

Младокът, който схруска McDonald's

През 1965. първият ресторант Subway донесъл на създателя си печалба от 6 долара. Днес приходите на веригата достигат 15 милиарда, а заведенията ѝ по света са повече от на всеки друг

Текст ЕМИЛ ИВАНОВ / Фотография АРХИВ

Когато 17-годишният Фред ДеЛука взел 1000 долара назаем от семеен приятел, за да отвори заведение за сандвичи, едва ли е подозирал, че през 2011 г. бизнесът му ще гетронира колос като McDonald's. Единствената му мисъл тогава била да изкара достатъчно пари, за да плати таксата си за медицинския колеж. Четирийсет и шест години по-късно Subway е най-успешната верига за бързо хранене на планетата с 33 749 ресторанта, изместила от върха дори McDonald's с техните 32 737 заведения. ДеЛука завършва мечтания колеж, но никога не се отказва от тръпката да развива собствен бизнес.

“Оказа се, че имаме голяма полза от McDonald's – признава предприемачът, който с лекя си тен и безупречна бяла риза под черния пуловер днес изглежда по-млад от своите 63 години. - Дори бих казал, че ако те не съществуваша, сега щяхме да имаме по-малко ресторанти. Те стигна-

ха до много кътчета на света и накараха хората да свикнат да се хранят навън редовно... което ни отвори вратите да се развиваме.”

Според Forbes през 2011 г. ДеЛука се нарежда на 692-о място сред милиардерите на планетата с лично състояние от 1.3 млрд. евро. Подобно на други богаташи по света, основателят на Subway и член на “Менса” не се отказва от скромния начин на живот. И той като Уорън Бъфет и Ингвар Кампрад кара стар автомобил и често лети с икономична вместо с бизнес класа. Всъщност до 1990 година ДеЛука настоявал лично да подписва всеки чек, който компанията му издавала. Накрая ревизорът му успял да го убеди, че времето му е твърде ценно за удобни занимания.

Година по-късно, когато щатът Кънектикът повиши данъка върху личните доходи, Фред премести семейството и бизнеса си във Флорида, където притежава скромен

двустаен апартамент. Приликите с други ексцентрични милиардери не свършват дотук - въпреки поста си ДеЛука обича да кръстосва страната и да прави анонимни посещения на ресторантите от веригата, където си поръчва сандвич, без никога да го разпознае. Според мнозина Фред разбира франчайзинговите си партньори по-добре от останалите президенти на корпорации, защото сам е започнал от дъното и знае какво значи да правиш сандвичи, да миеш подове и да чистиш тоалетни.

Първите 6 долара

Роген в бедно семейство, като малък той изкарвал пари, като връщал стари бутилки и разнасял вестници. После поработил в железарски магазин, където му плащали по долар и 25 цента на час – надница, с която едва ли някога щял да успее да се запише в мечтания колеж по медицина. Приятел на семейството му предложил да отвори заведение за сандвичи и за да го окуражи, инвестирал в новото начинание 1000 долара. Двамата съдружници наели магазин, купили използвано кухненско оборудване и скоро след това започнали работа. ДеЛука се учел мимоходом, без бизнес план, единствено с амбиция, късмет и вслушване в желанията на клиентите.

Магазинът бил пълен още от първия ден, но в края на годината печалбата възлизала на... 6 долара. Налук на трудностите в рамките на една година партньорите отворили второ и трето заведение – за да добият имидж на успяващ бизнес. Поставили си за цел да открият 32 ресторанта в рамките на следващите десет години.

До 1974 г. вече притежавали 16, но били твърде далеч от набеязаната бройка. За да не изостанат от плана си, те прибегнали до франчайзингов модел. Първите си партньори подбирали индивидуално, сред приятели и роднини. Оттогава веригата започнала да се разраства с невиждана за този бранш скорост. До 1978 – само четири години по-късно, Subway имал 100 ресторанта, а до 1982 - двеста. Две години по-късно компанията излязла и извън границите на САЩ, но не тръгнала нито от Южна Америка, нито от Европа или континентална Азия. Първият Subway извън Северна Америка отворил врати на остров Бахрейн.

През 1987 компанията отпразнува ресторант номер 1000, а до 1998 вече имаше 10 000 заведения само в Щатите. Днес само шепа тържави не познават дилемата “15- или 30-сантиметрово хлебче, бяло или черно”. Subway демонстрира умението си да завладява пазари и в България, където за две години успя да измести вериги с далеч по-дългогодишно присъствие. Световната експанзия продължава и днес, когато



Милиардер от народа: Фред ДеЛука, създателят на Subway
People's billionaire: Fred DeLuca, the creator of Subway

потребителите на социалните медии избраха Subway за своята любима верига за бързо хранене. В касацията, направена от сайта Ampricate.com, който отчита над 78 млн. мнения, McDonald's остана сред най-малко харесваните.

Съставките на успеха

Рецептата за зашеметяващия успех на Subway е комплексна, но основното обяснение е, че Фред ДеЛука успява да налучка модел, добър и за клиентите, и за бизнес партньорите му. От една страна, Subway трупа популярност, защото вместо пици и хамбургери, заклеимени като главни виновници за глобалното затлъстяване, сервира на гостите си здравословна храна.

При това, като се почне още от първия ресторант на Фред, в Subway всички продукти са прегочите на клиентите и те сами избират между различните видове свежи зеленчуци, сирена и месо. А когато през 1999 г. колежанецът Джаред Фогъл отслабна близо 113 kg, хранейки се само със сандвичи Subway два пъти дневно, компанията използва историята, за да затвърди имиджа си на верига за здравословно бързо хранене.

Другото голямо предимство на Subway е свободата, която дава на франчайзинговите си партньори да отварят и управляват

Предимството на Subway е свободата, която дава на партньорите си

собствени клонове. Те могат да наемат и уволняват както поискат и да избират работно време, а в замяна на заплащаните такси всичко останало се поема от централата. Откриването на ресторант става с госта по-малки разходи, отколкото при останалите удобни вериги, като компанията осигурява на партньора си всички продукти, за да започне. Именно по тази причина тя не спира да привлича интереса на предприемачите, които искат да развият собствен ресторантски бизнес.

Бизнес с дъх на авантюра

Subway се прочу и с факта, че открива заведения на всевъзможни необичайни места – в Пентагона, в църква в Бъфало, в шоурум на Тойота в Калифорния и в алуминиев завод в Нова Зеландия. През 1989 г. веригата отвори първия си ресторант във военна база - в Пърл Харбър на Хаваите, а до 1997 вече продава сандвичи в 17 бази на американската армия, включително в Ирак и Афганистан.

Доказателство за приключенския ѝ дух е миналогодишното решение да прикрепят своите ресторанти към скелето на новия небостъргач, който се строи на мястото на култе-близинаци в Манхатън и който през 2013 ще стане най-високата сграда в Ню Йорк. Едновременно със строежа към заветните 105 етажа се изкачва и Subway. По време на строителните работи ресторантът доставя сандвичи на работниците, които иначе щяха да бъдат принудени да се връщат обратно на земята за храна.

В центъра на еврейската общност в Кливланд пък отвори врати първият Subway, който предлага кошер храна, което е приготвена по еврейските религиозни изисквания. Собственикът на франчайзингови права Гази Фагуа вече имал сто заведения от веригата в областта, но решил

в следващия си обект да смени сиренето със соев заместител и да махне шунката и бекона от менюто. Местната еврейска организация следи приготвянето на храната всеки ден освен в петък следобед и в събота, когато на вратата се окача табела “затворено”.

По всичко личи, че Subway може да разчита на ентузиазма и изобретателността на своите партньори. В Германия ресторант на веригата вече плава и на борда на огромен круизен кораб, който пътува по Рейн. При всеки курс той вози по повече от 100 потенциални клиенти на веригата. Очевидно за сандвичите няма граници. ■

ЦИФРИ

От предложенията в менюто на Subway клиентите могат да направят повече от 2 млн. комбинации.

В САЩ Subway продава средно около 2800 сандвича и салати всяка минута.

ХРОНОЛОГИЯ НА УСПЕХА

- 1947 - Годината, в която е роден Фред ДеЛука.
- 1965 - Отворен е първият ресторант Subway.
- 1974 - Веригата започва да работи на франчайзинг.
- 1978 - Открит е ресторант номер 100.
- 1987 - Открит е ресторант номер 1000.
- 1989 - Списание Entrepreneur избира Subway за компанията, даваща най-добри възможности за франчайзинг.
- 1997 - Subway продава храна и напитки за повече от 3 млрд. долара.
- 2010 - Subway получава престижната награда на Entrepreneur за 17-и път през последните 22 години.

By EMIL IVANOV
Photography ARCHIVES

When 17-year-old Fred DeLuca borrowed 1,000 dollars from a family friend to open a sandwich restaurant, he hardly suspected that, in 2011, his business would dethrone a giant like McDonald's. His only thought then was to earn enough money to pay his tuition for medical school. 46 years later Subway is the most successful fast food chain on the planet with 33,749 restaurants, even displacing McDonald's (with their 32,737 restaurants) from the top. DeLuca graduated from his dream college, but never gave up his desire to develop his own business.

"It turned out that we learned a great deal from McDonald's," the entrepreneur admits, who, with his light tan pants and perfect white shirt under a black sweater, looks much younger than his 63 years. "I would even go so far as to say that if they didn't exist we would have a smaller number of restaurants now. They reached many places in the world and helped people get used to eating out regularly... which opened the door for us to develop."

According to Forbes, DeLuca ranks 692nd among the billionaires of the world in 2011 with a personal fortune of 1.3 billion euros. Like other rich people in the world, the founder of Subway (who is also a member of Mensa for those with a high IQ) has not given up his modest way of life. Just like Warren Buffett and Ingvar Kamprad he drives an old automobile and often flies economy instead of business class. In fact, until 1990 DeLuca insisted that each check issued by his company must be personally signed by him. Finally, his auditor convinced him that his time is too precious to be spent on such activities.

A year later, when the state of Connecticut raised the personal income tax on its residents, Fred moved his family and business to Florida, where he owns a modest two-room apartment. The similarities with other eccentric billionaires do not end there. Despite his position, DeLuca likes to crisscross the country and pay anonymous visits to restaurants in his chain; he orders a sandwich without being recognized. According to some, Fred understands his franchise partners better than the other presidents of corporations because he started from the bottom and knows what it means to make a sandwich, wipe the floors and clean the toilets.

The first 6 dollars

Born into a poor family, he earned money as a boy by returning old bottles and distributing newspapers. Afterward he worked in a hardware



The Youngster Who Chewed Out McDonald's

In 1965 the first Subway restaurant brought its founder a profit of 6 dollars. Today the chain's income has reached 15 billion and its restaurants around the world number more than anyone else's

store, where he was paid a dollar and 25 cents per hour – a wage hardly enough to allow him to enroll in his dream medical school. A family friend proposed he open a sandwich restaurant and encouraged him by investing the first 1,000 dollars in the new endeavor. The two partners rented a store, bought second hand kitchenware and, shortly afterward, started working. DeLuca was learning on the go with no business plan – all he had was ambition, luck and the skill to listen to his customers' wishes.

The store was full on the very first day, but at the end of the year the profit was... 6 dollars. Despite all the challenges, the partners opened a second and then a third restaurant within a year in order to give the image of a successful business. They set for themselves the goal of opening 32 restaurants within the next ten years.

By 1974 they already owned 16, but were still far from their target number. In order not to drop behind their plan, they decided to implement the franchise model. They selected their first partners from among friends and relatives. After this decision the chain started to grow with speed unseen in the industry. By 1978, just four years later, Subway had 100 restaurants and by 1982 that number had doubled to 200. Two years later the company expanded outside of the U.S., but not in South America or Europe, or even continental Asia. The first Subway outside of North America opened its doors on the island of Bahrain.

In 1987 the company celebrated its 1,000th restaurant and by 1998 it had 10,000 restaurants in the United States alone. Today, only a few countries are unaware of the dilemma of choosing between "a 15 or 30 centimeter sandwich on black or white bread." Subway has demonstrated its ability to adjust to local markets in Bulgaria, too, where it managed to displace another chain with a much longer presence in a matter of just two years. The worldwide expansion continues even today as social media users choose Subway as their favorite fast food chain. The ranking, which was carried out by the Amplicate.com website, calculated more than 78 million opinions; McDonald's was left among the least liked chains.

The ingredients of success

The recipe for Subway's stunning success is complex, but the main explanation is that Fred DeLuca managed to hit on the right model – good for both his customers and for his business partners. On the one hand, Subway is gaining popularity because, instead of pizzas and hamburgers which have been accused of being the main sources of global obesity, it serves its visitors healthy food. Moreover, starting with Fred's very first restaurant, all products at Subway are in front of the eyes of the clients and they choose the variety of fresh vegetables,

cheese and meat for themselves. In 1999, when college student Jared Fogle lost almost 113 kg eating only Subway sandwiches two times per day, the company used the story to strengthen its image of a chain for healthy fast food.

Subway's other big advantage is the freedom it gives its franchise partners to open and manage their own branches. They can hire and release people as they like and choose the work hours and, in exchange for the fees paid, everything else is handled by the headquarters. Opening a restaurant is much less expensive than with the other similar chains and the company provides its partners with all the products needed to begin. This is the reason why it doesn't stop attracting the attention of entrepreneurs who want to develop their own restaurant business.

Business with a breath of adventure

Subway has made a name for itself by opening restaurants in the most unusual places: the Pentagon, a church in Buffalo, a Toyota showroom in California and an aluminum factory in New Zealand among others. In 1989 the chain opened its first restaurant on a military base (in Pearl Harbor, Hawaii) and by 1997 it was already selling sandwiches on 17 American Army bases, including in Iraq and Afghanistan.

A proof of its adventurous spirit is last year's

decision to attach one of its restaurants to the scaffold around a new skyscraper that is being built on the place of the twin towers in Manhattan and, which, in 2013, will be the highest building in New York. As the building slowly reaches its 105 floors, Subway is climbing, too. During construction the restaurant is providing food for the workers who would otherwise need to go back down to the ground to eat.

The first Subway offering kosher food (meaning prepared according to Jewish religious requirements) opened its doors in the heart of the Jewish community in Cleveland. The owner of the franchising rights, Ghazi Faddoul, already operated hundreds of the chain's restaurants in the region, but decided to replace the cheese with a soya substitute and remove the ham and bacon from the menu in his next restaurant. The local Jewish organization

is looking after the preparation of the food every day except Friday afternoons and Sundays, when they hang the "Closed" sign on the door.

It seems that Subway can count on the enthusiasm and innovativeness of its partners. In Germany one of the chain's restaurants is now cruising onboard a huge cruise ship, which travels on the Rhine. On each cruise it carries more than 100 potential customers for the chain. It seems there are no boundaries for these sandwiches. ■

At the end of the first year the profit was... 6 dollars



NUMBERS

More than 2 billion combinations can be made from the menu that is offered to Subway's clients.

In the U.S. Subway sells an average of 2,800 sandwiches and salads every minute.

THE CHRONOLOGY OF SUCCESS

- 1947 - Fred DeLuca was born.
- 1965 - The first Subway restaurant opened.
- 1974 - The chain started awarding franchises.
- 1978 - The 100th restaurant opened.
- 1987 - The 1,000th restaurant opened.
- 1989 - Entrepreneur magazine chose Subway as the company offering the best franchising opportunities.
- 1997 - Subway sold food and drinks worth more than 3 billion dollars.
- 2010 - Subway received the prestigious Entrepreneur of the Year award for the 17th time in the last 22 years.