



# Better

## Nachhaltigkeitsupdate 2022





**„Wir können viel mehr erreichen, wenn alle gemeinsam an einem Ziel arbeiten.“**

## VORWORT

### Mario Federico

Vorstandsvorsitzender  
McDonald's Deutschland

alle unsere deutschen Restaurants mit Ökostrom. Unsere Rohwaren beziehen wir zu rund 60 Prozent aus Deutschland. Seit 2019 haben wir nun schon mehr als 3.600 Tonnen Plastik eingespart. Das sorgt bei uns für Stolz und Zuversicht, noch größere Ziele erreichen zu können:

Bis 2025 sollen weltweit in allen McDonald's Restaurants 100 Prozent aller Verkaufsverpackungen aus erneuerbaren, recycelten oder nachhaltig zertifizierten Materialien bestehen.

**Arndt Heiderich:** Aufgrund unserer Größe haben bereits kleine Änderungen, die wir in den einzelnen Restaurants umsetzen, im System große und messbare Auswirkungen.

Wenn wir unsere Lieferketten auf nachhaltigeres Wirtschaften umstellen, hat das auch einen Netzwerkeffekt. Immerhin sind unsere Lieferant:innen und Partner:innen einige der größten und renommiertesten Lebensmittelproduzent:innen überhaupt.

### Auf welche Veränderungen können sich die Gäste noch einstellen?

**Mario Federico:** Wichtig für uns ist: Wir wollen unseren Gästen zeigen, dass mehr Achtsamkeit und Müllvermeidung nicht automatisch mit Komfortverlust verbunden sein muss. Wir können viel mehr erreichen, wenn alle gemeinsam an einem Ziel arbeiten. Entscheidend ist, dass wir alle zu einem kleinen Zugeständnis bereit sind und wir beginnen, alte Verhaltensmuster zu hinterfragen. Müll ist eben nicht gleich Müll, sondern ein wertvoller Rohstoff.

Was bedeutet das nun konkret? Manche Veränderungen werden die Menschen wahrnehmen, andere laufen eher im Hintergrund ab. Dass es keine Trinkhalme mehr gibt, merken die Gäste direkt bei der Bestellung. Dass aus dem



**„Die Menschen sind der wichtigste Hebel für eine dauerhafte Transformation.“**

### Arndt Heiderich

Sprecher des McDonald's  
Franchisee Leadership Councils

gebrauchten Frittieröl Biodiesel wird, sieht man nicht, ist aber ebenso relevant. Der Service für die Gäste bleibt gleich. Heute legen wir mindestens genauso viel Wert auf unsere Verantwortung als Unternehmen wie auf den Geschmack unserer Produkte.

### Welche Rolle spielen dabei die Franchise-Nehmer:innen?

**Arndt Heiderich:** Die konkrete Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsziele geschieht letzten Endes immer auch in den Restaurants. Es geht darum, unsere Gäste und unsere Mitarbeiter:innen von den Änderungen zu überzeugen. Die Menschen sind der wichtigste Hebel für eine dauerhafte Transformation. Unsere Aufgabe ist, es ihnen leicht zu machen, Teil der Lösung zu werden.

Das reicht von den Anti-Müll-Patrouillen, die regelmäßig im Restaurantumfeld durchgeführt werden, über neue Abfall-Trennstationen im Gastraum bin hin zu unserem inzwischen etablierten eigenen Mehrwegsystem für Getränke und Eis.

Ich bin seit mittlerweile mehr als 20 Jahren bei McDonald's unterwegs und inzwischen für über 650 Mitarbeiter:innen direkt verantwortlich. Und doch begeistert mich die Tatkraft, die in unserem System entsteht, immer wieder aufs Neue. Es braucht nicht viel. Es braucht viele. Rund 65.000 Mitarbeiter:innen und täglich circa 1,66 Millionen Gäste können etwas Großes bewirken.

## BEAUTIFUL FACT

# ICH BIN MEINER ZEIT VORAUS

Wir sind die Neuen! Bis 2025 werden alle McDonald's Gäste-Verpackungen für Burger, Pommes & Co. aus erneuerbaren, recycelten oder nachhaltig zertifizierten Materialien bestehen. Und das weltweit. Das Beste ist: In Deutschland haben wir das jetzt schon bei über 95 Prozent unserer Gäste-Verpackungen erreicht.



*McDonald's ist auf dem Weg, noch besser zu werden – und hat dafür bereits vieles verändert. Mario Federico, Vorstandsvorsitzender McDonald's Deutschland, und Arndt Heiderich, Sprecher des McDonald's Franchisee Leadership Councils, sprechen im Interview über große und kleine Veränderungen und ein Umdenken, das gar nicht so schwerfällt.*

**McDonald's hat sich auf die Reise begeben, um Nachhaltigkeit, Klimaschutz und gesellschaftliches Engagement noch stärker in der Strategie des Unternehmens zu verankern – ist man inzwischen angekommen?**

**Mario Federico:** Die Reise geht immer weiter. Nachhaltiges Wirtschaften ist kein Prozess, den man einmal beginnt, dann irgendwann abschließt und zu den Akten legt. Es ist ein dauerhaftes Umdenken. Im Blick zurück aber offenbart sich, wie weit wir schon gekommen sind.

Ganz konkret haben wir viele kleinere und größere Schritte unternommen, deren Wirkung wir heute schon sehen. Dass wir unserer Verantwortung gerecht werden wollen, ist nicht nur ein Lippenbekenntnis, das dem Zeitgeist entspricht. Bereits seit 2014 betreiben wir nahezu

# McDonald's Deutschland in Zahlen

**1.425**  
Restaurants

**194**  
Franchise-  
Nehmer:innen



**1.039**  
Restaurants  
mit McDrive



**679**  
Delivery-  
Restaurants



**ca. 65.000**  
Mitarbeiter:innen in  
Restaurants und Verwaltung



**Better** 

Alles über unsere Maßnahmen erfährst du auf den nächsten Seiten oder auf [betterm.mcdonalds.de](https://betterm.mcdonalds.de)

**1,66 Mio.**  
Gäste pro Tag



**126**  
Lieferpartner:innen versorgen  
McDonald's mit Ware.

Alle Zahlen in dieser Broschüre beziehen sich, wenn nicht anders angegeben, auf den 31.12.2022.



## UNSER FOKUS: 4D!



### DRIVE

Mittlerweile haben wir 1.039 Restaurants mit McDrive. 26 davon sind brandneu mit einer zweiten Fahrspur ausgestattet. Und das scheint gut anzukommen: Der anteilige McDrive-Umsatz am Gesamtumsatz liegt bei 67 Prozent!



### DIGITAL

Wir gehen mit der Zeit und werden immer digitaler! Nicht nur unsere Bestellpunkte haben sich erhöht, sondern auch die Zahl der App-Registrierungen und der MyMcDonald's Rewards Nutzer:innen.



### DELIVERY

Bequem nach Hause liefern lassen? Kein Problem! Stand jetzt haben wir 679 Restaurants mit Delivery-Option.



### DEVELOPMENT

Auch unsere Restaurants entwickeln wir stetig weiter und passen sie den sich ändernden Gästeerwartungen an. Unser neues Restaurantkonzept beinhaltet neben erweiterten Bestell- und Servicemöglichkeiten zum Beispiel mehr Kapazität in der Küche. Damit können unsere Gäste ihre Bestellungen noch einfacher aufgeben und schneller bekommen. Auch unsere Restaurant-Teams profitieren von den umgebauten Restaurants durch optimierte Arbeitsabläufe, die das Arbeiten vereinfachen. Zudem haben wir schon 23 Restaurants mit Photovoltaikanlagen ausgestattet.

## VERPACKUNG

# Weniger ist mehr!

Unser Fahrplan für weniger Müll und Plastik



Wir geben Getränke und Eis auch **in Mehrwegverpackungen** aus. Deckel für Softgetränke gibt es im Restaurant nur noch **auf Nachfrage**.



Wir sparen **70 Prozent an Verpackungsmaterial**, indem wir unsere McWraps und ausgewählte Burger **in (Gras-)Papier wickeln**.



Ballonhalter **aus Papier** statt Plastik und 4er Chicken McNuggets® **in Papiertüten statt -boxen**.



Unsere Verkaufsverpackungen bestehen bis 2025 zu 100 Prozent aus **erneuerbaren, recycelten oder nachhaltig zertifizierten Materialien** – und das weltweit.



Wir setzen **Papier- statt Plastikdeckel für unsere Getränke** ein und sparen damit mehr als **500 Tonnen Plastik pro Jahr**. Wir **verzichten vollständig** auf den Einsatz von Plastikbechern und von Trinkhalmen für unsere Kaltgetränke.



**Plastik gibt den Löffel ab:** Dessertverpackungen bestehen fast komplett aus Papier – **dazu gibt es Papiertrinkhalme und Holzlöffel**.

Gemeinsam mit euch haben wir seit 2019 bereits

**3.680 t**  
Plastik eingespart.

**Die Menge macht's – wir möchten Verpackungen nur wo sinnvoll und nötig einsetzen. Aus diesem Grund arbeiten wir stets daran, unsere Verpackungen zu optimieren, Wertstoffkreisläufe zunehmend zu schließen und Plastik- sowie Verpackungsmüll einzusparen.**

So haben wir im Jahr 2019 einen Fahrplan für weniger Müll und Plastik entwickelt. Diesen Fahrplan setzen wir konsequent um und testen ständig neue Lösungen, wobei uns auch die Meinung unserer Gäste wichtig ist. Denn der Komfort und das Wohlbefinden unserer Gäste liegen uns am Herzen und sollen daher im Einklang mit unseren Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit stehen.

Insbesondere unsere Franchise-Nehmer:innen und die Crews in den Restaurants spielen eine wichtige Rolle bei der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsziele.



So sparen wir Müll

## Mehrwegsystem und „Becher to bring“

Der beste Abfall ist der, der gar nicht erst anfällt. Daher hat McDonald's im Dezember 2022 deutschlandweit ein eigenes Mehrwegsystem eingeführt. Gegen ein Pfand von 2 Euro können unsere Gäste ihre Getränke und Eis im Mehrwegbecher bestellen. Selbstverständlich besteht auch die Option, sich seinen eigenen Becher von zu Hause mitzunehmen und im McCafé mit Heißgetränken auffüllen zu lassen. Dafür gibt's sogar 10 Cent Rabatt.



### BEAUTIFUL FACT

## ICH HABE BEREITS 583 T PLASTIK GESPART

Statt aus Plastik gibt es mich seit 2020 aus Holz. Genauer gesagt: Holz aus zertifizierter Forstwirtschaft! Durch die Umstellung auf Holzlöffel konnten wir gemeinsam bereits 583 Tonnen Plastik einsparen. Das ist 1 Airbus A380 mit 72.500 großen Waschbären an Bord (8 kg pro Waschbär). Da ist der Holzlöffel doch gar nicht mehr so schlimm, oder?



**Better** 

Mehr Informationen unter [betterm.mcdonalds.de](https://betterm.mcdonalds.de)

## RECYCLING

# Vom Abfall zur Ressource

Recycling ist neben Reduktion und Wiederverwendung ein wichtiger Schlüssel zu einer nachhaltigen Zukunft. Das setzen wir nicht nur bei unseren Verpackungen um, sondern auch bei allen anderen verwendeten Materialien.

## 34.833 t Papier, Pappe, Kartonage

100 Prozent der Papierabfälle, die in unseren Restaurants anfallen, werden recycelt.



## 3.173 t sonstige Abfälle



## 14.753 t Speisereste

Die Speisereste bei McDonald's werden nicht einfach weggeworfen, sondern in Biogasanlagen zur Strom- und Wärmeerzeugung genutzt.



## 13.030 t Altspeisefett

Das Altfett aus unseren Restaurants, in dem unsere Pommes Frites & Co. frittiert wurden, ist ein wertvoller Rohstoff. Spezielle Dienstleister verarbeiten es weiter zu Biodiesel.



## 11.513 t Leichtstoff- verpackungen

Die in unseren Restaurants anfallenden Leichtstoffverpackungen führen wir im Rahmen unserer eigenen Branchenlösung dem Recycling zu.



## Gib Müll 'nen Korb!

Verschmutzte Plätze und Grünanlagen sind nicht nur für viele unserer Gäste, sondern auch für uns ein Ärgernis. Obwohl Verpackungen nötig sind, um einen schnellen, hygienischen und unkomplizierten Service zu bieten, landen zu viele davon in der Umwelt. Der Anteil von Produkten im Außer-Haus-Verkauf steigt immer weiter an – und damit leider auch das achtlose Wegwerfen leerer Verpackungen. Wir wollen es unseren Gästen leicht machen, das Richtige für die Umwelt zu tun. Deshalb stellen wir rund um unsere Restaurants zahlreiche gut gekennzeichnete Abfallbehälter auf. Darüber hinaus haben wir im Rahmen der Kampagne „Gib Müll 'nen Korb“ spezielle Müllwurfkörbe unter anderem an McDrive Ausfahrten ausgewählter Restaurants installiert.

## Aus Bechern werden Bücher.

In den Restaurants trennen wir seit den 1990er-Jahren Verpackungen und weitere Wertstoffe, damit sie wiederverwertet werden können. Zudem haben wir einen eigenen Kreislauf für die benutzten Getränkebecher in den Restaurants entwickelt. Seit April 2019 werden sie separat gesammelt und in einen internen Recyclingkreislauf eingespeist. So wird aus Bechern zum Beispiel Papier für die Bücher im Happy Meal® oder für Broschüren wie diese hier. Seit 2021 führen wir auch Transportkartonagen einem separaten Recycling zu.



## Anti-Littering-Patrouillen

# Alle zusammen

Unsere Mitarbeiter:innen sammeln regelmäßig achtlos weggeworfenen Müll rund um das Restaurant, an umliegenden Parkplätzen, Bushaltestellen oder Grünanlagen ein. Die Durchführung bedarfsgerechter Abfallsammelrundgänge ist seit jeher in unseren Standards fest vorgeschrieben. Über den McDonald's Gästeservice können unsere Gäste außerdem auf „Müll-Hotspots“ hinweisen. Zusammen mit dem Restaurant vor Ort prüfen wir die Situation und arbeiten gemeinsam an einer Verbesserung.

Zusätzlich unterstützen unsere Franchise-Nehmer:innen und Restaurantmitarbeiter:innen vielerorts lokale Abfallsammelaktionen. Gemeinsam mit Kommunen, Vereinen oder anderen Unternehmen setzen sie lokale Aktionen um, die auf die Bedürfnisse vor Ort eingehen. So sorgen wir zusammen für eine saubere Umwelt.



## Wir machen was draus

Ein zweites Leben für Einwegbecher – auch wenn sie das Restaurant verlassen? Geht! McDonald's ist Partner der Recyclinginitiative #itsyourpart, die zum Ziel hat, Einwegbecher in Städten separat zu sammeln und zu bedruckbarem Papier wiederzuverwerten. In 2022 startete die Initiative ein Pilotprojekt in Fulda.

QUALITÄT UND LIEFERKETTE

# Bestes Fleisch



„BEST Beef“ steht für „Bündnis für Exzellenz, Sicherheit und Transparenz“ in der Rinderhaltung. McDonald's ist weltweit und auch in Deutschland einer der größten Abnehmer für Rindfleisch und trägt deshalb eine besondere Verantwortung.

Aus diesem Grund haben wir bereits 2010 ein Bonusprogramm mit Partner:innen aus Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Wissenschaft entwickelt und im Laufe der Zeit immer weiter ausgebaut. Ende 2022 stammten schon 11 Prozent des Rindfleisches aus dem „BEST Beef“-Programm. Für 2023 wollen wir diese Menge über das Jahr auf 20 Prozent erhöhen. Das ist fast eine Verdoppelung der bisherigen Menge und zeigt deutlich den nachhaltigen Weg, den wir mit der deutschen Landwirtschaft gehen.

## 20 %

„BEST Beef“-Anteil beim Rindfleisch – ein deutliches Plus für mehr Tierwohl und Tiergesundheit.

Landwirt:innen, die an dem Programm teilnehmen, werden mit einer Prämie und Abnahmesicherheit belohnt. Im Gegenzug müssen sie diverse Anforderungen erfüllen, darunter eine tiergerechte Haltung mit ausreichend Platz und Auslauf sowie einen längeren Verbleib der Tiere am Hof. So stellen wir sicher, dass Tierwohl und Tiergesundheit bei der Milchkuhhaltung verbessert werden.

In den kommenden Jahren werden wir das Programm weiterentwickeln und dabei auch zukünftig auf aktuelle Entwicklungen sowie Anforderungen wie zum Beispiel die des staatlichen Tierwohllabels achten. Zudem sind wir gespannt auf die Ergebnisse einer Masterthesis zum „BEST Beef“-Programm im Kontext mit Klima und Tierwohl. Wir erhoffen uns daraus Erkenntnisse, wie wir den Weg zu mehr Nachhaltigkeit in der Milchkuhhaltung zusammen mit den deutschen Milchbauern und -bäuerinnen auch in der Zukunft aktiv gestalten können.

# 4.111

Landwirt:innen beteiligen sich am „BEST Beef“-Programm von McDonald's.



## Qualität mit Siegel



Unser Fisch – zu 100 Prozent aus zertifiziert nachhaltiger Fischerei



Unsere Shrimps – zu 100 Prozent aus verantwortungsvoller Aquakultur

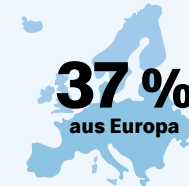


Unser Happy Meal® – mit drei zertifizierten Bio-Produkten zur Auswahl



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

## Herkunft und Menge unserer Rohwaren



### Kartoffeln

**67%**  
aus Deutschland  
33% aus Europa  
140.354 t



### Rindfleisch

**96%**  
aus Deutschland  
4% aus Europa  
39.237 t



### Milch

**100%**  
aus Deutschland  
22.911 t



### Eier

**100%**  
aus Deutschland  
899 t



### Weizenmehl

**77%**  
aus Deutschland  
22% aus Europa  
1% aus dem Rest der Welt  
30.432 t



### Salzgurken

**100%**  
aus Deutschland  
3.721 t



### Zwiebeln

**98%**  
aus Europa  
2% aus Deutschland  
8.324 t



### Käseerzeugnisse

**62%**  
aus Europa  
38% aus Deutschland  
7.567 t



### Hühnerfleisch

**62%**  
aus Europa  
38% aus Deutschland  
26.116 t



### Schweinefleisch

**100%**  
aus Deutschland  
4.334 t



### Salat

**64%**  
aus Europa  
26% aus Deutschland  
10% aus dem Rest der Welt  
10.371 t



### Tomaten

**90%**  
aus Europa  
10% aus dem Rest der Welt  
18.831 t



### Kaffee

**100%**  
aus dem Rest der Welt  
923 t



### Fisch

**100%**  
aus dem Rest der Welt  
1.078 t



# Alle wollen Qualität schmecken



Die Qualität unserer Rohwaren und Produkte ist für uns nicht verhandelbar – vom Feld bis aufs Tablett. Doch Qualität kann nur in Teamarbeit entstehen. Unsere wichtigsten Partner:innen für Qualität sind unsere 126 Lieferant:innen, darunter viele bekannte Namen wie Agrarfrost, Develey oder Lieken, mit denen wir schon seit Jahrzehnten zusammenarbeiten. Denn langjährige Beziehungen und Vertrauen sichern die gleichbleibend hohe Qualität unserer Rohwaren.



# 126

Lieferpartner:innen versorgen McDonald's mit Ware.



## Für kommende Generationen



„Vererbungsfähig“ soll das Unternehmen sein. Das ist für Michael Durach, den Geschäftsführer von Develey, das höchste Credo. Das Familienunternehmen beliefert uns bereits seit 1971 mit Saucen und Gurken. Neben der bekannt hohen Qualität ist vor allem der Nachhaltigkeitsgedanke fest im unternehmerischen Handeln verwurzelt. Regionalität spielt dabei für Develey eine herausragende Rolle, weil sie Transportwege kurz hält.

In Sachen Klimaschutz gilt Develey als Pionier. Schon 2008 haben die Brüder Michael und Stefan Durach damit begonnen, das Unternehmen klimaneutral auszurichten. „Wir haben unter anderem in klimafreundliche Technologien wie Geothermie, Holzhackschnitzel, Windkraft und Photovoltaik investiert und konsequent klimaschädliche Emissionen reduziert“, erklärt Michael Durach. Seit 2020 sind alle fünf deutschen Develey-Standorte – gemäß dem Dreiklang Vermeiden, Reduzieren, Ausgleichen – klimaneutral gestellt. Als nächsten Schritt hat sich Develey vorgenommen, an den deutschen Standorten zu 100 Prozent selbsterzeugten Grünstrom zu nutzen. Dafür soll ab 2025 der bezogene Strom nur noch aus eigenen Photovoltaik- und Windkraftanlagen sowie aus Projektpartnerschaften kommen.



## Grün geliefert

Bereits seit 1981 ist HAVI Logistics GmbH unser Logistik-Partner. Das Unternehmen ist für die Planung, Beschaffung, Lagerung sowie Auslieferung fast aller Food- und Non-Food-Produkte in unsere Restaurants zuständig. Zusätzlich ist HAVI für viele unserer Aktivitäten innerhalb der Kreislaufwirtschaft verantwortlich, um entlang der gesamten Lieferkette nachhaltig zu handeln.

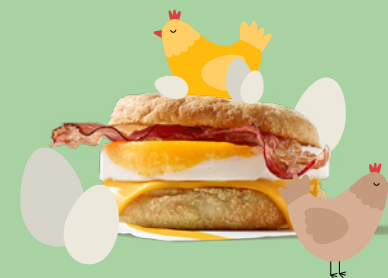
Das beginnt bei nachhaltigen Verpackungen, führt über die Lagerung in nachhaltigen Gebäuden und den umweltschonenden Transport mit der eigenen LNG-Lkw-Flotte bis hin zur transparenten Entsorgung und Rückführung der Wertstoffe in den Kreislauf. Mittlerweile verantwortet HAVI auch in Abstimmung mit uns die Entsorgung von 1.300 McDonald's Restaurants mit diversen Entsorgungspartner:innen. So gibt es für uns weniger Schnittstellen, mehr Transparenz, die Kontrolle über die eigenen Wertstoffströme und damit ein besseres Recycling.

Mit dem Beitritt zur Science Based Targets initiative (SBTi) hat HAVI sich verpflichtet, den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck noch weiter zu verringern. Das Ziel „Zero Emission“ und alternative Antriebe spielen dabei eine wichtige Rolle.



## Ausgez Eichnet

Bei McDonald's werden für die leckeren Frühstücksprodukte wie den McMuffin oder das Rührei bereits seit 1999 ausschließlich Eier aus Freilandhaltung eingesetzt. Unser Eierlieferant ovofit arbeitet dabei mit sehr engagierten Landwirt:innen zusammen. Gemeinsam achten wir stets auf die Einhaltung der gängigen Vorschriften und Gesetze zum Tierwohl. So werden seit 2022 zu 100 Prozent Frühstückseier deutscher Herkunft benutzt, die ohne Küekentötung durch Geschlechtsbestimmung im Ei oder Bruderhahnaufzucht produziert werden. Auch die für unsere Saucen und Dips eingesetzten Eier kommen schon seit 2018 aus Freilandhaltung.



## BEAUTIFUL FACT

# ICH BIN BIO-TREIBSTOFF

Zuerst mache ich als Frittieröl deine Pommes knusprig und dann holen Recycling-Expert:innen mich ab und verarbeiten mich zu Bio-Treibstoff. Durch meine doppelte Nutzung können wir mehr als 85 Prozent an Treibhausgas-Emissionen einsparen.



# Immer schön flexibel bleiben



44%\*

der Deutschen verzichten hin und wieder bewusst auf Fleisch.

\*Quelle: Ernährungsreport 2022 des BMEL



## BEYOND MEAT®

Die Basis für das Patty des McPlant® und die McPlant® Nuggets bilden Erbsen- und Weizenproteine. Die Produkte wurden gemeinsam mit Beyond Meat® entwickelt, einem der weltweiten Marktführer für pflanzliches Fleisch.

## Immer mehr Menschen entdecken Fleischalternativen – mit den McPlant® Produkten haben wir genau das richtige Angebot

Immer mehr Menschen verzichten ab und an auf Fleisch; aus Gründen des Tierwohls, dem Klima zuliebe oder weil sie einfach mal etwas Neues ausprobieren möchten. Mit den Anfang 2023 eingeführten McPlant® Produkten wenden wir uns direkt mit einem pflanzenbasierten Angebot an die sogenannten Flexitariet:innen, die von Zeit zu Zeit bewusst Fleisch gegen eine Alternative austauschen – aber, wie der Name schon sagt, nicht komplett auf Fleisch verzichten wollen.

Bei McDonald's können alle so genießen, wie sie möchten. Unsere Vision ist, dass sich alle Verbraucher unkompliziert zu jeder Zeit und wo auch immer sie sich aufhalten, bewusst ernähren können, ohne Kompromisse bei Geschmack und Genuss machen zu müssen.

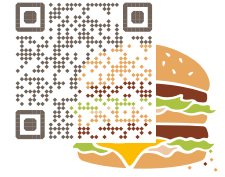
Der McPlant® und die McPlant® Nuggets bieten unseren Gästen die Möglichkeit, pflanzliche Fleischalternativen in einer vertrauten Atmosphäre zu probieren. Auch unsere kleinen Gäste können nun mit den 4er McPlant® Nuggets ein pflanzenbasiertes Hauptgericht im Happy Meal® wählen. Fleischfreie Angebote haben bei McDonald's übrigens eine lange Tradition: Schon vor sage und schreibe 25 Jahren haben wir den GemüseMac in Deutschland eingeführt.



### BEAUTIFUL FACT

## ICH BETREIBE EINE BIOGASANLAGE

Nicht aufgeessen? Kein Problem. Wenn du was von mir übrig lässt, wandeln wir die Speisereste mithilfe von Biogasanlagen in Wärmeenergie und Strom um.



### Better M

Wie kontrolliert McDonald's Qualität? Wer sind die Lieferpartn:innen? Und warum hat das Burgerbrötchen an der Unterseite einen weißen Fleck? Einfach QR-Code scannen oder unter [bettermcdonalds.de](https://bettermcdonalds.de)

## Die jungen Wilden

### Wie McDonald's den Nachwuchs in der Landwirtschaft fördert – und so für mehr Nachhaltigkeit sorgt



Die Jungen wollen die Dinge anders machen, sie haben viele neue Ideen, die sie gern in die Praxis umsetzen möchten. Das gilt auch in der Landwirtschaft. Mit dem „Young Farmers“-Programm fördert McDonald's bereits seit 2017 den engen Austausch mit besonders engagierten Lieferant:innen und Landwirt:innen, um für die Herausforderungen in der Landwirtschaft innovative Lösungen zu finden.

In regelmäßigen Treffen tauschen sich die Teilnehmer des „Young Farmers“-Programms darüber aus, welche Herausforderungen heutzutage bestehen und wie Lösungen für sie aussehen könnten. Denn um wirklich zukunftsfähig und nachhaltig arbeiten zu können, muss sich auch die Landwirtschaft stetig verändern. So diskutieren die Young Farmers über die Nutzung von Kamerasystemen und digitalen Kontrollmethoden im Hühnerstall, um das Verhalten der Tiere und ihr

Wohlergehen noch besser im Blick zu haben. Oder das sogenannte Precision Farming: Diese Methode ermöglicht es, genau nur die Stellen auf dem Acker zu düngen oder zu behandeln, die Nährstoffe benötigen oder stark mit Schädlingen befallen sind.

Das minimiert den Einsatz von Dünger, Pestiziden und Treibstoff und schont damit die Umwelt. Ein weiteres gutes Beispiel, das bereits seit einigen Jahren in die Tat umgesetzt wird: Unser Pommes-Lieferant AgrarFrost und unser Bun-Lieferant Lieken arbeiten beim Projekt „Crop Rotation“ eng zusammen. Dabei wird auf dem fruchtbaren Boden einiger ausgewählter Landwirt:innen zum Beispiel nach der Kartoffelernte Weizen für unsere Burger-Brötchen angebaut und damit auf dem Acker ein Kreislauf für McDonald's geschlossen. Die Jungen haben eben viele neue Ideen für eine bessere Welt.

## Weltpremiere

McPlant® ist nicht einfach nur ein Burger, sondern eine Plattform für unser Angebot an Flexitariet:innen. Mit dabei ist sogar eine Weltpremiere: Deutschland war der erste Markt, in dem McDonald's die McPlant® Nuggets eingeführt hat. In Kombination mit dem Happy Meal® gibt es sie auch erstmals als pflanzenbasierte Hauptspeise dauerhaft im Angebot.





# Alle müssen mitziehen

Beim Thema Klimaschutz hat sich McDonald's global viel vorgenommen: 2021 trat das Unternehmen der „Race to Zero“-Kampagne der Vereinten Nationen bei und bekennt sich damit zu dem Ziel, bis 2050 weltweit klimaneutral zu werden.

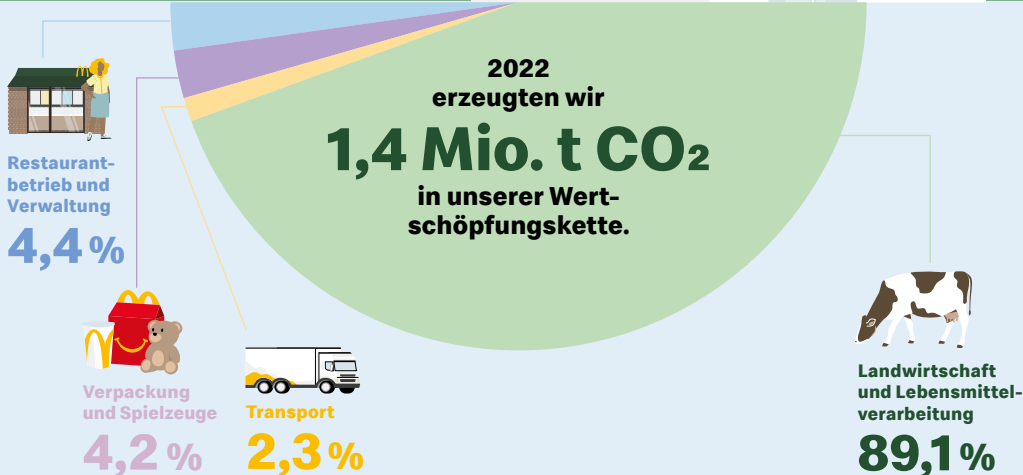
In diesem Zuge passt McDonald's seine bisherigen für 2030 festgelegten CO<sub>2</sub>-Reduktionsziele an und lässt sie auch diesmal von der SBTi (Science Based Targets initiative) genehmigen. Den globalen Temperaturanstieg unter 1,5 Grad zu halten ist eine gewaltige Aufgabe, die wir nur zusammen meistern können – wir von McDonald's und unsere Lieferpartner:innen. Denn der Großteil der durch uns verursachten

CO<sub>2</sub>-Emissionen – fast 90 Prozent – entsteht bei der Erzeugung unserer Lebensmittelprodukte in der Landwirtschaft und bei der Verarbeitung unserer Rohwaren. Mit Maßnahmen wie beispielsweise unserem „BEST Beef“-Programm verkleinern wir unseren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck gemeinsam mit unseren Partner:innen aus der Landwirtschaft.

Darüber hinaus reduzieren wir den CO<sub>2</sub>-Ausstoß bei der Herstellung unserer Verpackungen durch die kontinuierliche Reduktion und den Wechsel auf nachhaltigere Materialien.



Unser Ziel:  
**Klimaneutral bis 2050**



Grüne Energie

## 100 % Ökostrom in unseren Restaurants

Seit 2014 setzen wir in beinahe all unseren Restaurants voll und ganz auf Ökostrom aus Wasserkraft. Dank unserem zertifizierten Energiemanagement-System sind wir in der Lage, den Stromverbrauch sowohl in unseren Restaurants als auch in der Verwaltung stetig zu minimieren.

E-Mobilität

## 1.000 McDrives mit Ladesäulen bis 2025

Die Zusammenarbeit mit unserem Partner EWE Go ermöglicht es uns, seit Ende 2020 das Schnellladenetzen für Elektrofahrzeuge deutschlandweit auszubauen und damit einen positiven Einfluss auf unser Klima zu nehmen. Während EWE Go sich um den Aufbau und Betrieb der Schnellladesäulen kümmert, stellen wir die notwendige Fläche an unseren Restaurants bereit.

Selbstverständlich laden die E-Autos bei McDonald's ausschließlich Ökostrom. Bis Juni 2023 wurden bereits über 400 Standorte mit Schnellladestationen ausgestattet. Bis 2025 sollen es mehr als 1.000 McDrive Standorte sein, an denen die Restaurants dann eine doppelte Lademöglichkeit anbieten – für Fahrer:in und Fahrzeug.



BEAUTIFUL FACT

# ICH BIN GESCHICHTE

Seit April 2023 verzichten wir vollständig auf die Trinkhalme für unsere Softgetränke. Das spart 434 Tonnen Papier im Jahr ein. Das sind übrigens über 240 Millionen Trinkhalme! Dafür wurden unsere Becher so gestaltet, dass du auch bequem ohne Papiertrinkhalm trinken kannst.

## ARBEITGEBER UND VIELFALT

# McDonald's als Arbeit- und Chancengeber

### Daten & Fakten zu unseren Mitarbeiter:innen

**52%**  
Frauen in Führungspositionen in unseren Restaurants



**161**  
Nationalitäten



**27,7%**  
Teilzeitbeschäftigte



**755**  
Mitarbeiter:innen mit Handicap



**41,9%**  
Vollzeitbeschäftigte



**1.569**  
Azubis in drei Ausbildungswegen in unseren Restaurants

Unsere Gesellschaft ist bunt und vielfältig – und genau so sind wir bei McDonald's. Wir wollen diese Werte in der Gesellschaft und unserem Unternehmen fördern. Deshalb spielen Herkunft, Alter, Geschlecht, Bildungsweg oder sexuelle Orientierung für uns keine Rolle. Wir verstehen uns als Chancengeber. Genau wie die Menschen, die für McDonald's arbeiten, entwickelt sich auch das Unternehmen ständig weiter.

Wir geben allen die Möglichkeit, mit uns zu wachsen. Dafür bieten wir unterschiedliche Arbeitszeitmodelle und Karrierewege an: Arbeiten in Voll- oder Teilzeit oder als Ferienjob, eine duale oder berufsbegleitende Ausbildung, ein duales Studium und umfassende Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, die zu den persönlichen Bedürfnissen unserer Mitarbeiter:innen passen. Damit alle, die wollen, es ganz nach oben schaffen können.

2022 haben wir über 8.000 Kolleg:innen zu verschiedensten Themen trainiert und ca. 1.000 Mitarbeiter:innen zu Führungskräften ausgebildet.



**Better**   
Mehr erfahren unter [betterm.mcdonalds.de](https://betterm.mcdonalds.de)

Alle Angaben beziehen sich, wenn nicht anders vermerkt, auf firmeneigene Restaurants, am Erfassungssystem teilnehmende Franchise-Restaurants und Verwaltung.

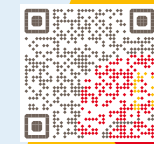
 MITGLIED DER  
**charta der vielfalt**  
Für Diversity in der Arbeitswelt

Als eines der ersten Unternehmen hat McDonald's Deutschland 2007 die Charta der Vielfalt e. V. unterzeichnet. Damit verpflichteten wir uns, Maßnahmen zur Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Vielfalt in der Arbeitswelt umzusetzen. 2022 wurden wir Mitglied der Charta der Vielfalt, seit Juni 2023 tragen wir im Vorstand der Charta dazu bei, die Akzeptanz von Diversität auch außerhalb unseres Unternehmens zu erhöhen.



## Unsere Botschafter:innen für euch

Rund 65.000 Mitarbeiter:innen, das bedeutet ebenso viele Biografien. Wer sind wir? Und welche Geschichten erleben wir jeden Tag bei der Arbeit für McDonald's? Was macht Freude – oder gibt es vielleicht auch mal Frust? Was passiert hinter den Kulissen? Stellvertretend für ihre Kolleg:innen erzählen seit März 2023 unsere 11 Brand Ambassadors auf ihren Social-Media-Kanälen von den Erlebnissen in ihrem Job und ihrem Leben – authentisch und auf Augenhöhe.



**Better**   
Mehr erfahren unter [betterm.mcdonalds.de](https://betterm.mcdonalds.de)



**„Ich habe tagtäglich mit Menschen zu tun. Egal, ob es meine Mitarbeiter:innen sind, meine Gäste oder die verschiedenen Lieferant:innen. Das macht einfach Freude. Und gleichzeitig habe ich jeden Tag neu die Möglichkeit, etwas zu bewegen.“**

**Frauke Petersen-Hanson**  
McDonald's Franchise-Nehermerin,  
Präsidiumsmitglied des Bundesverbands der Systemgastronomie e. V. (BdS) und Mentorin für das McDonald's DisAbility and Inclusion Netzwerk

## Zuhören und hinschauen

Wir haben immer ein offenes Ohr für die Anliegen unserer Mitarbeiter:innen, aber auch für Mitarbeitende aus unserer Lieferkette und Gäste. Dafür haben wir bereits vor vielen Jahren eine Vertrauensstelle eingerichtet und bieten auf unserer Website eine Meldemöglichkeit zu Menschen- und Umweltrechten an.

### BEAUTIFUL FACT

## ICH BIN DER NEUE



Seit April 2023 haben wir keine reinen Plastikbecher mehr im Sortiment. Der Umwelt zuliebe gibt es jetzt auch für Iced Coffee Drinks & Co. ebenfalls mich – die Alternative aus Papier. Dazu gibt es einen speziell konstruierten Kuppeldeckel aus Papierfasern. Durch diese Umstellung sparen wir im Jahr weitere 158 Tonnen Plastik.

**ENGAGEMENT UNSERER FRANCHISE-NEHMER:INNEN**

**Aktiv für die Gesellschaft**



**85 %**

unserer Franchise-Nehmer:innen engagieren sich vor Ort im sozialen und/oder Umweltbereich.

**76 %**

engagieren sich für die McDonald's Kinderhilfe Stiftung.



**88 %**

engagieren sich für lokale Sportvereine.



**66 %**

unterstützen lokale Abfallsammelaktionen.

**72 %**

bieten integrative Maßnahmen für Mitarbeiter:innen mit Migrationshintergrund.

**77 %**

beschäftigen Menschen mit Handicap.



**87 %**

machen mehr Müllsammelrundgänge als vorgeschrieben.

Online-Befragung der McDonald's Franchise-Nehmer:innen, Feb. 2023, N = 82

Unsere 194 Franchise-Nehmer:innen geben McDonald's Deutschland vor Ort ein Gesicht. Und sie alle verbindet ein gemeinsames Anliegen: Sie wollen mehr als nur das Mindeste tun. Ganz im Sinne des McDonald's-Gründers Ray Kroc: „Gebt der Gesellschaft etwas von dem zurück, was sie euch gegeben hat“.

Und so hört die Arbeit an den Türen der Restaurants nicht einfach auf. Franchise-Partner:in zu sein bedeutet nicht nur, Restaurants zu betreiben, Arbeitsplätze zu bieten und Gastgeber:in zu sein, sondern zeichnet sich auch durch vielfältiges Engagement für die Gesellschaft aus.

So machen sich unsere Franchise-Nehmer:innen etwa stark für die McDonald's Kinderhilfe Stiftung. Und darüber hinaus engagieren sich fast alle mit verschiedensten Aktionen, vor Ort oder auch über die Landesgrenzen hinaus: indem sie beispielsweise lokale Sportvereine unterstützen oder Abfallsammeltage organisieren. Oder auch ganz spontan Hilfe leisten, wenn schnelles Handeln notwendig ist. Ihr Engagement ist so vielfältig wie die Menschen, die dahinterstehen.

**30 %**

unserer Franchise-Nehmenden betreiben die Restaurants schon in der zweiten Generation.



**Vor Ort Gutes tun**



Als Anfang Februar 2023 im türkisch-syrischen Grenzgebiet die Erde bebte, war klar, dass schnelle Hilfe nötig ist. McDonald's Deutschland nimmt dabei eine besondere Rolle ein, denn viele unserer Mitarbeitenden haben ihre Wurzeln in den betroffenen Regionen. So spendeten nicht nur die McDonald's Corporation und McDonald's Türkei eine Million US-Dollar für Hilfsmaßnahmen – auch viele einzelne Franchise-Nehmer:innen organisierten eigene Spendenkampagnen.

Suzi und Stefan Streckel führen 5 McDonald's Restaurants im mittelfränkischen Gunzenhausen. Da Suzi Streckel ihre Wurzeln in der Türkei hat und möglichst schnell nach der Katastrophe helfen wollte, haben sich die Streckels bei der Stadt dafür eingesetzt, ein Spendenkonto einzurichten. Bis Mai 2023 konnten bereits 25.000 Euro gesammelt werden, die in Zusammenarbeit mit der Non-Profit-Hilfsorganisation AHBAP der besonders stark betroffenen Region Hatay zugutekamen.



Unser Franchise-Nehmer aus Rheinböllen Michael Gollor liefert ein weiteres beeindruckendes Beispiel für das vielfältige Engagement unserer Franchise-Nehmerschaft für Menschen in Not. Zusammen mit Daniel Mikolajetz, der für McDonald's Luxemburg tätig ist, fuhr er kurz nach Ausbruch des Ukraine-Kriegs mit einem mit Decken, Schlafsäcken und Verbandsmaterial beladenen Kleinbus in das Krisengebiet. Mit der Unterstützung eines Franchise-Nehmers und Restaurantleiters vor Ort konnten die beiden zwei betroffene Familien sicher zurück nach Deutschland bringen, wo sie bei Verwandten untergekommen sind. Über allem steht der Glaube, dass es nicht darum geht, nur zu reden, sondern vor allem auch zu handeln. Und sicherzustellen, dass die Hilfe auch wirklich vor Ort ankommt.



Für Franchise-Nehmer Gerhard Froschmeier, Inhaber der McDonald's Restaurants in Passau, Vilshofen und Freyung, steht die tatkräftige Unterstützung der McDonald's Kinderhilfe Stiftung mit seinen großzügigen Spenden an vorderster Stelle. So sichert er zum Beispiel einen Teil der Fixkosten für das Ronald McDonald Haus und die Oase Passau. Durch seine Patenschaft für eines der Apartments, in dem Familien schwer kranker Kinder ein Zuhause auf Zeit finden, finanziert er außerdem die jährlichen Betriebskosten der Unterkunft.

**BEAUTIFUL FACT**

**ICH STEHE FÜR 3.680 T WENIGER PLASTIK**



Mit uns können wir guten Gewissens in die Zukunft schauen. Durch die Verpackungsumstellungen entlang unseres Fahrplans für weniger Müll und Plastik konnten wir seit 2019 bereits über 3.680 Tonnen Plastik einsparen. Und die Reise ist noch nicht zu Ende.



McDonald's  
Kinderhilfe

# Nähe schenken

Im Jahr 2022 konnte die McDonald's Kinderhilfe wieder eine Vielzahl von Projekten und Veranstaltungen umsetzen, die kranken Kindern und ihren Familien zugutekommen. Ein besonderes Highlight war die Grundsteinlegung und das Richtfest des nunmehr 23. Ronald McDonald Hauses in Vogtareuth. Das Haus bietet Platz für 20 Familien von schwer kranken Kindern und ermöglicht es den Angehörigen, in unmittelbarer Nähe der Klinik zu wohnen und sich rundum versorgt zu fühlen.

Nicht nur auf der Baustelle in Vogtareuth wurde fleißig gearbeitet, auch das 35-jährige Jubiläum der McDonald's Kinderhilfe wurde mit zahlreichen Aktionen und Events gefeiert. In den 35 Jahren konnten sowohl in den Ronald McDonald Häusern als auch in den Oasen insgesamt rund 260.000 Familien ein Zuhause auf Zeit finden.

Ein weiteres Highlight im Jahr 2022 war die 20. Sternfahrt in Berlin. Hier trafen sich alle ehrenamtlichen Mitarbeiter:innen und verbrachten ein gemeinsames Fortbildungswochenende mit spannenden Workshops, intensivem Austausch und festlichem Gala-Abend.

Alles in allem war das Jahr für die McDonald's Kinderhilfe Stiftung sehr erfolgreich: In den 22 Ronald McDonald Häusern wurden insgesamt 5.960 Familien aufgenommen, in den 6 Oasen, die als Rückzugsorte in Kinderkliniken dienen, 3.384 Familien.



Eine wichtige Basis für dieses Angebot ist nicht zuletzt die stolze Spendensumme der McFamily in Höhe von rund 7 Millionen Euro, die vielen Kindern und ihren Familien Hoffnung schenkt. Wer auch etwas dazu beitragen möchte: Es gibt zahlreiche Möglichkeiten, wie zum Beispiel den neuen digitalen Spendenbutton an den Bestell-Kiosken in den McDonald's Restaurants. Dieser bietet die Option, beim Bezahlvorgang einen fixen Betrag auszuwählen und damit die McDonald's Kinderhilfe zu unterstützen. Spenden war noch nie einfacher!



Spenden an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung sind auch über den Online-Bezahldienst **PayPal** möglich. Einfach die gewünschte Spendensumme eingeben und direkt Gutes tun.



**Better** 

Mehr Informationen unter [betterm.mcdonalds.de](https://betterm.mcdonalds.de)

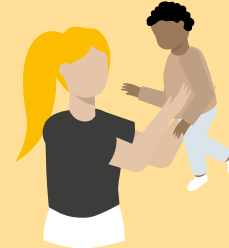
# Werbung mit Grenzen



Kinder benötigen besonderen Schutz. Deshalb haben wir uns bereits 2007 im Rahmen des EU Pledge dazu verpflichtet, keine Werbung für Nahrungsmittel und Getränke an Kinder unter 14 Jahren in TV, Print, online und in den sozialen Medien zu schalten, wenn diese Produkte nicht den festgelegten Ernährungskriterien entsprechen. Die Bewerbung unserer Produkte in und um Schulen ist für uns ebenfalls ein Tabu.

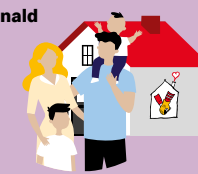
**7** MIO.  
**EURO**

spendete McDonald's zusammen mit seinen Franchise-Nehmer:innen, Lieferpartner:innen und Gästen 2022 an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung.



**22**

Ronald McDonald Häuser



**6**

Ronald McDonald Oasen in Spezialkliniken



**5.960**

Familien wohnten 2022 in den Ronald McDonald Häusern in der Nähe ihrer kranken Kinder.



**3.384**

Familien nutzten 2022 die Ronald McDonald Oasen zum Entspannen und Spielen in der Klinik.

**8,2 Mio.**

Bücher haben wir 2022 im Happy Meal® ausgegeben. Dabei kooperieren wir mit der Stiftung Lesen. Zur Auswahl gibt es immer auch ein Spendenbuch, bei dessen Kauf 10 Cent an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung gehen.

## Gemeinsam Mut spenden



Ein leuchtend bunter Sternenhimmel – was könnte Kindern in dunklen Nächten mehr Mut spenden? Mit unseren Mutlichtern wollten wir nicht nur die Angst in der Dunkelheit nehmen, jeder Kauf half auch Familien schwer kranker Kinder, die sich lange in Kliniken aufhalten müssen. Mit dem Verkauf der Mutlichter in den Restaurants konnte McDonald's Deutschland eine Spendensumme von über 200.000 Euro für die McDonald's Kinderhilfe Stiftung bereitstellen.



## BEAUTIFUL FACT

# ICH WECKE DAS GUTE IN DIR

Ich bin nämlich aus Porzellan und im McCafé für euch im Einsatz. Denn alle Speisen und Getränke aus dem McCafé, die du im Restaurant verzehrst, werden bei uns bereits seit 2017 auf Geschirr oder im Glas serviert. Weil Kaffee und Kuchen so immer noch am besten schmecken.



# Better

Mehr Informationen unter  
[bettermcdonalds.de](https://bettermcdonalds.de)



## IMPRESSUM

### Redaktion

McDonald's Deutschland LLC  
Supply Chain: Diana Wicht,  
Daniel Neusser, Anne Zurek  
Impact: Markus Weiß,  
Katharina Müller, Birgit Höfler-  
Schwarz

### Text & Gestaltung

DDB München GmbH  
Blumenstraße 28  
80331 München

### Kontakt

McDonald's Deutschland LLC  
Zweigniederlassung München  
Drygalski-Allee 51  
81477 München

T: +49 89 78594 413  
F: +49 89 78594 479  
E-Mail: [verantwortung@mcdonalds.de](mailto:verantwortung@mcdonalds.de)  
[bettermcdonalds.de](https://bettermcdonalds.de)

Pressekontakt: [presse@mcdonalds.de](mailto:presse@mcdonalds.de)



WRIN: 96703-035

© 2023 McDonald's