



Een onderzoek naar de potentiële markt van McDonald's Winschoten

**Naam:** Ralf Dost

**Studentnummer:** 1075705

**Afstudeer begeleider:** Dhr P. van Steen

**Opdrachtgevers:** Rijksuniversiteit Groningen en dhr. A.W Berendsen

**Datum:** juni 2006

*Een onderzoek naar de potentiële markt van McDonald's Winschoten*

**Naam:** Ralf Dost

**Studentnummer:** 1075705

**Afstudeer begeleider:** Dhr P. van Steen

**Opdrachtgevers:** Rijksuniversiteit Groningen en dhr. A.W Berendsen

**Datum:** juni 2006

## ***Voorwoord***

Dit rapport is het resultaat van het afstudeeronderzoek dat de potentiële klanten van de McDonald's te Winschoten in kaart heeft gebracht. Het onderzoek is gedaan in opdracht van dhr A.W. Berendsen, franchisenemer van McDonald's te Winschoten, Appingedam en Stadskanaal.

Het onderzoek is uitgevoerd in het kader van het einddoctoraal van de afstudeervariant Economische Geografie aan de Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen van de Rijksuniversiteit Groningen. Het onderzoek heeft plaatsgevonden van eind september 2004 tot en met begin juli 2005.

Tijdens het onderzoek ben ik vanuit de Faculteit der Ruimtelijke Wetenschappen begeleid door dhr P. van Steen. Vanuit McDonald's Winschoten ben ik begeleid door dhr A. Berendsen. Hierbij wil ik dhr P. van Steen en dhr A. Berendsen bedanken voor hun begeleiding. Ook wil ik mijn ouders, broers en schoonouders bedanken voor hun steun. Mijn grootste dank gaat uit naar diegene die mij ieder moment heeft geholpen en gesteund tijdens het complete traject, mijn vriendin Carola.

Winschoten, februari 2006

## Samenvatting

Dit onderzoek brengt in kaart hoe de potentiële markt eruit ziet en verschaft inzicht in deze markt. Dit om het marketingbeleid zo te kunnen aanpassen, indien nodig, dat de werkelijke markt van de McDonald's te Winschoten vergroot wordt en tengevolge hiervan ook de omzet zal stijgen.

Het marktgebied van de McDonald's te Winschoten bestaat uit zeven verschillende gemeenten die geheel of gedeeltelijk tot het marktgebied van de McDonald's behoren. Binnen het marktgebied is Winschoten de plaats met relatief veel ouderen en Menterwolde de gemeente met relatief veel jongeren.

Teneinde de potentiële markt in kaart te brengen is een enquête onder 403 personen in het marktgebied gehouden.

De respondenten hebben de volgende kenmerken: gemiddelde leeftijd is bijna 41 jaar, de verdeling man/vrouw is gelijk en de meeste respondenten zijn samenwonend en hebben één of meerdere kinderen. Er is wel een duidelijk verschil tussen de huidige klanten en non users van de McDonald's te Winschoten. Zo ligt de gemiddelde leeftijd van de huidige klanten veel lager dan die van de non users. En hiermee samenhangend behoren relatief meer non users tot de groep samenwonenden zonder kinderen.

De concurrentie van de McDonald's te Winschoten zijn de eetgelegenheden die, volgens de respondenten, binnen een afstand van 15 minuten gevestigd zijn. Het grootste deel van de respondenten weet dat de cafetaria, het Chinese restaurant, de pizzeria en het Griekse restaurant binnen een afstand van 15 minuten liggen, en zodoende tot de concurrentie van de McDonald's behoren. Het merendeel van de inwoners van het marktgebied is bereid om 15 minuten of langer te reizen voor een bezoek aan een eetgelegenheid. Het Chinese restaurant en de cafetaria worden tevens relatief het vaakst bezocht door de inwoners van het marktgebied.

De kwaliteit van het eten in een eetgelegenheid wordt door het grootste gedeelte gezien als grotendeels belangrijk of heel belangrijk. Dit is de eis waar de inwoners van het marktgebied de meeste waarde aan hechten.

Bijna alle inwoners van het marktgebied komen wel eens in Winschoten en bij deze groep is bekend dat er een McDonald's in Winschoten is gevestigd. Ongeveer 45% van de inwoners van het marktgebied behoort tot de huidige klanten van de McDonald's. Het deel van de huidige klant dat tot de heavy users gerekend kan worden in Winschoten (11%) is relatief klein ten opzichte van geheel Nederland (22%).

Bijna driekwart van deze groep komt samen met vrienden of familie als men een bezoek brengt aan de McDonald's.

De inwoners van het marktgebied geven aan de vrijdag en zaterdag de meest geschikte dagen te vinden om een bezoek aan de McDonald's te brengen. De maandag is daarentegen de minst favoriete dag om een bezoek aan de McDonald's te Winschoten te brengen. De favoriete tijd van de huidige klanten is tussen 17 en 19 uur. De andere tijden vindt men minder geschikt omdat men dat geen gepaste tijd vindt, dan nog aan het werk of op school is of men dan thuis eet.

Er zijn verschillende redenen die de non users geven waarom zij niet naar de McDonald's te Winschoten komen. Ten eerste geeft men aan dat het eten te duur is. Daarnaast vindt men het eten niet lekker, vindt men het niet gezellig in het restaurant en vindt men dat er te veel

calorieën in het eten zit. Het grootste gedeelte van de non users geeft echter aan dat men geen behoefte heeft aan een bezoek aan het McDonald's restaurant in Winschoten, namelijk 73,5%. Deze groep wordt gerekend tot de "geen klanten" van de McDonald's. De groep non users die overblijft is de potentiële markt van McDonald's te Winschoten (26,5%).

Een relatief groot gedeelte van de potentiële klanten geeft aan wel bij McDonald's te Winschoten te komen indien er andere producten in het assortiment van de McDonald's zouden zitten. Als men een eigen product mag samenstellen, het minder duur is of men (vaker) een voordeelbon krijgt, vinden de potentiële klanten tevens een aanleiding om wel naar de McDonald's te Winschoten te komen.

Het assortiment van McDonald's te Winschoten is het minst bekend bij de potentiële klanten van deze McDonald's. Hiervan is relatief het grootste gedeelte niet op de hoogte van de producten die tot het assortiment van de McDonald's behoren. De huidige klanten zijn beter op de hoogte van de producten die behoren tot het assortiment. Toch is ook hier nog een relatief groot gedeelte die niet bekend is met bepaalde producten in het assortiment van McDonald's.

Om de potentiële klanten van de McDonald's als klant te winnen dient de McDonald's deze groep te benaderen. De delen van het marktgebied met de meeste potentiële klanten moeten geselecteerd worden. Hier kan men gaan flyer en adverteren om zo deze potentiële klanten te laten profiteren van een voordeelaactie en bekend te maken met het assortiment (aanwezigheid producten in het assortiment en calorieën in de producten).

Tevens zullen er voordeelbonnen moeten komen voor bepaalde dagen en tijdstippen zodat er op deze relatief rustige momenten extra klanten komen.

In het restaurant dient ook gewerkt te worden aan de sfeer. Relatief veel potentiële klanten komen niet omdat het er niet gezellig is. Men moet hierbij goed kijken naar de aankleding van het restaurant en de vriendelijkheid van het personeel.

## *Inhoudsopgave*

Voorwoord.....	I
Samenvatting.....	II
Inhoudsopgave.....	III
<b>Hoofdstuk 1: Inleiding in de problematiek.....</b>	<b>1</b>
§1.1 Eetgedrag in Nederland .....	1
§1.2 Mc Donald's.....	2
§1.3 Mc Donald's Winschoten.....	3
§1.4 Literatuur.....	3
§1.5 Onderzoeksontwerp.....	6
§1.6 Onderzoeksstrategie.....	7
§1.7 Enquête.....	8
<b>Hoofdstuk 2: Het marktgebied.....</b>	<b>10</b>
§2.1 De gemeente Bellingwedde.....	10
§2.2 De gemeente Menterwolde.....	12
§2.3 De gemeente Pekela.....	14
§2.4 De gemeente Reiderland.....	15
§2.5 De gemeente Scheemda .....	16
§2.6 De gemeente Veendam .....	18
§2.7 De gemeente Winschoten.....	19
§2.8 Samenvatting.....	21
<b>Hoofdstuk 3: Het huidige marketingbeleid.....</b>	<b>24</b>
§3.1 Missie en beleidsregels.....	24
§3.2 Nationale marketingactiviteiten.....	24
§3.3 Locale marketingactiviteiten.....	24
§3.4 Doelgroepen en segmenten.....	26
<b>Hoofdstuk 4.....</b>	<b>27</b>
§4.1 Algemeen.....	27
§4.2 Leeftijd.....	27
§4.3 Geslacht.....	29
§4.4 Woonplaats.....	29
§4.5 Samenstelling huishouden.....	34
§4.6 Leeftijd jongst inwonend kind.....	34
§4.7 Aanwezigheid diverse eetgelegenheden.....	35
§4.8 Bezoek aan verschillende eetgelegenheden.....	35
§4.8.1 Frequentie bezoek aan verschillende eetgelegenheden.....	35
§4.8.2 Bezoek aan andere eetgelegenheden.....	36
§4.8.3 Eisen die gesteld worden aan een eetgelegenheid.....	37
§4.8.4 Maximale reistijd voor een eetgelegenheid.....	38

§4.9 Bezoek aan Winschoten en McDonald's Winschoten.....	39
§4.9.1 Frequentie van bezoek.....	40
§4.9.2 Welke dagen komt men niet.....	42
§4.9.3 Welke tijden komt men niet.....	43
§4.9.4 Redenen dat men op bepaalde tijdstippen niet komt.....	44
§4.9.5 Redenen waarom non users (potentiële en geen klanten tezamen) niet komen.....	46
§4.9.6 Wanneer non users wel komen.....	49
§4.10 Assortiment.....	51
§4.11 Profielen van de verschillende klantengroepen.....	53
§4.11.1 Profiel huidige klanten.....	53
§4.11.2 Profiel potentiële klanten.....	54
§4.11.3 Profiel geen klanten.....	55
§4.12 Samenvatting.....	56
<b>Hoofdstuk 5 De potentiële klant in het marktgebied.....</b>	<b>57</b>
§5.1 Veendam.....	57
§5.2 Winschoten.....	57
§5.3 Scheemda.....	58
§5.4 Menterwolde.....	58
§5.5 Bellingwedde.....	59
§5.6 Pekela.....	59
§5.7 Reiderland.....	60
<b>Hoofdstuk 6 Aanbevelingen.....</b>	<b>61</b>
§6.1 Uitdelen bonnen.....	61
§6.2 Segmenten van de markt met mogelijkheden.....	61
§6.3 Nieuwe mogelijkheden.....	62
§6.4 Aanpassingen binnen de McDonald's in Winschoten.....	62
§6.5 Goede communicatie.....	62
§6.6 Vervolg onderzoek.....	63
<i>Literatuurlijst.....</i>	<b>64</b>
<i>Bijlagen.....</i>	<b>65</b>
Bijlage I.....	65
Bijlage II.....	69
Bijlage III.....	70
Bijlage IV.....	71
Bijlage V.....	72
Bijlage VI.....	97
Bijlage VII.....	109
Bijlage VIII.....	128
Bijlage IX.....	138
Bijlage X.....	146