

Wir machen nicht **alles** gut. Aber vieles **BESSER.**

*Ob du's glaubst
oder nicht.*



Mehr NACHHALTIGKEIT benötigt eine KLARE STRATEGIE und GUTES TEAMWORK.

Ein Gespräch mit Holger Beeck, Vorstandsvorsitzender McDonald's Deutschland, und Dominik Neiss, Sprecher des Franchisee Leadership Council

Warum muss sich McDonald's verbessern?

Holger Beeck: Ob generell oder speziell in der Nachhaltigkeit: Kein Unternehmen und auch nicht McDonald's kann es sich leisten, stehen zu bleiben. Kontinuierliche Verbesserung der eigenen Prozesse und Produkte ist Grundlage für langfristigen Erfolg.

Wie geht McDonald's denn solche Verbesserungen konkret an?

Holger Beeck: Wir setzen nicht auf Schnellschüsse, sondern denken in Prozessen. Das bedeutet, dass wir Neuerungen in den Restaurants oder in unserer Lieferkette umfassend planen. Wir testen jede Innovation erst in begrenztem Umfang, analysieren genau die Ergebnisse und entscheiden dann über die systemweite Einführung.

Dominik Neiss: „System“ ist ein entscheidendes Stichwort. Denn in der Systemgastronomie muss jede Neuerung eben nicht nur effizient sein, sondern auch überall funktionieren.



Dominik Neiss (links) und Holger Beeck (rechts)

Welche Schwerpunkte setzen Sie in Ihrem Nachhaltigkeitsengagement?

Dominik Neiss: Aktuell konzentrieren wir uns besonders auf die Themen Ernährung, Verpackung und Klima. Erfolge erzielten wir hier zuletzt bei der Beschaffung von nachhaltigerem Rindfleisch (BEST Beef) und der Einführung von Glas- oder Porzellan-geschirr für Heißgetränke in den Restaurants der Zukunft.

Um diesen Wandel geht es McDonald's auch in der aktuellen Kampagne.

Holger Beeck: Genau. „Ob du's glaubst oder nicht“ zeigt, dass wir gemeinsam mit unseren Franchise-Nehmern und Lieferanten immer wieder überraschende Antworten liefern – mit neuen Produkten, als Arbeitgeber oder mit neuen Projekten für mehr Nachhaltigkeit.

Ob du's glaubst oder nicht:

Uns **vertrauen**

täglich **2 Mio. Menschen** in
Deutschland: **UNSERE GÄSTE.**

**Wie wir diese große Verantwortung stemmen können?
Nur gemeinsam, nämlich zusammen mit unseren
Franchise-Nehmern, Mitarbeitern und Lieferanten.**



**Unter dem Motto „Ob du's glaubst oder nicht“
informieren wir über aktuelle Projekte des
Unternehmens. Das gemeinsame Ziel der ver-
schiedenen Maßnahmen:**

**Wir wollen besser werden. Wir wissen, dass wir
an mancher Stelle noch einen weiten Weg vor uns
haben, aber wir arbeiten daran. Gemeinsam.**

**Auf www.change-m.de berichten wir regelmäßig
darüber, woran wir arbeiten, um McDonald's
Deutschland nachhaltiger zu machen.**



Ob du's glaubst oder nicht:

FLEISCH wächst leider
noch nicht auf **Bäumen.**

Unsere Burger mit Fleisch sind beliebt. Doch immer mehr Gäste wollen auch bei McDonald's einmal fleischlos genießen oder sogar ganz auf tierische Produkte verzichten.

Darum schaffen wir Alternativen – mit einem veganen Burger, der auch Fleischessern schmeckt.

McDonald's zeigt Schlachthof an

TAUBERBISCHOFSSHEIM Die Fastfoodkette McDonald's und Tierrechtsaktivisten haben laut eigenen Angaben Strafanzeige gegen Verantwortliche eines Schlachthofs des bayerischen Nahrungsmittelkonzerns OSI gestellt. Es gehe um den Verdacht des Verstoßes gegen den Tierschutz, teilten das Unternehmen und der Verein Soko Tierschutz mit. Der Schlachthof in Tauberbischofsheim sei geschlossen worden.

Abendzeitung, 16.2.2018

Strengere Anforderungen und Kontrollen beim TIERSCHUTZ!

Wegen gravierender Verfehlungen gegen den Tierschutz beendete McDonald's Anfang 2018 die Zusammenarbeit mit dem Schlachthof in Tauberbischofsheim und stellte Strafanzeige.

In der Folge entwickelten wir für die uns beliefernden Schlachthöfe strengere Kontrollen und Anforderungen, die deutlich **über den gesetzlichen Standard hinausgehen**. Unter anderem wurden folgende Maßnahmen ergriffen: Unsere **Tierschutz-Audits** finden seit 2019 ausschließlich unangekündigt und separat von anderen bestehenden Kontrollen statt. Die Aufgaben des **Tierschutzbeauftragten** am Schlachthof werden verstärkt überprüft. Ab Ende 2020 verlangen wir eine **Video-Überwachung** aller für den Tierschutz kritischen Bereiche im Schlachthof (z. B. Zutrieb der Tiere).

VEGANE Premiere

Gute Nachrichten für Fleischliebhaber und Veganer: Seit Ende April 2019 bietet McDonald's mit dem Big Vegan TS nun auch in Deutschland **Burger-Genuss ganz ohne tierische Zutaten**. Ein Angebot, das bei der veganen Community gut ankommt.

Das Kernstück des Burgers: ein Patty auf Soja- und Weizenbasis. Durch den typischen McDonald's Geschmack, die Konsistenz und das Aussehen ist der Bratling **auch für Fleischliebhaber eine gute Wahl**.





7 % unseres Rindfleisches kamen 2018 aus dem „BEST Beef“-Programm.

3.624 Landwirte nehmen am „BEST Beef“-Programm teil.

Für rund **31.500** Kühe zahlte McDonald's 2018 einen „BEST Beef“-Bonus.



BEST Beef 2.0

Mit BEST Beef machen wir mit unseren Partnern seit Jahren **wichtige Schritte für eine nachhaltigere Rindfleischerzeugung**. 2018 haben wir die Teilnahmebedingungen überarbeitet und das neue „BEST Beef 2.0“-Programm verabschiedet.

Die wichtigsten Themen: eine **verbesserte Tiergesundheit** bei möglichst geringem Arzneimittelinsatz, eine längere Lebensdauer der Kühe, **weniger CO₂-Emissionen** und **tiergerechte Haltungsformen**, z. B. durch die Förderung moderner Laufställe und Weidehaltung.

Unsere Nachhaltigkeitsziele

Bis 2020 legt McDonald's weltweit den Grundstein für eine nachhaltigere Rindfleischerzeugung. In Deutschland haben wir dafür das „BEST Beef“-Programm weiterentwickelt.

Ob du's glaubst oder nicht:

TIERWOHL

ist uns **wichtig!**



Wir verarbeiten kein Schweinefleisch von kastrierten Ferkeln.

Unser Schweinefleisch ist zu 100 % QS-zertifiziert.



Freiwilliger Verzicht auf Käsegeier in allen Produkten

Für Frühstücksprodukte, Dips und Saucen setzen wir nur Freiland Eier ein.

100 % Fütterung ohne Gentechnik bei allen Hähnchenfleischprodukten und Frühstückseiern

0 % Reserveantibiotika bei allen Hähnchenfleischprodukten

128.182 t Kartoffeln
71 % 29 % 0 %

40.837 t Rindfleisch
93 % 7 % 0 %

34.127 t Weizenmehl
81 % 19 % 0 %

29.445 t Milch
97 % 3 % 0 %

26.156 t Hähnchenfleisch
29 % 69 % 2 %

24.763 t Tomaten
0 % 94 % 6 %

11.813 t Salat
33 % 58 % 9 %

10.084 t Zwiebeln
0 % 99 % 1 %

7.074 t Käse
41 % 56 % 3 %

4.268 t Gurken
93 % 7 % 0 %

1.945 t Eier
61 % 39 % 0 %

1.558 t Kaffee
0 % 0 % 100 %

1.068 t Fisch
0 % 18 % 82 %

3 %
aus weiteren Ländern



MENGE UND HERKUNFT unserer Rohwaren 2018

37 %
aus Europa



60 %
aus Deutschland



Fisch zu 100 %
aus zertifiziert
nachhaltiger
Fischerei



Meeresfrüchte
zu 100 % aus
verantwortungs-
voller Aquakultur



Kaffee zu 100 %
von Rainforest-
Alliance-zertifi-
zierten Farmen



2018 wurden
3.497 t OBST
für die Produkte
im Happy Meal
verarbeitet.

Immer eine gute Wahl
im Happy Meal:
Apfelschorle, Milch
und Apfeltüte –
ALLES IN BIO.



Ob du's glaubst oder nicht:

Wir finden nicht, dass

**KINDER durch Zucker
SÜSSER** werden!

Essen muss Kindern schmecken und Freude machen – und alle Nährstoffe enthalten, die für eine gute Entwicklung notwendig sind. In diesem Sinne bietet das Happy Meal unseren jüngsten Gästen nicht nur Spaß und Geschmack. Mit gesunden Alternativen wie der Bio Apfeltüte setzen wir zudem Impulse für eine ausgewogene Ernährung.



**In diesem FRUCHT-PÜREE
steckt Energie!**

Und das ohne Zuckerzusatz,
mit reduziertem Zuckereintrag
durch die Früchte, ohne Zusatz
von Aromen, Farbstoffen oder
Konservierungsstoffen.

**Wir arbeiten weiter an
neuen Möglichkeiten der
ZUCKERREDUZIERUNG.**

Unsere Nachhaltigkeitsziele

Unser weltweites Ziel, das Happy Meal weiterzuentwickeln, haben wir in Deutschland weitgehend erreicht.

So verzichten wir komplett auf künstliche Farbstoffe. Und auf unserer Website informieren wir über sämtliche Inhaltsstoffe der Produkte. In der McDonald's App sind Nährwerte und Allergene pro Produkt abgebildet, eine entsprechende Umsetzung auf den digitalen Bestellterminals ist in Arbeit.



Ob du's glaubst oder nicht:

Auch wir würden gern **alles**
auf dem **SILBERTABLETT**
servieren.

Aber ganz ohne Verpackung geht es leider (noch) nicht. Doch wir arbeiten daran, sie umweltfreundlicher zu machen und wo möglich ganz wegzulassen. Das ist manchmal gar nicht so einfach. Mitunter sprechen Hygienestandards oder unsere Anforderungen an einen schnellen, einfachen Service dagegen – und auch die Erwartungen und Wünsche der Gäste.

Unser Anspruch: Wir entwickeln Lösungen, die in 1.500 Restaurants mit 2 Mio. Gästen am Tag funktionieren. Und keine halben Sachen.

Coffee-to-go-Becher sind ein Symbol unserer Wegwerf-Gesellschaft. Wir arbeiten daran, diese wo möglich **einzusparen**. In unseren Restaurants der Zukunft bekommt man alle Heißgetränke, die vor Ort getrunken werden, nur noch in **Glas- und Porzellangeschirr**. So konnten wir 2018 bereits **rund 30 Mio. Einweg-Papierbecher einsparen**. Ende 2019 werden fast alle deutschen Restaurants auf dieses Konzept umgestellt sein.



Wir wollen **BESSER** werden – **ZUSAMMEN** mit euch!



Mehrweg-Lösungen zum Mitnehmen sind etwas schwieriger: Bereits seit Ende 2016 können sich unsere Gäste Heißgetränke in den **eigenen sauberen Mehrwegbecher** füllen lassen. Dafür bekommen sie 10 Cent Rabatt. Eine prima Idee, die uns in der Planung viel Kopfzerbrechen bereitet hat, etwa hinsichtlich der Einhaltung unserer hohen Hygienestandards.

Aber: Unsere Mühe zahlt sich für die Umwelt bisher kaum aus. Obwohl wir für diese Lösung sehr viel positive Resonanz, z. B. über die Medien, bekommen haben, nutzen unsere Gäste die neue Möglichkeit leider viel zu selten. Deswegen testen wir derzeit **das RECUP-Pfandsystem für Kaffee & Co**. Denn Fakt ist: Nur gemeinsam mit unseren Gästen können wir eine Nischenlösung von heute zum Standard von morgen machen.

Ein **GUTER ANSATZ**, aber noch nicht gut genug



Mit der Einführung der SIGNATURE Collection in den Restaurants der Zukunft im Juli 2016 haben wir erstmals ausprobiert, Burger statt in einer Papierbox auf einem **Mehrweg-Brettchen** zu servieren. Eine verpackungsfreie Lösung – die im Handling in der Küche allerdings noch nicht ideal war und bei unseren Gästen zu gut ankam: Es verschwanden so viele Brettchen aus den Restaurants, dass es zu teuer wurde, weiter auf diese Weise zu servieren. Wir geben nicht auf und werden andere Möglichkeiten testen, um Verpackungen einzusparen.



Diana Wicht, zuständig für Nachhaltigkeit bei McDonald's Deutschland, beantwortet häufig gestellte Fragen.



Verpackungsreduzierung ist unseren Gästen wichtig.

Hier beantworten wir die häufigsten Fragen:

Warum verpackt ihr die Produkte für den Verzehr im Restaurant genauso wie die Produkte zum Mitnehmen?

Ein großer Teil unserer Produkte wird zum Mitnehmen verkauft. Wenn ein Burger oder eine Portion Pommes Frites in der Küche zubereitet werden, unterscheiden wir bisher nicht, ob diese im Restaurant verzehrt oder mitgenommen werden. Das macht die Abläufe effizienter und schneller – und das erwarten unsere Gäste und wir selbst von uns: einen schnellen Service. Aber geht das Ganze auch mit weniger Verpackungen? Ich denke: ja. Wir stellen zurzeit alle Verpackungen, die wir einsetzen, auf den Prüfstand.

Warum bekomme ich den Kaffee schon in der Tasse und den Kuchen auf einem Teller?

In allen Restaurants der Zukunft werden Kaffee und andere Heißgetränke zentral zubereitet. Dadurch können wir den Gebrauch von Tassen und Gläsern für

den Vor-Ort-Verzehr sinnvoll in unsere Prozesse integrieren. Im McCafé haben wir weniger Produkte, die auch nicht extra zubereitet werden müssen, z. B. Kuchen. Die Produkte werden dort zudem meist vor Ort verzehrt. Deshalb haben wir hier von Anfang an auf Teller gesetzt.

Warum lasst ihr zum Beispiel den Plastikdeckel auf euren Getränken nicht einfach weg, wenn es kein To-go-Getränk ist?

Aktuell markieren wir in der Küche über den Deckel, welches Getränk zubereitet wurde, z. B. Coke zero. So stellen wir sicher, dass jeder Gast sein bestelltes Getränk bekommt. Wir testen zurzeit alternative Lösungen, um den Einsatz von Plastik bei unseren Verpackungen deutlich zu reduzieren. Dabei machen wir keine halben Sachen: Eine neue Verpackung muss umweltfreundlicher sein und unsere hohen Anforderungen als Systemgastronom erfüllen – im Hinblick auf Rohwareherkunft, Hygiene, Funktionalität und Akzeptanz bei ca. 2 Mio. Gästen am Tag.

BETTER 
STORE

Plastikfreie ZUKUNFT?

Im Juni 2019 blickten wir schon einmal in die Zukunft: Mehrweg statt Einweg, Graspapier statt Burgerschachteln oder Ketchup in der Waffel. Wie könnte ein McDonald's Restaurant mit weniger Müll und Plastik aussehen?



Unser Fahrplan für WENIGER VERPACKUNGSMÜLL UND PLASTIK

Ab 2021 werden unter anderem Strohhalme, Besteck und Luftballonhalter aus Plastik EU-weit verboten. Wir gehen noch einen Schritt weiter: Im Juni 2019 haben wir unseren Fahrplan für weniger Verpackungsmüll und Plastik vorgestellt.



<< **Bereits bis Ende 2019** schaffen wir die Plastikhalter der Luftballons ab und servieren die **4er Chicken McNuggets in einer Papiertüte** anstatt einer Papierschachtel – ein erster Schritt, um Verpackungsmüll zu reduzieren.

<< **Im Laufe des Jahres 2020** folgt dann die Umstellung unserer Dessertverpackungen: Beim McFlurry werden wir auf Plastikdeckel und Plastiklöffel verzichten, auch die Milchshakes und der McSundae werden auf neue Verpackungen mit deutlich weniger Plastik umgestellt. **Damit sparen wir rund 1.000 t Plastik pro Jahr ein.**

Im Rahmen des Live-Experiments „Better M Store“ haben wir für zehn Tage ein McDonald's Restaurant in Berlin entsprechend umgestellt. Dabei wollten wir vor allem mit unseren Gästen und Vertretern aus Politik und Medien diskutieren, wie die Verpackungsalternativen ankommen, was heute schon gut funktioniert und wo noch Entwicklungsarbeit nötig ist. So ist z. B. der im „Better M Store“ vorgestellte Holzlöffel in den Augen vieler Gäste noch verbesserungswürdig. Wir arbeiten daran.

Das Feedback unserer Gäste und Mitarbeiter hat uns darin bestärkt, den eingeschlagenen Weg fortzusetzen.



Erst BECHER, zukünftig Bericht?

Getränkebecher bestehen größtenteils aus Papier. Damit sie dicht halten, sind sie mit einer dünnen Plastiksicht versehen. **Das macht das Recycling über bestehende Wege sehr schwierig.** Wir sammeln deshalb seit April 2019 die Getränkebecher in unseren Restaurants separat und holen sie über unseren Logistik-Partner HAVI ab. **Dadurch können diese Becher wiederverwertet werden.** Wir testen derzeit unterschiedliche Recyclingmöglichkeiten, z. B. zu Hygienepapier. Und vielleicht wird auch einer der nächsten Nachhaltigkeitsberichte auf Becherpapier gedruckt.

Ob du's glaubst oder nicht:

Wir **machen** uns
was aus **ABFALL!**

3.310 t
sonstiger
Abfall



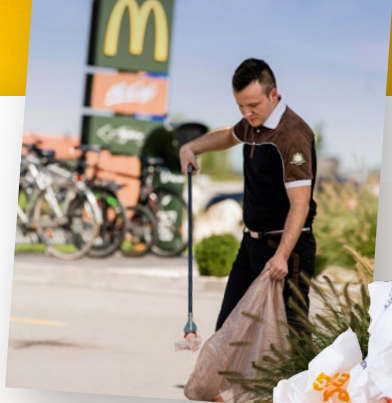
Ganz ohne Biotonne wird es nie gehen, denn bei der Zubereitung fallen Abfälle wie Kaffeesatz oder Eierschalen zwangsläufig an. **Vermeidbare Lebensmittelabfälle wollen wir möglichst reduzieren** – etwa durch Verpackungsgrößen, die idealerweise genau dem tatsächlichen Bedarf entsprechen. Denn: Sind die Verpackungseinheiten zu groß, können Lebensmittel schnell verderben. Sind sie zu klein, wird unnötiger Verpackungsmüll produziert. Wir haben Anfang 2019 ein Projekt gestartet, um vermeidbare Lebensmittelabfälle in unserer Lieferkette **zu analysieren und zu reduzieren.**

15.390 t
Speisereste



Susanne Heppert (betreibt drei Restaurants in Tübingen, Rottenburg und Ofterdingen):

„Ein sauberes Restaurantumfeld ist uns sehr wichtig. Darum unterstützen wir kommunale Müllsammelaktionen, z. B. in Rottenburg, als Sponsor und mit Ausstattungsmaterial für die Sammler. Anti-Littering bildet auch grundsätzlich einen festen Bestandteil unserer täglichen Arbeit. So ist seit ca. zehn Jahren in Tübingen ein Mitarbeiter ausschließlich damit beschäftigt, im Umfeld des Restaurants herumliegende Verpackungen einzusammeln – an fünf Tagen pro Woche für jeweils drei bis vier Stunden. Ein Aufwand, der sich lohnt: für die Umwelt und für uns als Unternehmer vor Ort.“



McDonald's Mitarbeiter beteiligen sich deutschlandweit an Müllsammelaktionen für ein sauberes Restaurantumfeld.



13.200 t
Altspeisefett



35.552 t
Papier, Pappe,
Kartonage



14.345 t
Leichtstoff-
verpackungen

100 % des eingesetzten
Frischfaserpapiers stammen aus
nachhaltiger Forstwirtschaft,
zertifiziert durch **PEFC** oder **FSC**.

49.897 t VERPACKUNGEN
haben wir 2018 verbraucht.

Die Abfälle in unseren Restaurants werden von den Mitarbeitern sorgfältig getrennt und in den entsprechenden Wertstoffkreislauf zurückgeführt.



Ob du's glaubst oder nicht:

KLIMASCHUTZ- ZIELE

sind für uns

nicht nur

heiße Luft.



McDonald's hat sich als erstes Restaurant-unternehmen der Welt ein wissenschaftlich basiertes Ziel gesetzt, um Treibhausgasemissionen in Restaurants und Lieferkette deutlich zu reduzieren.

Dies wurde offiziell von der Science Based Targets Initiative (SBTi) genehmigt, einem Zusammenschluss von CDP, UN Global Compact, World Resources Institute und WWF.

Unsere Nachhaltigkeitsziele

McDonald's reduziert weltweit bis 2030 die CO₂-Emissionen in allen Restaurants um 36 % und die CO₂-Emissionen pro Tonne Produkt in der Lieferkette um 31 %.*

*Im Vergleich zu 2015

Seit 2011 konnten wir den **ENERGIEVERBRAUCH** eines durchschnittlichen Restaurants um 14 % senken.

2018 verbrauchten wir **513.312 MWh Ökostrom.**

Wir beziehen **100 % Ökostrom** aus Wasserkraft.

In den **Restaurants der Zukunft** haben wir neben einem neuen Service- und Küchenkonzept auch **zahlreiche Energiesparmaßnahmen** umgesetzt.



Der größte Teil der durch uns verursachten Emissionen entsteht entlang unserer Lieferkette, vor allem bei der Erzeugung und Verarbeitung der Rohwaren.

3 %
Transport

5 %
Restaurantbetrieb
und Verwaltung

5 %
Verpackungen
und Spielzeuge

KLIMASCHONENDER Transport

Vom Bun über Salat bis zum „Happy Meal“-Spielzeug: **HAVI** beliefert unsere Restaurants mit fast allem. Dafür haben die HAVI-LKW allein im Jahr 2018 über 13 Mio. Kilometer zurückgelegt. Und das zunehmend mit alternativen Treibstoffen: Unser Logistiker hat sich das Ziel gesetzt, **bis 2021 70 % seiner Diesel-LKW auf Gasmodelle, insbesondere LNG-LKW, umzurüsten**. Der Gesamtkraftstoffverbrauch soll dadurch (abhängig von Route, Kraftstoff und Verkehr) zwischen 15 und 40 % pro gefahrenem Kilometer sinken.

Im November 2018, sechs Monate nach Start, hatte die HAVI mit 35 Fahrzeugen bereits **einen der größten Gas-Fuhrparks in Deutschland**.



**CO₂-
Fußabdruck**

1,46 Mio. t CO₂
wurden 2018 durch
unsere Geschäftstätigkeit
verursacht.



Um unser Ziel zu erreichen, bis 2030 die CO₂-Emissionen pro Tonne Produkt in der Lieferkette um 31 % zu senken, arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen.



Develey beliefert uns mit Saucen, Dips und Dressings. 2008 hat sich das Unternehmen das Ziel gesetzt, **bis 2022 an allen Standorten CO₂-neutral zu produzieren**. Die Firmenzentrale in Unterhaching bei München ist bereits seit 2013 **klimaneutral**. Develey gelang dies durch den Anschluss der Heizungs- und Prozesswärme an die Geothermie in Unterhaching und die Installation einer zentralen Kälteanlage auf CO₂-Basis mit Wärmerückgewinnung.

87 %

**Landwirtschaft
und Lebensmittel-
verarbeitung**



BEST Beef

Der größte Teil der Treibhausgasemissionen entlang der Lieferkette entsteht in der Haltung von Kühen, deren Fleisch später zu unseren Burgern verarbeitet wird. Im Rahmen von BEST Beef 2.0, unserem Programm für nachhaltigere Rinderhaltung, starten wir 2019 ein **Pilotprojekt zur CO₂-Reduktion**. Zudem fördern wir mit BEST Beef eine längere Lebensdauer der Kühe. Dies wirkt sich positiv auf die Klimabilanz von Milch und Fleisch aus.



Ob du's glaubst oder nicht:

Wir sind **groß genug,**
um **EINEN**
UNTERSCHIED
zu machen.

Wir sind uns unserer Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft bewusst und verbessern deshalb dort, wo wir den größten Einfluss haben, die Strukturen und Abläufe.

Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie setzen wir auf klare Prioritäten und messbare Lösungen – für einen positiven Einfluss auf Mensch und Umwelt.

Geprüfter Bericht

McDonald's Deutschland aktualisiert und veröffentlicht seine Nachhaltigkeitsdaten jährlich. Der vorliegende kompakte Nachhaltigkeitsbericht stellt unsere wichtigsten Fortschritte und Zahlen aus 2018 vor. Regelmäßig erstellen wir zusätzlich einen **ausführlichen Nachhaltigkeitsbericht**, den Ihr auf www.mcdonalds.de/nachhaltigkeit findet.

Der vorliegende Bericht wurde in Anlehnung an die Standards der Global Reporting Initiative (GRI-Standards) erstellt. **Die wichtigsten Kennzahlen wurden von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft.**

Du willst es genauer wissen? Dann geht's hier lang.





92 %

Franchise-Restaurants

226

Franchise-Nehmer,
davon 39 Frauen

1.489
McDonald's

Restaurants deutschlandweit

61.230

Mitarbeiter



139

Lieferanten

Wir begrüßen

2 Mio.

Gäste am Tag.



Theorie trifft auf **PRAXIS!**

Beim alljährlichen **Ray-Kroc-Tag** arbeiten alle Verwaltungsmitarbeiter für einen Tag in den Restaurants – **vom Auszubildenden bis zum Vorstand**. Und das aus gutem Grund.

Der Ray-Kroc-Tag stärkt den **Teamgeist**, fördert das Verständnis für die Anforderungen des Restaurantalltags und gibt den Verwaltungsmitarbeitern zudem wichtige Einblicke, wie Prozesse und Arbeitsabläufe in der **Restaurantpraxis** funktionieren – z. B. beim Tischservice oder bei der Beratung an den Bestellterminals. Dies hilft auch bei der Planung zukünftiger Projekte.



1.468 Azubis in drei Ausbildungswegen

69 % unserer Azubis und dualen Studenten wurden 2018 übernommen.

Die NÄHE DER FAMILIE hilft schwer kranken Kindern

Schwer kranke Kinder, die weit weg von zu Hause in einer Klinik behandelt werden, brauchen die Nähe ihrer Eltern und Geschwister. Die McDonald's Kinderhilfe Stiftung hat es sich zur Aufgabe gemacht, **Familien in dieser belastenden Situation zu unterstützen.**

Deutschlandweit bieten **22 Ronald McDonald Häuser** betroffenen Familien ein Zuhause auf Zeit in unmittelbarer Nähe zum Krankenhaus. So können die Familien in dieser schweren Zeit zusammenbleiben und den kleinen Patienten **Nähe, Geborgenheit und Trost** schenken. Mehr unter www.mcdonalds-kinderhilfe.org



McDonald's Deutschland unterstützte gemeinsam mit den Franchise-Nehmern, Lieferanten und Gästen die Kinderhilfe 2018 mit insgesamt 7,8 Mio. Euro, z. B. über die Spendenhäuschen in den Restaurants.

Gemeinsam Kraft tanken – für Rafael

Rafael begann sein Leben viel zu früh. Er wog nur 540 Gramm, als er in der 29. Woche in aller Eile auf die Welt geholt wurde. Sechs schwere Operationen musste Rafael in seinen ersten beiden Lebensjahren überstehen, monatelang lag er im Krankenhaus in Leipzig. Seine Eltern Katja und Tino und seine drei Brüder konnten während dieser Zeit bei ihm sein.

Sie wohnten im Ronald McDonald Haus und fanden dort Unterstützung und Trost. „Jedes Mal wurden wir hier mit offenen Armen empfangen und konnten neue Freundschaften mit anderen Eltern schließen“, erinnern sie sich.

Wenn Rafael heute mit seinen drei Brüdern tobt, merkt man ihm nicht an, was er hinter sich hat. Gemeinsam haben sie als Familie diese schwierige Situation gemeistert – denn die Nähe der Familie hilft.





Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt

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

Redaktion

McDonald's Deutschland LLC
Sustainability: Diana Wicht, Anne Zurek
Corporate Affairs: Eva Rössler, Birgit Höfler-Schwarz, Joana Witt

Gestaltung

Eberle GmbH Werbeagentur GWA
Goethestraße 115
73525 Schwäbisch Gmünd

Text

SALT WORKS 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

Alle Angaben in diesem Bericht beziehen sich auf die von McDonald's Deutschland selbst betriebenen Restaurants („unternehmenseigene Restaurants“), auf alle Restaurants in Deutschland und Luxemburg, die von Franchise-Nehmern betrieben werden, sowie die Verwaltung von McDonald's Deutschland. Sollte dies nicht der Fall sein, ist das entsprechend gekennzeichnet. Im Interesse der Leserfreundlichkeit verzichten wir im Text im Regelfall auf geschlechtsbezogene Doppelungen sowie auf die Benennung der Rechtsform der Unternehmen beziehungsweise gemeinnütziger Einrichtungen.

©2019 McDonald's

Vervielfältigung / Abdruck auch einzelner Grafiken, Bilder und Texte ist ohne schriftliche Einwilligung der McDonald's Deutschland LLC nicht erlaubt.



Das Papier dieses Nachhaltigkeitsberichts ist zertifiziert mit dem Umweltzeichen Blauer Engel sowie FSC.

WRIN 96703-029