



Nachhaltigkeits- Update

McDonald's Schweiz

2024





Ökonomische Bedeutung

Gemeinsam wirtschaften, wachsen und Wert schaffen

Wir wollen das Leben unserer Gäste einfacher machen und ihnen bei jedem Besuch ein perfektes Restaurantlebnis bieten. Durch die treuen Gäste können wir das Wachstum unserer Lizenznehmerinnen und -nehmer, welche die Mehrheit der Restaurants selbstständig betreiben, sowie der einheimischen Partnerlieferanten unterstützen. Hinzu kommen sichere Arbeitsplätze für 8'600 Mitarbeitende in einem Umfeld, das Talente fördert und Chancen bietet. Nach dem Motto «Zäme en Unterschied mache» achten wir mit den Gästen und Partnern auf unseren Fussabdruck und unterstützen Familien und ihre Kinder.

Das beliebteste Burger-Restaurant der Schweiz sein

Unsere Ambition: Genuss und happy Momente für alle einfach möglich machen. Dies treibt uns jeden Tag von Neuem an. Wir suchen nach neuen Wegen, um die Dinge morgen noch besser zu machen als heute. Uns ist es wichtig, dass wir unseren Gästen für jeden Geschmack – von Rindfleisch und Poulet über Fisch bis vegetarisch – und für jedes Portemonnaie das passende Menü bieten.

Das Leben einfacher machen

Unser Servicekonzept mit Service an den Tisch, Take-away und McDrive, McDelivery sowie digitalen Bestellkanälen trifft die vielseitigen Gästebedürfnisse. Heute nutzen die Gäste bereits bei jeder fünften Bestellung von Big Mac & Co. die McDonald's-App.

Wir vereinen über 40 KMUs

Unser Geschäftsmodell basiert in der Schweiz auf drei starken Stützen: unseren Lizenznehmerinnen und -nehmern, unseren Partnerlieferanten

und unserem Hauptsitz in Crissier (VD). Mit unserem Franchisingsystem fördern wir seit mehr als 45 Jahren hierzulande das lokale Unternehmertum. So sind wir ein Netzwerk von 42 KMUs, denn 93% der rund 180 McDonald's-Restaurants in der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein werden von selbständigen Unternehmerinnen und -nehmern im Lizenzvertrag geführt. Durch das Franchisingsystem sind wir als McDonald's in jeder Region verankert und nahe bei unseren Gästen.

Langjähriger Partner der Wirtschaft

Wir setzen bewusst auf Schweizer Lieferanten. Bereits das Rindfleisch für den ersten Big Mac vor mehr als 45 Jahren kam von Bell aus Oensingen (SO). Heute kaufen wir 88% der Zutaten bei hiesigen Unternehmen ein und sind somit ein starker Partner der Schweizer Wirtschaft.



«Wir wollen noch näher bei den Gästen sein: durch unsere motivierten Mitarbeitenden, unser dichtes Restaurantnetzwerk und digitale Vereinfachungen. In den vergangenen zwei Jahren haben wir gemeinsam mit unseren Lizenznehmerinnen und -nehmern 9 Standorte eröffnet. 2024 planen wir 7 neue Restaurants, um dort zu sein, wo unsere Gäste arbeiten und leben.»

Lara Skripitsky,
Managing Director
McDonald's Schweiz

Fokus auf Essen, Umwelt, Team und Familien

Wir fokussieren auf diese vier Bereiche, in denen wir am meisten Wirkung für die Schweizer Gesellschaft und Wirtschaft erzielen können:

- Unsere Zutaten: Die Herkunft der Zutaten und das Tierwohl sind uns wichtig. Es macht einen Unterschied, wie und von wem die Zutaten für unser Essen hergestellt werden.
- Unsere Umwelt: Die Art der Verpackungen und der Klimaschutz sind zentral. Mit unseren Lizenznehmerinnen und -nehmern sowie mit unseren Partnern minimieren wir den ökologischen Fussabdruck, um unseren Planeten auch für zukünftige Generationen lebenswert zu erhalten.
- Unsere Mitarbeitenden: Die Einbindung und Befähigung von Mitarbeitenden sind essenziell für uns. Zusammen mit unseren Lizenznehmerinnen und -nehmern schaffen wir für unsere Talente Chancen und eine sichere Zukunft.
- Unsere Nachbarschaft: Die Unterstützung von Familien und ihren Kindern liegt uns am Herzen. Denn ein guter Nachbar hilft und steht bei, wenn es möglich ist.

Mehr über unser Engagement:
mcdonalds.ch/engagement

Unsere Werte



Wir stellen den Menschen in den Fokus.



Wir heissen alle willkommen.



Wir tun das Richtige und tun dies wirkungsvoll.



Wir leben eine gute Nachbarschaft.



Wir sind gemeinsam stärker.

Unsere Wirkung im 2023

179

Restaurants in der Schweiz und in Liechtenstein

42

lokale Unternehmerinnen und -nehmer

91%

der Restaurants im Lizenzvertrag betrieben

88%

der Lebensmittel von Schweizer Partnern

40

neue Arbeitsplätze pro Restaurant

179

Standorte mit Bestellung via App, 171 mit Service an den Tisch, 98 mit McDrive und 117 mit McDelivery

69%

Kundenzufriedenheit bei elektronischen Feedbacks

Unsere Ziele bis 2025

Das Potenzial des Franchising für schweizweit 200 McDonald's-Restaurants nutzen, um Unternehmerinnen und -nehmern Chancen für eine Partnerschaft zu bieten und um weitere Arbeitsplätze zu schaffen 😊

Das Einkaufsvolumen bei Schweizer Lieferanten mindestens bei hohen 85% halten (Stand 2020) 😊

Die Vielfalt der Servicekanäle gemäss den Gästebedürfnissen weiter ausbauen 😊

Die Kundenzufriedenheit bei elektronischen Feedbacks von 70% (2020) um jährlich 1 bis 2% erhöhen 😊

Angebot und Einkauf



Wir kaufen in der Schweiz ein und achten auf das Tierwohl

McDonald's steht für Genuss, denn wir setzen auf hochwertige Zutaten und beziehen den grössten Teil davon bei Schweizer Lieferanten und Bauernbetrieben, die nach hohen Standards produzieren. Zugleich sind wir so ein relevanter Partner der heimischen Landwirtschaft und Lebensmittelbranche. Genuss allein reicht aber nicht, denn wir tragen Verantwortung für unsere Gäste. Wir bieten deshalb ein breites Angebot von Fleisch über Fisch bis hin zu Vegi und setzen auf einfache Rezepturen ohne künstliche Zusatzstoffe.

Unsere nachhaltige Einkaufsstrategie

Beim Einkauf orientieren wir uns an drei Punkten: erstens wollen wir das Tierwohl fördern, zweitens das Klima schützen und die Ressourcen schonen – speziell bei Verpackungen und Food Waste – und drittens Arbeitsplätze im Inland unterstützen. Um diese nachhaltige Einkaufsstrategie zu leben, setzen wir auf langjährige Partnerschaften mit Schweizer Lieferanten.

Partner der Schweizer Wirtschaft

Mehr als zwei Drittel unseres Einkaufsvolumens stammen von 40 Lieferanten, mit denen wir teilweise seit über 45 Jahren zusammenarbeiten. Darunter sind zahlreiche Schweizer Firmen wie Bell, Eisberg, Emmi, Florin, Fortisa, Frigemo, Malbuner, Nestlé und Ospelt. 2023 haben wir für 235 Millionen Franken Zutaten von Schweizer Partnern eingekauft. Das entspricht 88% des Einkaufsvolumens für Lebensmittel.

Zutaten von Bauern

Unsere Passion für hochwertige Zutaten teilen wir mit den Schweizer

Bäuerinnen und Bauern, die unsere Hersteller beliefern. Rund 6'600 Bauernbetriebe aus allen Landesteilen zählen wir zu unseren Partnern.

Rindfleisch von Tieren mit Auslauf ins Freie

Bereits den ersten Big Mac vor mehr als 45 Jahren haben wir mit Rindfleisch von Bell aus Oensingen zubereitet. 2023 haben wir 5'373 Tonnen Rindfleisch von Bell bezogen und der verfügbare Anteil an RAUS-Kühen (regelmässiger Auslauf ins Freie) lag bei 62%. Gemeinsam mit Bell wollen wir diesen Anteil wieder steigern. Zusätzlich zum regulären Marktpreis erhalten die Bauern für diesen Standard eine Prämie pro Tier. Seit mehreren Jahren verfolgen wir mit Ospelt aus Sargans (SG) ein Tierwohlprojekt bei den französischen und ungarischen Pouletfleisch-Lieferanten. Wir verlangen und stellen sicher, dass bei den Hühnern die Schweizer Tierschutzstandards in Bezug auf Haltung, Fütterung und Besatzdichte eingehalten werden. Für unsere Burger verwenden wir nur Malbuner-Speck aus Schweizer Schweinefleisch.



«Wir sind stolz, dass wir seit mehr als 20 Jahren die Chicken McNuggets für McDonald's produzieren dürfen. Das Tierwohl ist uns wichtig, deshalb setzen wir auf Fleisch von Poulets, die nach Schweizer Tierschutzstandard aufgezogen werden. Auch der feine Malbuner Bacon bezieht McDonald's aus dem Hause Ospelt. Eine Partnerschaft, die sich stetig weiterentwickelt.»

Alexander Ospelt,
Ospelt Gruppe

Vegi-Varianten im Trend

Bereits 1996 haben wir den ersten Vegi-Burger lanciert. Seit 2020 können die Gäste jeden Poulet-Burger als vegetarische Variation mit einem

Schnitzel auf Basis von Milchproteinen und Hafer bestellen. Dies entspricht einem grossen, wachsenden Bedürfnis.

Mehl, Fisch und Kaffee aus nachhaltigen Quellen

Seit 1999 arbeiten wir mit der Vereinigung integriert produzierender Bäuerinnen und Bauern (IP-Suisse) zusammen. Neben einem Teil des Rapsöls beziehen wir 100% des Mehls für die Brötchen von Fortisa nach IP-Suisse-Standard. Der Filet-O-Fish mit pazifischem Hoki-Filet trägt das Gütesiegel des Marine Stewardship Councils (MSC), und wir verwenden konsequent Kaffeebohnen mit dem Fairtrade-Label der Rainforest Alliance vom Familienbetrieb Rast aus Ebikon (LU). Palmöl kommt nur noch in der Apfeltasche und in einzelnen McFlurry Toppings zum Einsatz, weil es dort technologisch zwingend nötig ist. Es stammt aus zertifizierter, nachhaltiger Quelle.

Weniger Zucker im Brot

2022 ist es uns gelungen, den Zuckergehalt der Burger-Brötchen um 22% zu senken – ohne Einbussen beim Geschmack. Bereits 2012 haben wir die Salzmenge bei den Pommes pro Portion von 5 auf 4 Gramm gesenkt. Wir arbeiten daran, die Salzmenge bis 2025 um weitere 35% zu reduzieren. Ein breit angelegter Pilotversuch hat 2023 jedoch gezeigt, dass sehr viele Gäste Salz bestellt haben, um ihre Pommes nachzusalzen.

Happy Meal ohne künstliche Zusatzstoffe

Auch alle Produkte im Happy Meal sind frei von künstlichen Aroma-, Farb- und Zusatzstoffen. Seit 2015 gehört eine Fruchtportion fix in unser Kindermenü. Die Gäste können all-gemein zu jedem Menü anstelle von Pommes zum gleichen Preis einen kleinen Salat bestellen.

Mehr über unser Engagement:
mcdonalds.ch/engagement

Unsere Wirkung im 2023

88%
der Zutaten von Schweizer Partnern

6'600
einheimische Bauernbetriebe gehören dazu

62%
des Rindfleisches von Tieren mit regelmässigem Auslauf ins Freie (RAUS-Standard)

100%
des Pouletfleisches aus Frankreich und Ungarn nach Schweizer Tierschutzstandards

22%
weniger Zucker im Burger-Brot

0%
künstliche Zusatzstoffe in den McDonald's-Produkten

Seit 2013
Mitglied des Swiss Pledge für verantwortungsvolle Werbung

Unsere Ziele bis 2025

Einkaufsvolumen bei Schweizer Lieferanten bei 85% stabil halten 😊



Rindfleischanteil von Tieren von 66% auf 75% steigern nach RAUS-Standard 😞



Pouletfleisch für Chicken McNuggets und McChicken weiterhin zu 100% aus Frankreich und Ungarn nach Schweizer Tierschutzstandards beziehen 😊

Die Zuckermenge im Big Mac von 2021 bis 2023 um 22% senken – ohne Einbussen beim Geschmack 😊

Keine künstlichen Zusatzstoffe in bestehenden und neuen Produkten einsetzen 😊



Den Salzgehalt der Pommes pro Portion von 2021 bis 2023 von 4 g auf 2,5 g – also um 35% – reduzieren. Neu bis 2025 😞

Unser Beitrag zu den SDGs



SDGs = Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN)

Diese Zutaten haben wir im Jahr 2023 eingekauft



Immer weniger Plastik, immer nachhaltiger



Umwelt- engagement

Von Ökostrom bis nachhaltige Verpackungen

Um unsere Umwelt wirkungsvoll zu schützen, braucht es gesamtheitliche Ansätze – von der Logistik über die Restaurants bis hin zum Gast. Wir wollen unseren Fussabdruck Schritt für Schritt verkleinern, deshalb optimieren wir unsere Verpackungen und suchen gemeinsam mit Partnern nach umfassenderen Recyclinglösungen für den Gästebereich. Zugleich setzen wir unsere langjährigen Engagements fort, wie z. B. die konsequente Nutzung von Strom aus Wasserkraft und den Transport der Güter via Bahn.

Immer weniger Plastik

In den Jahren 2022 und 2023 war die Minimierung von Verpackungsmaterial – insbesondere von Einweg-Verpackung mit Plastik – ein essenzielles Thema für uns und unsere Gäste. 2022 gelang es uns, über 200 Tonnen Plastik einzusparen. Seitdem gibt es keine Röhrli mehr bei uns, sondern einen Kartondeckel mit Trinkloch für Take-away und im Restaurant wird das Getränk ganz ohne Deckel serviert. Neben den Bechern sind wir auch auf Holzbesteck, Salatboxen und Dessertbecher aus Karton umgestiegen. Bis 2025 werden wir das heute noch in unseren Verpackungen vorhandene Plastik reduzieren, sodass maximal noch 2% aller McDonald's Verpackungen aus diesem Rohstoff bestehen.

Nachhaltiges Verpackungsmaterial

Unsere Speiseverpackungen bestehen heute bereits zu 95% aus nachwachsenden Rohstoffen wie Papier und Karton. Das eingesetzte Papier und der verwendete Karton sind zu 100% aus recyceltem oder FSC- oder PEFC-zertifiziertem Aus-

gangsmaterial. Bis 2025 wollen wir die Speiseverpackungen zu 100% aus erneuerbaren, rezyklierten oder zertifizierten Quellen beziehen.

Recycling auch im Gästebereich

In unserem Umwelt-Pilotrestaurant in Hensdicken (AG) testen wir das Recycling von Bechern im Gästebereich.



«Wir machen uns zusammen mit dem McDonald's-Team stark gegen Littering in den Städten sowie auch auf den Weiden, denn der Abfall schadet der Umwelt und den Tieren.»

Martin Rufer,
Präsident Schweizerischer Bauernverband

reich. Zugleich suchen wir mit externen Partnern nach skalierbaren Recyclinglösungen für Speiseverpackungen.

Engagement für saubere Strassen und Wiesen

Um dem gesellschaftlichen Problem des achtlosen Wegwerfens von Abfällen zu begegnen, stellen unsere Restaurants freiwillig zusätzliche Abfalleimer auf und setzen ihre Mitarbeitenden täglich für Aufräumtouren rund um die gut 180 Lokale ein. Sie sammeln herumliegende Abfälle ein und entsorgen sie fachgerecht. Im letzten Jahr haben wir uns so mit 90'000 Arbeitsstunden für mehr Lebensqualität dank sauberen Strassen und Wiesen engagiert. Am jährlichen Clean-Up-Day von McDonald's engagieren sich unsere Mitarbeitenden, Partner, das Managementteam sowie viele Gäste gegen Littering. Im letzten Jahr waren über 1'300 Personen dabei.

Küchenabfälle und Altöl werden zu Treibstoff

1991 haben wir als einer der ersten Gastronomiebetriebe ein Recycling-

«Mehrwegmodelle für alle Verpackungsarten und -kanäle könnten zu höheren Abfallmengen – insbesondere von Plastikabfälle – führen. Darüber hinaus würde dadurch die Treibhausgasemissionen steigen sowie die Wasser- und Energiesysteme zusätzlich belastet werden.»

Johan Aurik &
Anna Bexell, Kearney,
Studie No Silver Bullet

system eingeführt. Dank der Zubereitung direkt auf Bestellung können wir Lebensmittelabfälle vermeiden. Wenn sie trotzdem entstehen, nutzen wir sie für Neues: Aus dem Altfrüttiöl entsteht Biodiesel und aus den organischen Küchenabfällen Biogas. Die Lastwagen, die für die Feinverteilung unserer Güter eingesetzt werden, fahren mit einem variablen Anteil von Biodiesel resp. Biogas. So schliesst sich ein Kreis. Zudem legten unsere Güter 2023 59% der Transportkilometer vom Logistikzentrum in Oensingen (SO) in die Restaurants per Bahn zurück.

Strom aus Wasserkraft und E-Tankstellen

Seit 2010 beziehen wir unseren Strom konsequent aus Wasserkraftwerken, wodurch wir unsere CO₂-Emissionen signifikant reduzieren konnten. In Kooperation mit dem Schweizer Unternehmen GOFAST bieten wir seit Ende 2020 auf den Parkplätzen von 27 McDrives Schnellladestationen für Elektroautos an. Der Roll-out geht wegen den Baubewilligungen langsamer als geplant voran.

Mehr über unser Engagement:
mcdonalds.ch/engagement

Unsere Wirkung im 2023

95%
der Speiseverpackungen aus Papier und Karton

200 Tonnen
weniger Plastik pro Jahr dank neuen Verpackungen

100%
des Spielzeuges aus nachhaltigen oder rezyklierten Materialien

90%
der Restaurants am nationalen Clean-Up-Day dabei

1'300
Teilnehmende am nationalen Clean-Up-Day

100%
Ökostrom aus Wasserkraft

69%
der Güter CO₂-neutral in die Restaurants transportiert

Unsere Ziele bis 2025

Serviceverpackungen aus 100% erneuerbaren, rezyklierten oder nach Nachhaltigkeitskriterien zertifizierten Materialien ☺

Ein Plastikanteil von noch maximal 2% bei den Serviceverpackungen ☺

Spielzeug im Happy Meal ausschliesslich aus nachhaltigen oder rezyklierten Materialien ☺

80% der Restaurants engagieren sich am nationalen Clean-Up-Day ☺

10% mehr Mitarbeitende, Partner und Gäste nehmen im Vergleich zu 2019 daran teil ☺

E-Ladestationen in allen geeigneten McDrive-Restaurants bis 2022 anbieten. Neu bis 2025 ☹

70% unserer Güter werden CO₂-neutral in die Restaurants transportiert ☺

Unser Beitrag zu den SDGs



SDGs = Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN)

Arbeitgeber
und Ausbilder



Wir bieten Chancen und fördern alle unsere Mitarbeitenden

Bei uns soll jeder die Möglichkeit haben, sich einzubringen und zu wachsen. In einem Umfeld, das Talent, Teamgeist und Leistung in den Fokus rückt. Auch unsere Lizenznehmerinnen und -nehmer, welche die Mehrheit unserer Restaurants betreiben, tragen diesen Grundsatz als selbständige Arbeitgeber mit. Unabhängig von Geschlecht, Herkunft und Berufserfahrung wollen wir allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Chancen bieten. Wir sind überzeugt, dass gemischte Teams besser zusammenarbeiten und bessere Ergebnisse erzielen.

Verlässlicher Arbeitgeber

Als einer der grössten Arbeitgeber des Landes bieten wir mit unseren selbständigen Lizenznehmerinnen und -nehmern 8'600 Mitarbeitenden einen sicheren Arbeitsplatz mit praxisnaher Aus- und Weiterbildung sowie einer Arbeitsatmosphäre, die von Teamgeist geprägt ist. In den Jahren 2022 und 2023 haben wir insgesamt 700 Stellen geschaffen. Als Mitglied von GastroSuisse haben wir den Gesamtarbeitsvertrag für die Gastronomie unterzeichnet und bezahlen die entsprechenden Löhne und Sozialleistungen. Es gilt bei uns: gleicher Lohn für gleiche Arbeit.

Ein- und Aufstiegschancen für engagierte Talente

Es ist uns wichtig, für alle Lebensentwürfe passende Stellen zu schaffen, und wir bieten flexible Arbeitszeitmodelle, was vor allem Mütter und Väter sowie Studierende schätzen. Unser vielfältiges Team vereint 81 Nationali-

täten, welche täglich Hand in Hand zusammenarbeiten. Wir bieten unseren Talenten unabhängig von ihrer Herkunft Chancen. So hat beispielsweise ein Viertel der Restaurantmanagerinnen und -manager ihre Laufbahn als Crewmitglied an der Theke oder in der Küche begonnen. Heute verantworten sie durchschnittlich ein 45-köpfiges Team. Neben Hoteliers, Bankern und Sportlern, die sich bei uns als selbständige Unternehmer weiterentwickelt haben, haben 40% der Lizenzpartner ihre Karriere ebenfalls bei uns im Restaurant gestartet.

Mehr als 50% Frauen im Kader

Frauen und Männer haben bei uns die gleichen Karrierechancen. Der Frauenanteil im Restaurantkader liegt seit vielen Jahren nahe bei 50%. 2023 waren 59% der Führungskräfte in den Restaurants weiblich, und in der Geschäftsleitung sind die Hälfte

Frauen. Der Frauenanteil soll auch unter den Lizenzpartnern in den nächsten Jahren ausgebaut werden. Gerade solche Aspekte sowie die Förderung von Talenten durch Schulungen sorgen für eine hohe Identifikation der Mitarbeitenden mit uns als Arbeitgeber. Gemäss aktueller Umfrage empfehlen 82% der Crewmitglieder McDonald's Schweiz als sehr guten Arbeitgeber, im Restaurantkader sind es 92%.

Trainings, die alle weiterbringen

Auch 2023 haben über 2'600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an internen Trainingsprogrammen teilgenommen, die auf Gastfreundschaft, Zubereitung und Service fokussieren. Heute servieren die Mitarbeitenden in 95% der Restaurants das Menü direkt an den Tisch. Aufgrund des neuen Servicekonzeptes haben sich die Aufgaben unserer Mitarbeitenden verändert, und sie können ihre Talente als



«Ich betreibe als selbstständige Unternehmerin 5 McDonald's. Mir liegt es am Herzen, jungen Menschen die Gastronomie – den für mich schönsten Job der Welt – näherzubringen. Aus diesem Grund bilde ich in meinen Restaurants Lernende der Systemgastronomie bis zum eidgenössischen Fähigkeitszertifikat aus.»

Sarah Dallmaier,
Lizenznehmerin und
Arbeitgeberin von über
250 Mitarbeitenden
im Kanton Bern

Gastgeber heute voll einbringen. Die Mitarbeiterzufriedenheit ist die essenzielle Basis des einmaligen Gästerlebnisses in unseren Restaurants.

Lehrstellen für junge Menschen

Wir nehmen unsere Verantwortung auch als Ausbilder und Förderer für Berufseinsteiger wahr. Seit 1998 bilden wir Lernende aus: zuerst in den Bereichen KV und Informatik. 2013 haben bei uns die ersten Jugendlichen die 3-jährige Lehre in der Systemgastronomie begonnen. Aktuell bilden wir 42 junge Menschen in diesem eidgenössisch anerkannten Beruf aus. Bis 2025 wollen wir insgesamt 100 Lehrstellen in diesem Bereich anbieten. Das wichtigste Merkmal dieser speziell für die Systemgastronomie konzipierten Ausbildung ist die Vielfaltigkeit.

Mehr über unser Engagement:
mcdonalds.ch/engagement

Unsere Wirkung im 2023

50%
Frauen in der
Geschäftsleitung

59%
Frauen in Kaderpositionen
in den Restaurants

Keine
Lohndifferenz zwischen
Frauen und Männern

42
Lernende in Ausbildung
zur Systemgastronomie-
Fachperson EFZ

44%
der Lizenznehmerinnen
und -nehmer haben ihre
Karriere im Restaurant
begonnen

11,1 Jahre
durchschnittliche
Betriebszugehörigkeit der
Kadermitarbeitenden

85%
der Crewmitglieder
empfehlen uns als sehr
guten Arbeitgeber

Unsere Ziele bis 2025

Den Frauenanteil in der
Geschäftsleitung von
25% (2020) auf 40% und
längerfristig auf 50%
steigern 😊

Den Anteil der weiblichen
Führungskräfte am Haupt-
sitz von 42% (2020) auf 50%
und in den Restaurants von
46% (2020) auf ebenfalls
50% erhöhen 😊

Die Lohngleichheit
zwischen Frauen und
Männern auch künftig
für alle garantieren 😊

Die Anzahl der
Lernenden in Ausbildung
zur Systemgastronomie-
Fachperson EFZ von 19 (2020) auf
100 erhöhen 😊

Die Werte für
Mitarbeiter-Commitment
und Inklusion bei externen
Audits bei 85% halten
oder weiter steigern 😊



Unser Beitrag zu den SDGs



SDGs = Ziele für nachhaltige
Entwicklung der
Vereinten Nationen (UN)

Engagement für die Gesellschaft

Wir unterstützen Familien und ihre Kinder

Es gehört zu unserem Selbstverständnis, der Gesellschaft etwas zurückzugeben, in der wir wirtschaften und leben. Dabei liegt uns die Unterstützung von Familien ganz besonders am Herzen. So engagieren wir uns seit 30 Jahren für die Elternhäuser der Ronald McDonald Kinderstiftung sowie seit 10 Jahren für 180 junge Athletinnen und Athleten mit Patenschaften der Schweizer Sporthilfe. Von jedem Franken, den ein Gast bei McDonald's ausgibt, fliesst ein Teil in die Unterstützung dieser Familienprogramme.

Ein Zuhause für Familien kranker Kinder

Täglich kommen Kinder zu früh auf die Welt, verunglücken oder werden plötzlich krank. Damit Familien in solchen Momenten nahe bei ihrem Kind sein können, bietet ihnen die Ronald McDonald Kinderstiftung in sechs Häusern direkt neben Spitälern ein «Zuhause auf Zeit».

Unterstützung seit 30 Jahren

Seit 30 Jahren kann die Kinderstiftung durch die Mithilfe unserer Restaurants, Partner und Gäste diese wertvolle Unterstützung leisten. Wenn ein Kind schwer erkrankt, braucht es die Nähe der Eltern und Geschwister besonders. Doch häufig lässt die Infrastruktur in den Spitälern nicht zu, dass die Familien bei den kleinen Patienten übernachten können. Hier helfen die sechs Elternhäuser in Bern, Basel, Luzern, St.Gallen und Genf in unmittelbarer Nähe der Kinderspitäler weiter. Die Familien finden in den Häusern ein Stück Alltag, können Kraft tanken und gleichzeitig immer für ihr hospitalisiertes Kind da sein.

212'000 Übernachtungen ermöglicht

Die Mission der Ronald McDonald Kinderstiftung wird gebraucht: In den letzten 30 Jahren konnten gut 25'000 Familien rund 212'000 Nächte



«Mit der Ronald McDonald Kinderstiftung möchten wir künftig in Zürich Familien ein Zuhause auf Zeit bieten können, wenn ihr Kind im Kisp hospitalisiert ist. Die Nähe der Eltern und Geschwister ist in solch schweren Momenten unglaublich wichtig für die kleinen Patienten.»

Françoise de Vries, Leitung Steuerungsausschuss Universitäts-Kinderspital Zürich

in den Elternhäusern verbringen. Hierfür flossen im letzten Jahr insgesamt 2,5 Millionen Franken von McDonald's Schweiz, den Lizenzpartnern und Lieferanten sowie von zahlreichen Klein- und Gross Spendern in die Spendenkasse der Kinderstiftung. Jeder Franken, der in den Restaurants ausgegeben wird, unterstützt die Mission über eine Umsatzbeteiligung der Partner. Ein wichtiger Teil der Spenden – insgesamt 1,1 Millionen Franken – stammt von den McDonald's-Gästen, die am Bestellautomaten den Betrag aufrundeten oder ihr Wechselgeld in die Spendenkasseli legten.

Neues Elternhaus in Zürich

Die Ronald McDonald Kinderstiftung plant in Zürich gemeinsam mit dem universitären Kinderspital Zürich (Kisp) und der Klinik Lengg für das 2026 ein siebtes Elternhaus.

Nachwuchstalente und ihre Familien unterstützen

Als Familienrestaurant ist uns auch die lokale Unterstützung sehr wichtig. Deshalb engagieren wir uns mit unseren Lizenznehmerinnen und

«Vor vielen Jahren hat mich das Team von McDonald's Thun mit einer Together for Gold-Patenschaft unterstützt. Als junger Sportler ist es einfach toll, McDonald's als Götti im Rücken zu haben und wertvolle Unterstützung – finanziell sowie emotional – vom lokalen Restaurantteam zu erhalten.»

Dominic Stricker, Profi-Tennispieler und ehemaliges Together for Gold-Talent

-nehmern tatkräftig für Nachwuchstalente in der Nachbarschaft. Wir unterstützen als Gold-Partner der Schweizer Sporthilfe seit 2015 junge Athletinnen und Athleten und ihre Familien auf ihrem Weg nach oben. Wir sind überzeugt, dass sie Vorbilder sind und ihr Erfolg eine positive Ausstrahlung hat.

Über 1'500 Patenschaften in 10 Jahren

Unsere Restaurants haben auch im letzten Jahr 180 Sporthilfe-Patenschaften für eine Nachwuchssportlerin oder einen -sportler aus ihrer Region übernommen, womit jedes Restaurant einem jungen Talent sowohl finanzielle als auch emotionale Unterstützung geben kann. Die Familien erhalten jeweils einen Förderbeitrag von 2'200 Franken pro Jahr. Seit dem Programmstart vor 10 Jahren haben wir über 1'500 Jahres-Partnerschaften übernommen und Förderbeiträge in Höhe von 3,8 Millionen Franken gesprochen.

Mehr über unser Engagement: mcdonalds.ch/engagement

Unsere Wirkung im 2023

12'370

Übernachtungen von Familien kranker Kinder in den Ronald McDonald Häusern

2,5 Mio.

Franken Spenden für die Kinderstiftung gesammelt

36,7 Mio.

Franken Spenden insgesamt seit der Gründung 1992

Unsere Ziele bis 2025

Mit unseren Restaurants, Lizenznehmerinnen und -nehmern, Lieferanten und Gästen die Kinderstiftung unterstützen, damit sie im Vergleich zu 2020 30% mehr Familien helfen kann 😊

Die Bekanntheit unserer Marke sowie alle Plattformen nutzen, um 7% zusätzliche Spenden im Vergleich zu 2020 zu sammeln 😊



1'523

Jahres-Patenschaften für junge Sportlerinnen und Sportler seit 2015 übernommen

3,8 Mio.

Franken für junge Sporttalente seit 2015 bereitgestellt

Alle McDonald's-Restaurants übernehmen eine Patenschaft der Schweizer Sporthilfe 😊



Unser Beitrag zu den SDGs



SDGs = Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN)





corporate.mcdonalds.com

Kontakt

McDonald's Suisse Restaurants Sàrl
Postfach, CH-1023 Crissier

Tel. +41216311111

E-Mail: corporateresponsibility@ch.mcd.com