out the places, fences i.e., where I would like to put up signs.

Then I ring the doorbell of the house and simply make an offer."

What's next? Do you have any other marketing campaigns planned?

"Before Corona, I also used to offer tastings in front of the restaurant by simply offering small samples. I can't do that currently because of the Corona situation, but I will resume that when it's possible again. Especially many weekly shoppers who are not really our typical guests have become regulars this way.

We will continue to scale our promotions with the new tokens this year and will order 1.000 more chips, that will be given to all the mentioned facilities.

We have by far the most awesome fast-food product and people need to get in touch with it. We are convinced of our product and the brand and believe that this is the best way to increase customer counts.



SUBWAY Amstetten
Sebastian & Sandra Schuller

It was also very interesting for me to get started with **Google My Business**, which I've been doing for 2 years now. I am not an expert, but it has not been a big effort yet. I have set the advertising once and now check the results on the portal once a month. We pay around 50 euros per month for these ads and have the feeling that businessmen visit us more often now. They google about where to eat in Amstetten today - and we are at the top of the list! Even people passing through come much more often now. We will definitely continue with this as well."

The restaurant of Sandra & Sebastian Schuller is located in Amstetten in Lower Austria. With 23,500 inhabitants, Amstetten is not precisely a metropolis, but the restaurant's location is increasingly proving to be a top location, with the B1 federal highway also running nearby.

The Schullers opened their restaurant in 2016 in Metro Decor. The two have put a lot of heart and soul into running their business, always placing the highest value on first-class operations, and putting perfect service first. This is also reflected in the REV scores: this restaurant has never scored below 95%.

Guests also notice how important and welcome they are: On Google, the restaurant is way out in front with 4.4 stars. But the clearest way they show how much they enjoy eating there is through their visits: In 2021, average weekly sales were up 50% or more from previous years. An incredible achievement that shows how outstanding operations and consistent marketing can catapult a restaurant to the top.

Franchise acquisition in Thuringia:

Altenburg in Thuringia is over 1,000 years old. In addition to the beautiful old town, the city is especially known for the fact that the popular card game Skat was invented here. The so-called Skat Court, to which players can turn to in questions of rules, also meets here regularly. Our sandwiches can be enjoyed in Altenburg for 7 years already, and franchisee Achim Dathe is now about to open his second restaurant. Achim Dathe is a restaurateur and entrepreneur with a passion. At a young age, he took over the regionally very well-known and popular fish restaurant "Meeresbuffet" in downtown Altenburg and continued its success story. Over the years, among other business, a café and a restaurant for the local outdoor swimming club were added and in 2015 the SUBWAY restaurant followed.

From the beginning, Mr. Dathe used his gastronomic experience and built up one of the operationally strongest teams in the SUBDEV area, which particularly impresses with a truly always



Franchise Owner
Achim Dathe

excellent service. After the relocation to the Pauritzer Platz the restaurant shines in the new Fresh Forward Look. Now another Fresh Forward restaurant is to be opened in the Platanenstrasse in Altenburg.

"The new location appeals to a completely different clientele than my first restaurant. We are very optimistic that we will be successful here as well." says a delighted Mr. Dathe, who is also a

strong advocate for the economic development of the region in the city and district council. We will report on the upcoming opening...

Franchise acquisition in Berlin

Thorsten Hüttemann strongly believes in the promising starting position that our brand has achieved over the past few months. So, it was a strategically and logical decision for him and his business partners to apply for three more restaurant franchises at once. Currently, he already runs 5 locations in Berlin with his operating companies. Now 3 further restaurants are to be added.



Business Developer
Thorsten Hüttemann

Franchise acquisition in Upper Bavaria

Gerhard Mueller operates 3 SUBWAY restaurants in Munich with a business partner. These include the High-Volume location at Munich's Ostbahnhof station. The location opened in November 2007 and is one of the strongest in Bavaria. On good days, between 300-400 units are sold here. The entrepreneur, who is also active in the hotel business in addition to SUBWAY, is now acquiring another franchise for a TOP location in Dachau. We are already looking forward to the next project with him.



Franchise Owner
Gerhard Müller

Fresh Forward Development

Also, this month we may introduce several new Fresh-Forward restaurants. The SUBWAY restaurant in Deggendorf has successfully completed the relocation. And the term "successful" is an understatement. Since the reopening in the new decor and at the new address, sales have more than doubled. We congratulate Mr. Özgür and wish him every success for the future.



SUBWAY Deggendorf

The SUBWAY restaurant at Völkermarkter Straße 274 in Klagenfurt has also been resplendent in a new look since 18.2.22. The restaurant was developed in 2012 in Metro Decor now belongs to the strongest restaurants in Austria.



SUBWAY Klagenfurt

In Burghausen, the SUBWAY restaurant opened its doors at Marktler Straße 32 in 2007. The takeover of the restaurant in 2021 by Angelica Petre brought plenty of fresh wind into the location. Now the restaurant, with its aging Tuscan decor, has been renovated. We are curious to see how the modern look will affect sales.



SUBWAY Burghausen - Tuscany



SUBWAY Burghausen - Fresh Forward

Training

The SUBDEV office will continue to offer an extensive training program in 2022. A special focus will be the manager training.

It is designed to support the restaurant companies in the development of leadership skills in business management control but also LSM. Additionally, the manager training covers various tools for digital operational processes. The training takes one week.

- 14.03 - 18.03 Berlin
- 04.04 - 08.04 Munich
- 27.06 - 01.07 "on the Road"
- 29.08 - 02.09 Berlin
- 12.09 - 16.09 Munich
- 28.11 - 02.12 Berlin

In addition to the **Manager Training**, further **Strategic Multi Unit Owner Workshops** are planned as well as **My Google Business Trainings**, which will help in dealing with the digital platform (also for LSM purposes).

Short online trainings are also offered on the topic of **SELF-REV**, which is available to both franchise partners and managers.

The trainings are conducted by the Certified Trainers Alexander Krüger and Pascal Barz.



Certified Trainers:
Pascal Barz & Alexander Krüger