

Burger King Schweiz: Hungrig auf mehr - Handelszeitung

Lesezeit: 3 Minuten
5-6 Minuten

Es kommt nicht oft vor, dass Führungskräfte das Burger- und das Banking-Business à fond kennen. [Nils Engel](#), 47, ist ein Vertreter dieser raren Spezies.

14 Jahre lang war der Neuenburger für die BZ Bank tätig, 2014 wechselte er zu [Burger King](#) ins Hamburger-Habitat. Frage also an Nils Engel: Wo sind die Margen besser – im Banking oder im Burger-Business? Der Romand serviert die Antwort ebenso geschäftstüchtig wie diplomatisch: «Wenn man es richtig macht, sind die Margen an beiden Orten richtig gut.»

Bei der BZ Bank, Engel war dort zuletzt CEO und zuvor Head of Research, machte er seinen Job gewiss gut. Aber irgendwann sei bei ihm der Wunsch gewachsen, in einer Welt abseits der Dukaten-Vermehrer tätig zu werden: «Ich wollte selber unternehmerisch tätig werden», erzählt Engel, «in meiner Analystenzeit habe ich Erfahrungen mit dem Fast-Food-Business sammeln können, die mir nun zugutekommen.»

12 von 15 Chickeria-Betrieben übernommen

Bis vor kurzem noch herrschte Engel bestenfalls als Burger-Prinz bei Burger King [Schweiz](#). Als Chef der BKTL Holding war er als Franchisenehmer für elf der sechzig Schweizer Burger-King-Ableger zuständig. Im Frühjahr 2020 landete Engel einen Coup, seine BKTL-Gruppe übernahm 12 der 15 Chickeria-Betriebe von der Migros, die nicht mehr glücklich war mit ihrem Poulet-Schnellverzehr-Konzept. Seit neuestem sitzt Engel jetzt auf dem Schweizer Thron von Burger King. Der Ex-Banker grüsst als neuer Master-Franchisenehmer des Fast-Food-Riesen in der Schweiz.

Seine Firma hat er von BKTL auf BKCH umbenannt. Was sich wie ein übler Rachenkracher anhört, lässt sich als Burger King Schweiz ausbuchstabieren. Das Unternehmen sitzt in Rapperswil, nicht weit weg also von der Burger-King-Europazentrale, die im Kanton Zug domiziliert ist. Als gemeinsames Ziel, sagt Engel, sei ein Wachstumsplan vereinbart worden: «Über die nächsten fünf Jahre soll die Anzahl der Burger-King-Restaurants in der Schweiz von aktuell sechzig auf über hundert steigen.»

Wachstum sieht Engel für seine Marke vor allem in den Vororten der grossen Städte Basel, Bern, Genf, Lausanne und Zürich als Drive-ins. In den Zentren sei Burger King bereits gut vertreten. An Einkaufszentren sei das Interesse «eher geringer».

Der Sprung von sechzig auf hundert Burger-King-Ableger mag sich ehrgeizig anhören – aber selbst im Erfolgsfall läge man so immer noch meilenweit hinter dem wahren Schweizer Burger-König zurück: hinter Erzrivale [McDonald's](#), der schon mit 170 Bulettenbuden im Land steht. Eine weitere Zahl demonstriert eindrücklich, wer im helvetischen Burger-Duell der wahre Schwergewichtsmeister ist. Umsatz McDonald's: gegen 800 Millionen Franken.

Umsatz Burger King: gemäss Schätzungen nicht über 180 Millionen. Engel macht das nicht kirre. Im Gegenteil, der Romand scheint sich wohl zu fühlen in der Rolle des ewigen Burger-Vizekönigs in der Schweiz: «Wir wollen in der Schweiz nicht grösser werden als McDonald's», sagt Engel, «das wäre bestimmt ein falsches Ziel.»

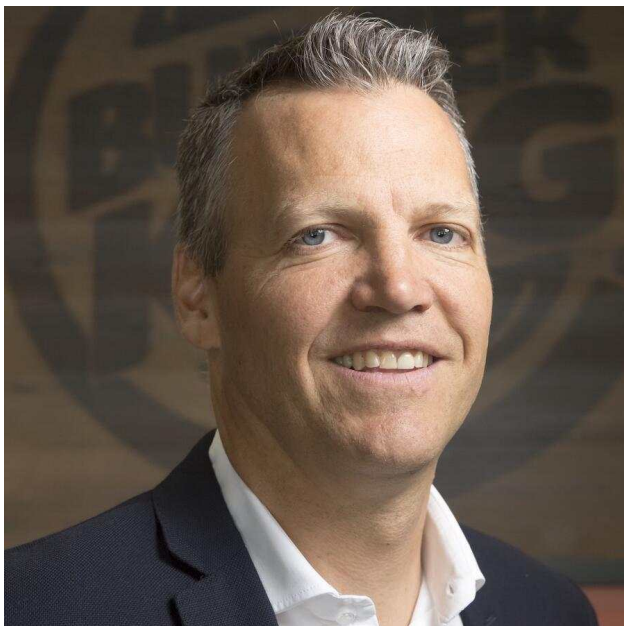
Der Vergleich mit McDonald's verfolgt Engel auf Schritt und Tritt. Kein Wunder, die ewige Burger-Battle gehört zu den ikonischen Marken-Duellen dieser Welt. Engel kann gut damit umgehen. Und erkennt in der Präsenz von McDonald's auch Chancen für seine Welt: «Wenn es in Freiburg drei Ableger von McDonald's gibt, dann zeigt mir das, dass auch für uns ein [Restaurant](#) drinliegt.»

Grosses Potenzial in der Schweiz

Potenzial sieht Engel einiges für Burger King in der Schweiz. Themen wie Swissness oder Preiswürdigkeit seien in Schweizer Köpfen oft mit dem Stichwort McDonald's versehen; «dabei haben wir hier mindestens ebenso viel zu bieten». Und, sagt der neue Schweizer Burger-König, «bei weiblichen Kunden können wir stärker werden». Zu oft noch sei es in der hiesigen Damenwelt gelerntes Verhalten, bei Burger-Heisshunger gleich an McDonald's zu denken.

Was Engel im Gegensatz zum Erzrivalen nicht bieten will: Tischservice. «Dazu haben wir keine Pläne, dafür aber laufen bei uns Tests mit dem Buzzer-System.» Will heissen: Der Kunde bestellt, setzt sich hin – und erfährt durch den Alarm der mitgelieferten Rasselschüssel, dass sein Burger nun parat ist. Sehr erwärmen kann sich Engel für die Einführung eines Premium-Menüs, wie es Burger King bereits andernorts anbietet.

Neben Burger King hat Engel [Pläne für die Fried-Chicken-Kette Popeyes](#), die wie Burger King zur Firmenfamilie Restaurant Brands International gehört: Geplant sei, sagt Engel, «im Oktober in Zürich-Oerlikon das erste Schweizer Popeyes-Restaurant zu eröffnen».



Nils Engel: «Wir wollen in der Schweiz nicht grösser werden als McDonald's.»

Quelle: Salvatore Vinci / 13 Photo