



Mittwoch, 15. Oktober 2025

Das Quick-Service-Format Pommes Freunde wurde kürzlich mit dem Preis der [Deutschen Systemgastronomie](#) ausgezeichnet. Im Interview mit *foodservice* skizziert Pommes-Freunde-Gründer Sebastian Petz nun, wie die Formel zur internationalen Marke wachsen will.

Herr Petz, Sie haben kürzlich mit Pommes Freunde den Preis der Deutschen Systemgastronomie entgegengenommen. Welche Bedeutung hat diese Auszeichnung für das Unternehmen?

Sebastian Petz: Die Auszeichnung ist eine große Ehre und zugleich eine Bestätigung für unseren Weg. Seit der Gründung 2009 steht Pommes Freunde für „Fast Good“ – also für schnelle, aber qualitativ hochwertige Gastronomie. Dass wir jetzt vom Bundesverband der Systemgastronomie (BdS) ausgezeichnet wurden, zeigt: Unser Konzept, das auf Frische, Qualität und Geschwindigkeit setzt, hat sich in einer dynamischen Branche etabliert. Für unser Team und unsere Franchise-Partner ist der Preis Motivation und Ansporn zugleich – er zeigt, dass Leidenschaft, Konsequenz und ein klarer Qualitätsanspruch wahrgenommen werden.

Wie gestaltet sich die aktuelle Unternehmenssituation hinsichtlich Standortzahl, Teamgröße und Sortiment?

Wir betreiben aktuell rund 60 Standorte in Deutschland und Österreich und wachsen weiter – sowohl mit erfahrenen Franchise-Partnern als auch an vielen neuen Standorten. Um gesundes Wachstum sicherzustellen, planen wir für 2026 zwischen 12 und 18 neuen Standorten. Hinter der Marke steht ein engagiertes Team, das die Bereiche Produktentwicklung, Marketing, Expansion und Partnerbetreuung verantwortet. Wir suchen weiterhin im gesamten Bundesgebiet geeignete Standorte und Betreiber.

Wie setzt sich Ihr Sortiment zusammen?

Unser Sortiment bleibt bewusst fokussiert: frische Pommes Frites, Smash Burger, Currywurst – Klassiker, die wir auf Premium-Niveau anbieten. Dabei setzen wir auf frische Zutaten, Zubereitung vor den Augen des Gastes, halal-Optionen und vielfältige Saucenvarianten. Gleichzeitig erweitern wir das Angebot kontinuierlich um vegetarische und vegane Alternativen – das gehört für uns heute zum Standard.

Welche Entwicklungen und Maßnahmen haben Pommes Freunde im vergangenen Jahr geprägt – insbesondere im Hinblick auf Expansion und neue Märkte?

2025 war für uns ein Jahr der Weiterentwicklung. Wir haben ein umfassendes Marken-Update umgesetzt – mit neuem Design, modernisiertem Store-Auftritt und einer klareren Ansprache jüngerer Zielgruppen. Diese Weiterentwicklung schafft ein noch urbaneres Markenerlebnis.

Sie haben kürzlich auch eine Unit am Münchner Flughafen eröffnet...

Ja, das stimmt! Parallel zum Marken-Update haben wir unsere Expansionsstrategie geschärft: Hochfrequenzlagen wie Flughäfen und Bahnhöfe sind für uns besonders spannend, weil sie unsere Zielgruppe perfekt abbilden – Menschen, die Wert auf Qualität, Schnelligkeit und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis legen. Ein Beispiel dafür ist unser neuer Store am Flughafen München, der hervorragend angenommen wird.

MEHR DAZU



fs+ BUNDESVERBAND DER SYSTEMGASTRONOMIE (BDS)

Auszeichnungen für Pommes Freunde und Lanch

Beim Mittagsempfang des BdS werden innovative Akteure und zukunftsweisende Konzepte der Branche ausgezeichnet.

Mit welchen Herausforderungen sieht sich Pommes Freunde derzeit konfrontiert und welche Strategien verfolgen Sie zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit?

Die größten Herausforderungen sind – wie für die gesamte Branche – die hohen Kosten in nahezu allen Bereichen: Personal, Energie, Waren und Mieten. Gleichzeitig verändert sich das Konsumverhalten: Gäste achten stärker auf Preise, Nachhaltigkeit und Erlebnisqualität.

Was sind Ihre Antworten darauf?

Ganz klar: konsequente Qualitätsorientierung, effiziente Prozesse und starke Partner – das sind unsere Erfolgsfaktoren, mit denen wir bislang vergleichsweise gut durch die herausfordernden Zeiten navigieren. Wir investieren in Schulung, Digitalisierung und Kommunikation, um unsere Franchisepartner bestmöglich zu unterstützen. Zudem setzen wir auf ein transparentes Sortiment, faire Preise und eine klare Markenbotschaft. Wettbewerbsfähigkeit entsteht für uns durch Authentizität und operative Exzellenz.

MEHR DAZU



fs+ EXKLUSIV

Allresto und Pommes Freunde verkünden Partnerschaft

Das erste Pilotprojekt der Partnerschaft startet Anfang 2025. Für Pommes Freunde ist es ein "Meilenstein" der Unternehmensgeschichte.

Welche Ziele und Projekte stehen für die nahe Zukunft an und wie wollen Sie das Unternehmen weiterentwickeln?

Unser Ziel ist es, Pommes Freunde als führendes Fast-Good-System in Europa zu etablieren. Kurzfristig steht die weitere Verdichtung des Store-Netzes im Fokus – Flughäfen, Bahnhöfe, Shopping Center und Innenstädte mit hoher Besucherfrequenz. Darüber hinaus wollen wir unsere Franchise-Strukturen weiter stärken, das Schulungskonzept ausbauen und neue Partner gewinnen, die unsere Begeisterung für Qualität und Systemgastronomie teilen. Langfristig verfolgen wir eine klare Vision: Wo Pommes Freunde ist, soll man spüren, dass „Fast Food“ auch „Fast Good“ sein kann, frisch, nachhaltig und richtig gut.

ÜBER POMMES FREUNDE:

Pommes Freunde wurde 2009 in München gegründet und betreibt aktuell über 60 Standorte in Deutschland und Österreich. Das Unternehmen bietet unter anderem Pommes Frites, Burger, Hotdogs und Currywurst. 2024 erzielte die Marke mit 58 Units (48 Franchise) einen Netto-Umsatz von 34,3 Mio. Euro (2023: 32 Mio. Euro, 55 Units).