

burgerme x MCANISM

Mit durchschnittlich 150.000 jährlich generierten Sales zählt der Lieferservice burgerme seit 2022 zu einer der erfolgreichsten Food-Kampagnen im Affiliate Netzwerk MCANISM. Im Interview mit Alexandra Holzmann von burgerme blicken wir hinter die Kulissen der Zusammenarbeit und blicken gemeinsam in die Zukunft.

Wie würdest du unsere Zusammenarbeit in drei Worten beschreiben?

Effizient, harmonisch, erfolgreich.

Welche Ziele hattet ihr zu Beginn unserer Kooperation? Wurden diese erreicht oder sogar übertroffen und wo gibt es noch mehr Handlungsbedarf?

Zu Beginn wollten wir unsere Online-Reichweite im Food-Delivery-Bereich gezielt steigern und gleichzeitig qualitativ hochwertige Bestellungen generieren. Diese Ziele wurden klar erreicht. Besonders erfreulich ist, dass wir über MCANISM viele neue Kunden gewinnen konnten, die inzwischen zu Stammkunden geworden sind. Handlungsbedarf sehen wir weiterhin darin, unser Wachstum in noch mehr Städten digital zu begleiten und dabei gezielt neue Zielgruppen anzusprechen.

Was schätzt ihr an der Arbeitsweise von MCANISM besonders – eher die technische Präzision oder die kreative Umsetzung?

Ganz ehrlich: die Mischung macht's. Die technische Präzision sorgt für transparente Ergebnisse und effiziente Kampagnensteuerung. Gleichzeitig begeistert uns die kreative Umsetzung, mit der unsere Marke genau da platziert wird, wo unsere Zielgruppe unterwegs ist.

Ihr seid in vielen Städten präsent – welche davon ist heimlich dein liebster Burger-Hotspot und warum?

Wir lieben natürlich alle unsere Standorte – aber wenn wir ehrlich sind, hat Hamburg für uns einen besonderen Platz im Herzen, weil die Food-Szene hier extrem dynamisch ist.

Gibt es konkrete Kennzahlen oder Erfolge aus der Kampagne, auf die ihr besonders stolz seid?

Ja – zum einen konnten wir die Conversion Rate im Affiliate-Bereich spürbar steigern. Zum anderen haben wir gesehen, dass unsere Sichtbarkeit im relevanten Food-Umfeld über MCANISM-Publisher deutlich zugenommen hat. Besonders stolz sind wir auf die hohe Wiederbestellrate der neuen Kunden, die wir über die Kampagnen gewonnen haben.

Inwiefern seht ihr unser spezialisiertes Food-Netzwerk als Vorteil für die Zusammenarbeit?

Der größte Vorteil ist, dass wir mit MCANISM gezielt in einem Umfeld präsent sind, in dem Food nicht nur ein Nebenprodukt, sondern das Kernthema ist. Das macht die Ansprache unserer Zielgruppe deutlich einfacher und authentischer. Durch euer Netzwerk konnten wir auch Publisher erreichen, die wir selbst gar nicht auf dem Radar hatten.

Welche verrückte Burger-Kreation habt ihr euch intern schon mal überlegt, die es (noch) nicht auf das Menü geschafft hat?

Wir arbeiten stets an neuen Burger-Kreationen. Unsere monatlich wechselnden Aktions-Burger sind der perfekte Weg, euch auf spannende Geschmacksreisen mitzunehmen. Dabei experimentieren wir regelmäßig mit neuen Ideen. Einige dieser Kreationen haben es bereits dauerhaft auf unsere Speisekarte geschafft, andere warten noch auf ihre Chance.

Welche Trends im Food-Delivery-Markt seht ihr aktuell, die auch für die weitere Zusammenarbeit Relevanz haben?

Wir sehen vor allem zwei Entwicklungen: Erstens wächst der Wunsch nach Personalisierung – Kunden wollen ihre Burger individueller gestalten. Zweitens wird Nachhaltigkeit immer wichtiger: von Verpackungen über Lieferwege bis hin zu den Zutaten. Beides sind Trends, die wir gemeinsam mit MCANISM in den Kampagnen aufgreifen können.

Wenn ihr morgen ein völlig neues Produkt ins Sortiment aufnehmen müsstet, was wäre das?

Wahrscheinlich etwas im Bereich *Snackification* – z. B. kleine, hochwertige Fingerfood-Optionen, die sich ideal zum Teilen eignen. Das würde unser Sortiment ergänzen und gleichzeitig neue Zielgruppen ansprechen.

Wie blickt ihr auf die zukünftige Zusammenarbeit – gibt es bereits Pläne für neue, spannende Kampagnen?

Wir freuen uns auf die weitere Zusammenarbeit und blicken optimistisch in die Zukunft. Aktuell befinden wir uns in der Planungsphase für gemeinsame Projekte, mit denen wir unsere Erfolgsgeschichte fortsetzen möchten.