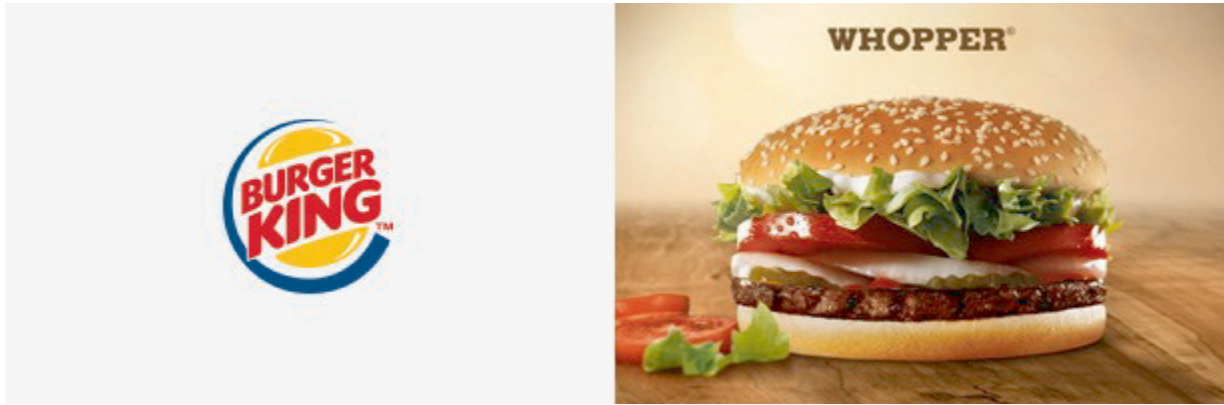


Burger King



Burger King är en amerikansk snabbmatskedja som huvudsakligen säljer hamburgare. Burger King har sitt huvudkontor i Miami, USA och har över 400 000 medarbetare. Burger King är en av världens största restaurangkedjor med cirka 14 000 restauranger i över 95 länder. Varje dag har Burger King ungefär 11 miljoner gäster, och under 2014 hade hamburgerkedjan en årlig omsättning på över 7 miljarder dollar.

HISTORIK

Burger King grundades av David Edgerton och Jim McLamore 1954 när de öppnade sin första hamburgerrestaurang i Miami. Deras strävan var egentligen inte särskilt märkvärdig. De ville servera goda, prisvärda hamburgare av bra kvalitet. Sedan öppnandet gick allt väldigt fort, och bara något år efter grundandet uppfanns den klassiska Whoppern som då kostade två kronor och femtio öre.

År 1975 infördes drive-thru på ett antal restauranger, och fyra år senare introducerade Burger King frukostmenyer. De nya frukostalternativen tillsammans med drive-thru-funktionen blev draglok för ökade försäljnings- och besökstillfällen i början av 80-talet, vilket senare öppnade upp för fler meny tillägg i form av kycklingalternativ.

År 2005 bildades Burger King McLamore Foundation som avser att stödja lokala samhällsinitiativ, studenter och anställda inom Burger King.

Fyra år senare, 2009 infördes det nya designkonceptet 20/20 med syfte att modernisera Burger Kings restauranger. Resultat kan ses idag på många av Burger Kings restauranger världen över, och projektet beräknas pågå fram till 2020. Det nya designkonceptet har kompletterats med 20/20 light som är särskilt anpassad för den nordiska marknaden och kan nu ses på ett flertal av NSP:s restauranger.

MARKNAD

Efter grundandet i Miami fortsatte etableringen och expansionen av Burger King-restauranger i USA. Först tio år efter den första restaurangöppningen tog Burger King klivet ut på den internationella marknaden och öppnade en restaurang i Puerto Rico, som skulle bli den första utanför USA. Madrid fick sedan den första restaurangen i Europa 1975 medan vi i Sverige fick Europas andra Burger King-restaurang som öppnade på Gustav Adolfs torg i Malmö ett år senare.

Burger King är en av världens största snabbmatskedjor och är rankat som nummer två i storlek inom kategorin hamburgerrestauranger. Genom ett gediget menyval och framgångsrika kommunikationsinsatser har man idag ett välkänt globalt varumärke. Hamburgaren Whopper, företagets slogan "grillat är godast" och uttrycket "have it your way" är bara några exempel på

vad konsumenter associerar med Burger King.

Större delen av företagets restauranger drivs via franchise som har varit en framgångsrik modell för Burger King. Franchisemodellen har bidragit till att restaurangägarna har fått ett större inflytande över hur produkterbjudandet ska utformas vilket i sin tur gjort att Burger King lättare kan anpassa sig efter rådande marknadstrender. Under senare år har man framgångsrikt arbetat med att snabba upp servicen till kunderna.

På den svenska marknaden är Burger King rankat som den tredje största hamburgerkedjan med sina 91 restauranger. NSP äger och driver ett 61 restauranger i Sverige och Danmark.

ERBJUDANDE

Burger King erbjuder i huvudsak hamburgare med tillbehör som exempelvis pomes frites och läsk. Burger King har även många olika sidoprodukter som delvis grundar sig i lokala anpassningar. Burger King har en gedigen och varierad meny och attraherar idag en bred kundkrets som också omfattar de konsumenter som efterfrågar mer hälsosamma alternativ. Restaurangernas menyer har idag ett väsentligt större inslag av sallader och andra nyttigare produkter.

KVALITET

Burger King har ett genomgående miljöarbete. Kvalitetssäkringar är A och O på Burger Kings restauranger. Vi har alltid varit selektiva när vi väljer våra ingredienser och strikta kvalitetskontroller genomförs noggrant över hela värdekedjan, från val av leverantör och råvaror via hela produktionsprocessen till att maten levereras färdiglagad till slutkonsument. Våra etiska och kvalitativa krav gäller alla leverantörer, och vi använder kontinuerliga tredjepartskontrollanter för att säkerställa att de efterföljs.



Matsvinnet på restaurangerna ligger på endast 0,8% (motsvarande siffra i svenska hushåll ligger på 25%). Omkring 90% av restaurangernas avfall återvinns. Förpackningsmaterial skickas till pappersbruk och plaståtervinningsföretag. Restavfall går till energiutvinning för uppvärmning av bland annat bostäder. Alla förpackningar är gjorda av nedbrytbart material och fritösfettet lämnas till återvinning. Vi har ett effektivt logistiskt system med en distributör som levererar huvuddelen av restaurangernas varor. Varornas förpackningar är anpassade så att de skall kunna packas optimalt och på så vis minimera antalet transporter.

Samtliga råvaror är fria från GMO och vi använder inte transfett i vår fritösolja. Dessutom är vårt kaffe både Krav- och Rättvisemärkt.

BK POSITIVE STEPS

Burger King jobbar utifrån sitt CSR-program BK Positive Steps. Positive Steps fokuserar på fyra huvudområden; mat, människor, miljö och bolagsstyrning. Det innebär bland annat att Burger King ska erbjuda en bred meny för att kunderna ska ha möjlighet att anpassa sin rätt efter sina önskemål. Inom ramen för BK Positive Steps finns det även bestämt att inget nötkött ska komma från djur som lever i nyligen skövlande regnskogar. Inom Positive Steps ingår också utbildning av Burger Kings personal för att upprätthålla den höga kvalitet som ställs på företaget och skötseln av restaurangerna.

I september 2007 gick Burger King med i rådet CBBB, vars uppgift är att begränsa reklam av onyttiga produkter. Detta innebär att Burger King endast riktar reklam till barn om detta överensstämmer med de kriterier gällande näringsvärden och kalorier som CBBB har satt upp och bestämt som lämpliga.