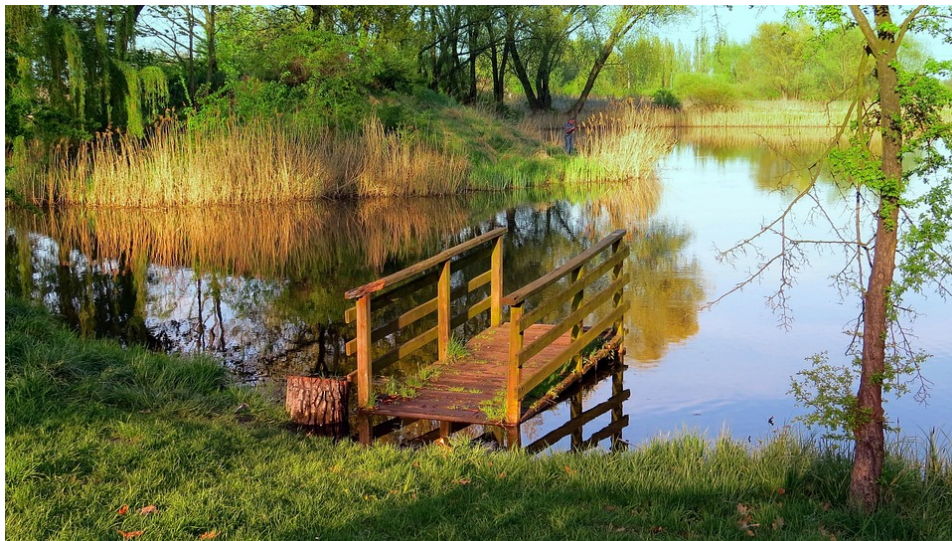


Diese unbekannte Boba-Kette hat mehr Filialen als McDonald s

Entdecken Sie die Erfolgsgeschichte von Mixue, der Boba-Kette mit mehr Filialen als McDonald's. Erfahren Sie, wie günstige Preise und Qualität sie zur größten Food-Kette der Welt gemacht haben!



Vor zwei Jahrzehnten begann ein bescheidenes Restaurant in einer der ärmsten Provinzen Chinas, sein Geschäft zu florieren, indem es Soft-Serve-Eis zu einem Preis von nur 1 Yuan (15 Cent) pro Portion verkaufte. Heute hat sich Mixue Bingcheng, was so viel wie „Honig-Schneeeis-Stadt“ bedeutet, zur weltweit größten Lebensmittel- und Getränkekette nach Anzahl der Filialen entwickelt und hat McDonald's sowie Starbucks überholt.

Überraschendes Wachstum

Mit über 45.000 Filialen weltweit (Stand September 2023) ist Mixue, das heute besser für seine Bubble-Tea-Angebote bekannt ist, am Montag an der Börse in Hongkong um mehr als 40 %

gestiegen. Dies geschah am ersten Handelstag, nachdem man in einer ersten Börseneinführung 444 Millionen US-Dollar aufgebracht hatte, wie die Hongkonger Börse berichtet.

Starker Anstieg der Nachfrage

„Die Nachfrage von sowohl Einzelhandels- als auch Institutionalanlegern war stark, wie erwartet“, erklärte Devi Subhakesan, Mitgründerin der Aktienforschungsfirma Investory Pte. Diese Aufregung führte zu dem größten Börsengang in Hongkong in diesem Jahr und dem fünfgrößten im vergangenen Jahr.

Preis-Leistungs-Verhältnis als Erfolgsfaktor

Die Preise für die charakteristischen Getränke liegen zwischen 2 und 8 Yuan (30 Cent bis 1,20 US-Dollar), und mit einem eingängigen Jingle sowie einem Schneemann-Maskottchen hat Mixue eine große Kundenbasis in ganz China angezogen, seit es vor fast drei Jahrzehnten in der Provinz Henan gegründet wurde.

Die Philosophie des Gründers

Zhang Hongchao, der Gründer von Mixue, stammt aus einer armen Familie und verfolgt eine einfache Strategie. „Lass die Menschen weltweit gut essen und trinken für nur zwei Dollar“, sagte er zuvor in einem Interview mit einem chinesischen Staatsmedium. Diese Erschwinglichkeit bleibt der größte Anziehungspunkt von Mixue, insbesondere angesichts der wirtschaftlichen Herausforderungen in seinem Heimatmarkt. Am Montag im Hongkonger Stadtteil Causeway Bay sagte Wang Li, eine 42-jährige Einzelhandelsangestellte, zu CNN: „Ich schaue mir die Preise nicht einmal an.“ Sie bedauerte, nicht von dem Börsengang erfahren zu haben.

Franchising-Modell

Über 99 % der Mixue-Filialen sind franchisiert, und der größte Teil des Umsatzes stammt aus dem Verkauf von Lebensmitteln, Ausstattungen und Verpackungen an die Franchisenehmer. Laut dem Prospekt stieg der Nettogewinn von Mixue im ersten Jahr der Berichterstattung um 42 % auf 3,49 Milliarden Yuan (479 Millionen US-Dollar) im Vergleich zum Vorjahr.

Anfänge und Familie

Mixue wurde 1997 in Zhengzhou, der Hauptstadt der Provinz Henan, als Shaved-Ice-Laden gegründet. Die ersten Schritte verliefen jedoch nicht ohne Schwierigkeiten. Zhang und seine Brüder stammen aus einer Farmerfamilie und Zhang, als Student, stellte eine Shaved-Ice-Maschine her und verkaufte seine Kreationen unter dem Namen Coldsnap. Der Erfolg blieb jedoch aus, weshalb er das Konzept änderte und ein Restaurant namens Mixue eröffnete. 2005 richtete er einen Snackstand vor dem Restaurant ein und verkaufte 1-Yuan-Eiscreme.

Expansionsstrategien

Die günstigen Preise für Soft-Serve-Eis führten zu einem Ansturm auf sein Geschäft, und schnell expandierte er auf 20 Filialen. Das Preis-Leistungs-Verhältnis gewann Kunden sowohl unter Studenten als auch bei einkommensschwachen Menschen in Chinas unterentwickelten Städten. Mixue fügte schließlich Boba hinzu, als das Getränk landesweit an Popularität gewann, und 2017 brachte Zhang eine Kaffeemarke namens Lucky Cup auf den Markt.

Die Zukunft von Mixue

Die Börsennotierung von Mixue folgt dem Beispiel kleinerer Wettbewerber, die im vergangenen Jahr in Hongkong an die Börse gingen. Trotz des anfänglichen Aufsehens haben diese jedoch Schwierigkeiten, ihre Dynamik aufrechtzuerhalten. Investoren wie June Zhao aus Peking versuchten, Anteile zu

erwerben, hatten jedoch wegen der hohen Nachfrage keinen Erfolg—berichtet wird von einer Überzeichnung um mehr als 5.200 % durch private Anleger. Zhao äußerte sich vorsichtig: „Mixues zukünftiges Wachstum wird stark auf der Expansion ins Ausland basieren.“

Globale Ambitionen

Mixue strebt an, im wettbewerbsintensiven Tee-Markt in China, der bis 2027 auf 66,5 Milliarden US-Dollar anwachsen könnte, an der Spitze zu bleiben. Derzeit befinden sich fast 90 % der Mixue-Filialen in China, während die internationalen Standorte in der Asien-Pazifik-Region liegen, einschließlich Indonesien, Vietnam und Malaysia. Trotz der vielen Filialen weltweit übertrifft Mixue in den Verkaufszahlen weiterhin nicht die großen Marken wie Starbucks und Tim Hortons.

Details	
Quellen	• edition.cnn.com

Besuchen Sie uns auf: die-nachrichten.at