



Impressum

Redaktion

McDonald's Deutschland LLC
Sustainability: Daniel Neusser, Anne Zurek
Corporate Affairs: Tanja Rötger, Birgit Höfler-Schwarz,
Ramona Steer

Gestaltung

Eberle GmbH Werbeagentur GWA
Goethestraße 115
73525 Schwäbisch Gmünd

Text

DDB München GmbH
Blumenstraße 28
80331 München

Kontakt

McDonald's Deutschland LLC
Zweigniederlassung München
Drygalski-Allee 51
81477 München
www.mcdonalds.de/nachhaltigkeit
T: +49 89 78594 413
F: +49 89 78594 479
E-Mail: verantwortung@mcdonalds.de
Blog: www.change-m.de
Pressekontakt: presse@mcdonalds.de



WRIN 96703-033



Es gibt **keinen**
Planet B.

**Ganz bei euch: Deshalb wollen wir
nachhaltig immer besser werden!**



Wir sind **ganz** bei **euch!**

Wie macht man sich in der Krise fit für eine nachhaltige Zukunft? Ein Online-Gespräch zwischen Holger Beeck, Vorstandsvorsitzender der McDonald's Deutschland, und Dominik Neiss, Sprecher des Franchisee Leadership Council.

Holger Beeck: Hallo Dominik, schön, dass wir uns wenigstens online sehen können.

Dominik Neiss: Hallo Holger, das stimmt! Und das in einem Jahr, in dem wir eigentlich ganz groß unser 50-jähriges McDonald's Jubiläum in Deutschland

feiern wollten. Aber das ist leider gerade (noch) nicht möglich. Die Pandemie prägt immer noch das Geschehen in den Restaurants. Umso mehr danke ich unseren Mitarbeiter:innen vor Ort. Gemeinsam mit dem Restaurant-Management leisten sie einfach hervorragende Arbeit. Dieses Engagement war und ist entscheidend dafür, dass McDonald's für seine Gäste da sein kann.

Holger Beeck: Dafür bin ich ebenfalls sehr dankbar! Vor allem möchte ich jetzt nach vorne schauen. Ob es jemals wieder ein klassisches „Normal“ geben wird? Ich weiß es nicht. Die Welt dreht sich so



Neugierig geworden?

Alles rund um unser Nachhaltigkeitsengagement gibt's auch online zu entdecken!



schnell und ist geprägt vom stetigen Wandel. Das gilt auch für uns als Unternehmen. Gerade in außergewöhnlichen Situationen heißt es flexibel agieren und schnell sein. Wir haben in den letzten 50 Jahren einen guten Grundstein für unser Geschäft gelegt. Diesen Vorteil gilt es nun so einzusetzen, dass die Gesellschaft im Ganzen, unsere Mitarbeiter:innen, die nachfolgenden Generationen sowie der Planet, auf dem wir leben, einen nachhaltigen Nutzen daraus ziehen können. Die Menschen finden, dass es hier noch viel für uns zu tun gibt. Und sie haben recht! Da bin ich ganz bei ihnen. Ein nachhaltiges und verantwortungsvolles Wirtschaften muss unser Handeln auch in den nächsten 50 Jahren bestimmen. Wie du weißt, werde ich dann nicht mehr McDonald's Deutschland-Chef sein, aber ich werde natürlich immer genau beobachten, was bei euch alles passiert.

Dominik Neiss: Das hoffe ich doch! Ganz bei unseren Gästen zu sein, bedeutet aber

auch, konkret zu werden: weniger reden, mehr handeln! Die Menschen wollen weniger Plastik? Wir bei McDonald's verzichten z. B. beim McFlurry mittlerweile komplett auf Plastikdeckel und -löffel. Der CO₂-Ausstoß muss sinken? Wir setzen auf stetige Verbesserung unserer Lieferkette wie z. B. durch kurze Lieferwege und den Ausbau von Elektromobilität. Aber eine nachhaltige Unternehmensentwicklung geht ja noch weiter. Sie ist letztlich auch eine Frage der Werte – und wie man diese nach innen und außen lebt.

Holger Beeck: Ganz genau. Für uns als McFamily sprechen wir von Werten wie Gemeinschaft, Inklusion, Integrität und Wertschätzung. Sie sind der Orientierungspunkt für das, was wir tun. Es ist unser Anspruch, diese Werte Tag für Tag (vor) zu leben und für unsere Mitarbeiter:innen und Gäste erlebbar zu machen – jetzt in dieser sehr besonderen Zeit, aber auch in der neuen Normalität. Wie auch immer diese aussieht.

Nach 37 Jahren im Unternehmen übergibt Holger Beeck ab August 2021 seine Position als McDonald's Deutschland-Chef an Mario Federico.

Holger Beeck

Dominik Neiss





50 Jahre
McDonald's
Deutschland

Wir sind
für euch da –
seit **50 Jahren!**

Kaum zu glauben bei so viel junglichem Charme: McDonald's Deutschland wird ein halbes Jahrhundert alt! Das erste Restaurant öffnete 1971 in München seine Türen – seitdem folgten viele weitere in ganz Deutschland. Aber auch nach 50 Jahren gilt für uns: Wir lieben es, für euch da zu sein – egal wann und wo.

Seit zehn Jahren geprüft für mehr Nachhaltigkeit!

Die McDonald's Nachhaltigkeitsbroschüre stellt unsere wichtigsten Initiativen und Unternehmenszahlen aus dem Jahr 2020 vor. Denn McDonald's Deutschland aktualisiert und veröffentlicht seine Nachhaltigkeitsdaten jährlich – und das seit bereits zehn Jahren. Neben dieser kompakten Zusammenfassung erstellen wir zusätzlich einen ausführlichen Nachhaltigkeitsbericht, den ihr auf www.mcdonalds.de/nachhaltigkeit findet. Der Bericht wurde unter Berücksichtigung der Standards der Global Reporting Initiative (GRI-Standards) erstellt. Die KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft prüft die wichtigsten Kennzahlen.

1.448

Restaurants
deutschlandweit

54.928

Mitarbeiter:innen

131

Lieferant:innen

204

Franchise-
Nehmer:innen

Drei „Ds“ für sicheren Genuss

Dank unseres klaren Fokus auf die sogenannten drei „Ds“ können wir auch während der Pandemie immer für unsere Gäste da sein. Mit dem Drive-in und unserem McDonald's Lieferservice – Delivery – haben wir die Bestelloptionen für unsere Gäste gestärkt bzw. erweitert. Mit dem dritten „D“ – Digital – haben wir die technischen Möglichkeiten ausgebaut, damit unsere Angebote auch in einem nahezu kontaktfreien Umfeld sicher und bequem genutzt werden können.

Wir begrüßen rund

1,6 Mio.

Gäste am Tag.



Mehr hören
zum Thema
Digitalisierung?
Jetzt unseren
Podcast
entdecken!

Menge und Herkunft unserer Rohwaren 2020



59 %
aus Deutschland



39 %
aus Europa



2 %
aus dem Rest
der Welt

Wir setzen, wo immer es möglich ist, auf Rohwaren aus Deutschland. Und das aus vielen guten Gründen: Denn damit unterstützen wir nicht nur die heimische Landwirtschaft – eine möglichst regionale Herkunft sorgt zudem für immer frische Zutaten und hält die Transportwege kurz.

Näher, besser, lecker!

Ganz bei euch zu sein, heißt für uns auch, die Dinge zu berücksichtigen, die unseren Gästen besonders wichtig sind. Dazu zählt unter anderem ein Fokus auf heimische Zutaten und Produkte, die auch in ökologischer und sozialer Hinsicht zertifizierten Maßstäben entsprechen.



HÜHNERFLEISCH 22.659 t 24% D 76% E
 FISCH 1.178 t 100% W
 RINDFLEISCH 33.407 t 85% D 15% E WEIZENMEHL 28.888 t 76% D 24% E
 KÄSEPRODUKTE 5.432 t 29% D 71% E ESSIGGURKEN 2.529 t 100% D
 ZWIEBELN 8.222 t 98% E 2% W SALAT 8.913 t 27% D 65% E 8% W
 KARTOFFELN 112.714 t 72% D 28% E
 TOMATEN 18.372 t 89% E 11% W EIER 704 t 70% D 30% E
 MILCH 24.085 t 98% D 2% E KAFFEE 826 t 100% W

Qualität mit Siegel

Nähe ist gut, aber nicht immer machbar. Manche Rohwaren können wir aus klimatischen bzw. saisonalen Gründen nicht aus Deutschland oder unseren Nachbarländern beziehen. Um auch in diesem Fall sicherzustellen, dass unsere ökologischen und sozialen Anforderungen erfüllt werden, achten wir insbesondere bei Rohwaren, die wir von außerhalb Europas beziehen, auf definierte Standards und etablierte Gütesiegel.



Unser Fisch – zu 100 % aus zertifiziert nachhaltiger Fischerei



Unsere Meeresfrüchte – zu 100 % aus verantwortungsvoller Aquakultur



Der Kaffee für unsere Heißgetränke – zu 100 % von Rainforest Alliance-zertifizierten Farmen



Unser Happy Meal – mit zertifizierten Bio-Produkten zur Auswahl

Fortschritt funktioniert am besten im Team.

Ganz bei euch: Darum setzt McDonald's auf eine starke Lieferkette mit lokalen, nationalen und internationalen Partnerunternehmen. Mit diesen verbindet uns nicht nur das Geschäft, sondern auch ein gemeinsames Verständnis für die Ziele, die wir verfolgen: etwa unser Anspruch an hohe Standards und qualitativ hervorragende Produkte – aber auch unser Wille, mit neuen Ideen nachhaltig besser zu werden. Fortschritt funktioniert am besten im Team! Deshalb sind wir manchmal sogar für Tauschhandel zu haben ...



**Mehr hören
zum Thema
Regionalität?**
Jetzt unseren
Podcast ent-
decken!

It's a match! Partnerschaft nach höchsten Standards

Bonduelle, Develey oder Hochland – mit diesen und vielen weiteren Markenhersteller:innen arbeiten wir z. T. schon sehr lange zusammen. Mit 40 Unternehmen verbindet uns sogar eine mehr als zwanzigjährige Partnerschaft. Aus gutem Grund: Denn nachhaltige Verbesserungen sind nur möglich, wenn sie in enger Abstimmung mit allen Partner:innen entlang der Wertschöpfungskette umgesetzt werden. Grundlage unserer Lieferantenbeziehungen sind dabei der Verhaltenskodex „Supplier Code of Conduct“ sowie das „Supplier Workplace Accountability“ (SWA)-Programm – und das weltweit. Nur wer den Verhaltenskodex anerkennt und regelmäßig am SWA-Programm teilnimmt, bleibt Teil dieser Partnerschaft nach höchsten Standards.

131

Lieferant:innen
Mit 40 davon arbeiten wir seit mehr als 20 Jahren zusammen.

Wechsel tut gut

Mit unseren Partnerunternehmen Agrarfrost und Lieken betreiben wir ein gemeinsames Pilotprojekt: Nach der Kartoffelernte für unsere Pommes frites bauen einige ausgewählte Vertragslandwirt:innen von Agrarfrost nun Weizen an, der anschließend bei Lieken für die Herstellung der Burger-Brötchen verwendet wird. Die Vorteile dieses Fruchtwechsels: Die Qualität des Bodens wird besser, die darin enthaltenen Nährstoffe werden geschützt und auch die Pflanzen bleiben gesünder.



BEST Beef 2.0

Um gute landwirtschaftliche Praktiken gezielt zu belohnen, haben wir gemeinsam mit Partner:innen aus Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Wissenschaft vor über 10 Jahren das Bonusprogramm BEST Beef entwickelt. Unter der Bezeichnung BEST Beef 2.0 liegt der Fokus nun vermehrt auf tiergerechten Haltungsformen, einer verbesserten Tiergesundheit bei möglichst geringem Arzneimitteleinsatz sowie einer Verringerung der CO₂-Emissionen. 2020 beteiligten sich 3.423 Landwirt:innen an diesem Programm. Für 28.917 Kühe wurde 2020 ein „BEST Beef“-Bonus bezahlt.



Aktiv für **mehr** **Tierwohl**

Ganz bei euch: Eine hohe Qualität ist für uns ohne artgerechte Tierhaltung nicht denkbar. Die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen zum Tierwohl ist daher für alle unsere Lieferant:innen absolute Pflicht. Zudem arbeiten wir auf verschiedenen Ebenen daran, bestehende Standards in der Tierhaltung kontinuierlich zu verbessern, und gehen an relevanten Stellen über die gesetzlichen Vorgaben hinaus.

Nein zum Eiertanz!

Für unsere Frühstücksprodukte, Dips und Saucen verwenden wir ausschließlich Freiland Eier. Um eine hohe Qualität auch bei unseren Chicken-Produkten zu sichern, bieten wir nur Fleisch von Hühnern an, die mit gentechnisch unverändertem Futter und ohne den Einsatz von Reserveantibiotika aufgezogen wurden. Das Soja im Futter der Masthähnchen stammt zu 100 Prozent aus zertifiziert nachhaltigem Anbau – das Soja im Futter der Legehennen sogar aus zertifiziert nachhaltigem Anbau in Europa.

3.423
Landwirt:innen
nahmen 2020 am „BEST Beef“-
Programm teil.



**Mehr hören zum
Thema Fleisch-
konsum und
Alternativen?**
Jetzt unseren
Podcast
entdecken!

Für **28.917 Kühe**
wurde 2020 ein „BEST Beef“-
Bonus bezahlt.

Fleischlos lecker

Dass echter McDonald's Geschmack auch ohne Fleisch möglich ist, beweisen wir z. B. mit dem Big Vegan TS! Um den beliebten Burger noch leckerer zu machen, nahmen wir uns das Feedback unserer Gäste zu Herzen und haben die Rezeptur des Big Vegan TS nach ihren Wünschen nochmal verbessert. 100 % Geschmack bei 0 % Fleisch – hmmm.



Werbung braucht Grenzen

Kinder brauchen besonderen Schutz, wenn es um achtsame Ernährung geht. Deshalb haben wir uns z. B. im Rahmen des EU Pledge bereits 2007 dazu verpflichtet, keine Werbung für Nahrungsmittel und Getränke an Kinder unter 12 Jahren in TV, Print, online und in den sozialen Medien auszustrahlen, wenn diese nicht den festgelegten Ernährungskriterien entsprechen. Die Bewerbung unserer Produkte in und um Schulen ist für uns ebenfalls ein Tabu.

Genuss mit Verantwortung

Als Familienrestaurant liegt uns gerade die Ernährung der Jüngsten sehr am Herzen. Deshalb haben wir für unsere kleinen Gäste auch eine besondere Verantwortung! Mit unserem Happy Meal möchten wir einen Beitrag zur ausgewogenen Lebensweise von Kindern leisten – daher wählen wir die Produkte, die wir speziell für unsere kleinen Gäste anbieten, auch besonders sorgfältig aus. So enthält das Happy Meal seit 2014 neben Hauptspeise, Beilage und Getränk auch ein Fruchtprodukt sowie ausgewählte Bio-Produkte.

2020 verkauften wir
rund **10 Mio.**
Apfeltüten
im Happy Meal.

Voller Durchblick beim Essen

Wir arbeiten kontinuierlich daran, das Angebot für unsere kleinen (und großen) Gäste ausgewogen zu gestalten und den Anteil von Zucker, Fett oder Salz bestmöglich zu reduzieren. Seit knapp 25 Jahren können sich unsere Gäste schnell und einfach über Nährwerte und Inhaltsstoffe all unserer Produkte informieren – ob im Restaurant, unserer Website oder der McDonald's App.



Fleischlos auf Bestellung

Um unseren Gästen die Suche nach vegetarischen und veganen Produkten zu erleichtern, gibt es nun auch eine zusätzliche Bestellkategorie „Vegan, Salads & Co.“.



Mehr hören
zum Thema
ausgewogene
Ernährung?
Jetzt unseren
Podcast ent-
decken!

Weniger ist mehr!

Ganz bei euch: Obwohl Verpackungen bei uns für einen schnellen, sicheren und unkomplizierten Service notwendig sind, belasten zu viele davon die Umwelt. Deswegen wollen wir unseren Teil dazu beitragen, das Müllaufkommen deutlich zu reduzieren. Hierfür haben wir 2019 einen Fahrplan zur Reduzierung von Plastik- und Verpackungsmüll entwickelt. Wir wissen, dass die Alternativen noch nicht perfekt sind, aber unsere Reise ist noch lange nicht zu Ende!

2019

2020

BETTER 
STORE

Nach unserem Live-Experiment – dem „Better M Store“ – im Sommer 2019 haben wir die ersten Schritte umgesetzt: eine Papiertüte statt der Box für unsere 4er Chicken McNuggets und neue Luftballonhalter aus Papier.

Im zweiten Jahr unserer Verpackungsreise folgte die umfangreiche Umstellung unserer Dessertverpackungen auf nahezu plastikfreie Alternativen. McFlurry, McSundae und die Milchshakes werden nun im Papierbecher serviert und der Plastiklöffel wurde durch eine Alternative aus Holz ersetzt. Zudem gibt es jetzt Trinkhalme aus Papier zu unseren Getränken – und das nur noch auf Nachfrage. Allein durch diese Umstellungen konnten wir bis Juni 2021 bereits 1.017 Tonnen Plastik einsparen.

Unser Ziel:

Das Weglassen bzw. Einsparen von Verpackungen steht für uns, wo möglich, immer an erster Stelle. Bis 2025 sollen zudem weltweit in allen McDonald's Restaurants 100 % aller Verkaufsverpackungen aus erneuerbaren, recycelten oder zertifizierten Materialien bestehen.



Mehr zum Thema Plastik- & Müllreduktion?
Hier findest du alle Informationen zu unserer Verpackungsreise!

Wir verpacken die Spielzeuge im Happy Meal seit Ende 2020 in Papier statt in Plastik. Und auch bei der Auswahl der Spielsachen achten wir verstärkt auf den Einsatz nachhaltiger Materialien. So werden z. B. nur noch Spielzeuge ohne Batterien ausgegeben.



2021



Jetzt wird gewrappt!
Seit diesem Jahr verpacken wir immer mehr Produkte in Wickelpapier statt in Papp-Boxen. Allein durch diese Umstellung können wir im Durchschnitt 70 Prozent Material einsparen.

Klima- und Umweltschutz lassen sich nicht auf die lange Bank schieben!

Seit Juli 2021 sind unter anderem Strohhalme, Besteck und Luftballonhalter aus Plastik EU-weit verboten. Wir haben schon ein Jahr vor der gesetzlichen Frist mit der schrittweisen Umstellung unserer Verpackungen begonnen. Nicht nur die Politik, sondern auch der Wunsch unserer Gäste nach weniger Müll sind ein wichtiger Antrieb, Verpackungen weiter zu reduzieren.



Abgrasen und einwickeln

Neue innovative Materialien wie das Graspapier haben viele Vorteile. So benötigt man bei der Herstellung von Papier mit Grasanteil weniger Energie und Wasser als für herkömmliches Papier. Unser Papier aus Gras stammt aus nachhaltigem Anbau auf bereits bestehenden Grasflächen und steht nicht in Konkurrenz zu anderen Nutzungsmöglichkeiten. Wer eine feine Nase hat, riecht auch noch einen Hauch von frisch gemähtem Gras. Probier's doch gleich mal aus!

Einmal um den Burger gewickelt!

Ganz bei euch: Um Verpackungsmüll zu reduzieren, testen wir fortlaufend innovative Alternativen und wrappen nun einige unserer Produkte in Papier. Neben dem klassischen weißen und braunen Papier kommt dabei auch erstmalig ein Papier mit 20 Prozent Gras auf den Tisch. Bereits seit März 2021 werden unsere McWraps und ausgewählte Burger nicht mehr in der Papp-Box ausgegeben. Wir sind gespannt, welche Produkte wir als Nächstes um den Finger – äh – ins Papier wickeln dürfen.

Ob wir einen an der Waffel haben?

Unsere Eissorten und den neuen Frozen Yogurt gibt es seit 2021 im Sommer als Alternative zum Becher auch in der Premiumwaffel.



11.826 t
Speisereste



30.039 t
Papier, Pappe,
Kartonage

2020 verbrauchten wir
40.538 t
Verpackungen.



3.220 t
sonstige
Abfälle



10.499 t
Leichtstoff-
verpackungen



12.480 t
Altseisefett

Papier aus der Tonne!

Ganz bei euch: Ein nachhaltiger Umgang mit unseren Wertstoffen braucht klare Konzepte, innovative Ansätze für einen sparsamen Einsatz von Ressourcen und Engagement vor Ort. PS: Eine dieser innovativen Ideen haltet ihr mit diesem Bericht gerade in den Händen.



„Gib Müll 'nen Korb!“ – jetzt erst recht.

Der Anteil von Produkten im Außer-Haus-Verkauf stieg Corona-bedingt spürbar an – und damit leider auch das achtlose Wegwerfen leerer Verpackungen. Ein Anlass für uns, hierzu in diesem Jahr gezielt aktiv zu werden und zwar auf die sportliche Art: Mit der Botschaft „Gib Müll 'nen Korb!“ fordern wir unsere Gäste ab August 2021 dazu auf, Verpackungen korrekt zu entsorgen und herumliegenden Abfällen einen Müll-Korb zu geben. So werden u. a. an McDrive-Ausfahrten und Parkplätzen von ausgewählten Restaurants spezielle Müllkörbe installiert. Damit können die Gäste ihren Müll komfortabel und mit hohem Spaß-Faktor entsorgen.



Nachhaltig mit Garantie:

Unser Frischfaserpapier stammt **ZU 100 %** aus nachhaltiger Forstwirtschaft mit PEFC- oder FSC-Zertifikat.

Unsere Mitarbeiter:innen in den Restaurants trennen schon seit vielen Jahren Verpackungen und weitere Wertstoffe, damit sie wiederverwertet werden können. Um das Recycling weiter zu verbessern, haben wir in diesem Jahr begonnen, Transportkartonage einem separaten Recycling zuzuführen.

Erst Becher, jetzt Bericht!

Wir machen mehr aus unseren Getränkebechern: Diese werden in den Restaurants getrennt gesammelt und in einen internen Recyclingkreislauf eingespeist. Durch ein werkstoffliches Recyclingverfahren bekommen die McDonald's Becher ein zweites Leben, z. B. als Hygienepapier. Und auch unseren Nachhaltigkeitsbericht drucken wir seit letztem Jahr auf benutzten und wiederverwerteten Papier-Einwegbechern!



Landwirtschaft und
Lebensmittelverarbeitung

Restaurantbetrieb
und Verwaltung

5 %

Verpackung
und Spielzeuge

5 %

Transport

3 %

**CO₂-
Fußabdruck**
2020 erzeugten wir
1,2 Mio. t CO₂
in unserer
Wertschöpfungskette.

Watt ihr Volt!

Gemeinsam mit unserem Partner EWE Go baut McDonald's das Schnellladenetzen in Deutschland kontinuierlich aus. Schon heute finden sich an über 100 McDonald's Restaurants Ladesäulen für E-Autos. Bis 2025 soll es an mehr als 1.000 McDrive-Standorten die Möglichkeit geben, das eigene Elektro-Fahrzeug mit 100 % Ökostrom zu laden. Selbstverständlich setzen wir auch in unseren Restaurants komplett auf Strom aus regenerativen Quellen.



87 %

Die Energie für
unsere Restaurants stammt aus

100 % Ökostrom
durch Wasserkraft.



Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie setzen wir uns aktiv für eine Senkung der CO₂-Emissionen in allen Geschäftsbereichen ein. Deshalb haben wir uns global zum Ziel gesetzt, bis 2030 den CO₂-Ausstoß unserer Restaurants und Verwaltungen um 36 % und den CO₂-Ausstoß in unserer Lieferkette um 31 % im Vergleich zu 2015 zu senken. Eine konkrete Maßnahme hierfür ist neben unserem effizienten Energiemanagement in allen Restaurants und der Verwaltung auch unser „BEST Beef“-Programm.

Gemeinsam stark

Nach der Geburt wurden die Zwillinge Anna und Leonhard getrennt, denn Anna wog viel zu wenig und musste in die Kinderklinik Passau. Dank des dortigen Ronald McDonald Hauses und der Oase konnte die Familie dennoch eng zusammenbleiben. Ganz in Annas Nähe fanden ihre Eltern einen Rückzugsraum, an dem sie Kraft tanken konnten. Die große Schwester Victoria konnte in der Oase spielen und sofort eine Beziehung zu ihren Geschwistern aufbauen. „Wir verdanken dem Ronald McDonald Haus, dass wir trotz schwerem Start von Anfang an als Familie zusammenwachsen konnten“, erinnert sich Mutter Carina an die Hilfe in einer schwierigen Zeit – an deren Ende die fünfköpfige Familie endlich nach Hause durfte.



Analog oder digital – jede Hilfe zählt: Gemeinsam mit den Franchise-Nehmer:innen, Lieferant:innen und Gästen unterstützte McDonald's Deutschland die Arbeit der Kinderhilfe 2020 mit insgesamt 4,9 Mio. Euro. Allein bei unserer digitalen Spenden-Aktion in den McDonald's Restaurants kamen vom 21. Dezember 2020 bis 6. Januar 2021 mehr als 200.000 Euro zusammen. Hier konnten unsere Gäste auch während der Pandemie bei der Bestellung per App, am Bestell-Terminal oder am McDrive sicher und einfach Gutes tun.



Bundesweit engagiert

Die McDonald's Kinderhilfe Stiftung betreibt aktuell ...

22 Ronald McDonald Häuser, in denen 2020 insgesamt 5.448 Familien schwer kranker Kinder vorübergehend wohnten.

6 Ronald McDonald Oasen, die inmitten von Kliniken einen Rückzugsort für Familien bilden. 2020 nutzten 3.320 Familien dieses Angebot.

Die Nähe der Familie hilft.

Ganz bei euch: Wenn Kinder schwer erkranken, brauchen sie die Nähe und den Beistand ihrer Eltern und Geschwister. Umso mehr, wenn sie weit weg von daheim in einer Spezialklinik behandelt werden müssen. Genau hier hilft die McDonald's Kinderhilfe Stiftung und gibt betroffenen Familien ein Zuhause auf Zeit und die Möglichkeit, sich mit voller Kraft um die kleinen Patient:innen zu kümmern.

Mit Spaß Gutes tun!

So macht Schenken Freude!
Als Alternative zum Spielzeug bieten wir unseren kleinen Gästen immer auch ein Buch als Geschenk im Happy Meal zur Auswahl an.
Das Besondere: Für jedes verkaufte Happy Meal mit Buch gehen 10 Cent an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung.



Mehr erfahren zur McDonald's Kinderhilfe Stiftung?
Hier geht's zur Website!

1.474 Azubis in
drei Ausbildungswegen

82 % unserer Azubis
und dualen Student:innen
wurden 2020 übernommen.

Mitarbeiter:innen aus
118 Nationen

91 Mitarbeiter:innen mit
Behinderung in unter-
nehmenseigenen Restaurants
und Verwaltung

„Am Anfang meinten einige Kommiliton:innen in der Uni: ‚Was willst du denn bei McDonald’s studieren? Das ist doch nur Burger verkaufen?‘ Heute weiß ich, dass viel mehr dahintersteckt. Die Arbeit bei McDonald’s macht einfach Spaß und ich lerne dabei so viel, was ich in der Theorie und Praxis anwenden kann, dass ich gar keinen Unterschied sehe zu Leuten, die BWL mit einer anderen Fachrichtung studieren.“

Finn Maciejok BWL Food & Beverage Management, Bachelor-Student im 2. Semester



Zukunftschancen für alle!

Ausbildung, duales Studium, Praktikum oder Direkteinstieg? Als großes Unternehmen ist es uns möglich, Menschen in unterschiedlichen Lebenssituationen und mit verschiedenen Bildungsbiografien eine Perspektive für den Einstieg in eine gastronomische oder kaufmännische Tätigkeit zu bieten.



„Viele wissen gar nicht, dass man bei McDonald's eine Ausbildung machen kann. Aber ich bin froh, dass ich mich dort für eine Ausbildung entschieden habe. Unser Arbeitgeber kümmert sich sehr um ein gutes Arbeitsklima. McDonald's unterstützt Kolleg:innen mit Sprachkursen. Und das Beste: Ich habe auch nach der Ausbildung noch so viele Möglichkeiten, mich weiter zu qualifizieren und Karriere zu machen.“

Medina Kalac Fachfrau für Systemgastronomie, Auszubildende im 2. Lehrjahr

Frauenanteil in Führungspositionen:

47 % in unternehmenseigenen Restaurants

34 % in der Verwaltung



Unsere Gesellschaft ist bunt und vielfältig – und das ist auch gut so. Unsere Türen stehen allen offen – Herkunft, Geschlecht, Schulabschluss spielen für uns keine Rolle. Was für uns zählt, ist der Mensch und die Bereitschaft, gemeinsam mit uns durchzustarten. Unser Ziel in Sachen Gleichberechtigung: Bis Ende 2030 sollen weltweit Frauen gleichermaßen in den Top-Führungspositionen von McDonald's vertreten sein wie Männer.



Karriere ohne Vorurteile?
Hier gibt's alle Informationen zur Ausbildung bei McDonald's!



Du willst mehr über das lokale McDonald's Gesicht in deiner Nähe erfahren? Jetzt entdecken!

88 % unserer Franchise-Nehmer:innen engagieren sich vor Ort im sozialen und/oder Umwelt-Bereich,

ca. **2/3** unterstützen lokale Abfallsammelaktionen und

86 % unterstützen lokale Sportvereine.

Träume wahr werden lassen

Ein Event, auf das die Schüler:innen der Göttinger Förderschule selbst nach ihrer Schulzeit jedes Jahr hin fiebern: einmal exklusiv auf Kufen über das Eis gleiten. Petra Hebig lässt diesen Traum wahr werden und lädt gemeinsam mit weiteren Partner:innen die Schüler:innen mit Handicap auf die Eisbahn ein. Über 100 Kinder haben dabei grenzenlosen Spaß und das seit über 20 Jahren. Auch Mitarbeiter:innen von McDonald's helfen gern dabei mit, Kufen unter Rollstühle zu schnallen und den Schüler:innen das Herumtollen auf dem Eis zu ermöglichen. Petra Hebig engagiert sich darüber hinaus seit vielen Jahren aktiv für den Umweltschutz: Im Rahmen der Göttinger Initiative „Gib Müll ne Abfuhr“ übernahm sie beispielsweise die Patenschaft für die Sauberhaltung eines Baches nahe einem ihrer Restaurants.

Petra Hebig
Franchise-Nehmerin
seit 30 Jahren
5 Restaurants u. a. in
Göttingen



*Online-Umfrage der McDonald's Franchise-Nehmer:innen, N=108

Ein großes Plus für Umwelt- und Klimaschutz

David Ehmann legt großen Wert auf ein sauberes Restaurantumfeld. Deshalb sammeln seine Mitarbeiter:innen täglich Abfälle rund um die Restaurants ein. Gäste werden durch Informationen in den Restaurants, aber auch über Social Media, z. B. zum World Cleanup Day, auf die richtige Müllentsorgung hingewiesen. Damit auch die Luft sauber bleibt, stellt David Ehmann außerdem die McDelivery-Lieferflotte seiner Restaurants und die Dienstwagen der Mitarbeiter:innen sukzessive auf Elektro- und Hybridantrieb um. Eine Herzensangelegenheit ist für David Ehmann das Engagement für bedürftige Menschen. So engagiert er sich beispielsweise durch die Bereitstellung von McMenü-Gutscheinen aktiv für die Obdachlosenhilfe e. V.



David Ehmann
Franchise-Nehmer in
2. Generation seit 7 Jahren
11 Restaurants, unter anderem
in Hannover und Region



94 %
Franchise-
Restaurants
204
Franchise-
Nehmer:innen

Gemeinsam vor Ort!

Unsere 204 Franchise-Nehmer:innen sind die McDonald's Botschafter:innen vor Ort und erfüllen unsere Marke in ihren Restaurants und darüber hinaus tagtäglich mit Leben. Mit ihrer Erfahrung und ihrem Know-how tragen sie nicht nur wesentlich zum Erfolg von McDonald's bei, sondern setzen darüber hinaus ein wichtiges Zeichen für gesellschaftliches und soziales Engagement.