



Impact Rapport 2023 - 2024

McDonald's Nederland

Oktober 2024

“ Met 3,3 miljoen bezoekers per week hebben we maatschappelijke impact en dus ook een verantwoordelijkheid. ”

– Annemarie Swijtink –
Managing Director McDonald's Nederland

Annemarie Swijtink,

Managing Director

McDonald's Nederland

Een McDonald's restaurant is een minimaatschappij. In de restaurants komen dag in, dag uit veel mensen samen. Zo zien wij van dichtbij wat er speelt bij onze gasten, medewerkers, leveranciers en burens. Wij zoeken verbinding om een positieve impact te realiseren op de wereld om ons heen. Samen kunnen we nog verder verduurzamen en de samenleving vooruithelpen. Het afgelopen jaar hebben we belangrijke stappen gezet, bijvoorbeeld op het gebied van duurzame energie, uitstootvermindering, afvalvermindering, recycling en productverbetering. Wij werken er hard aan om duurzamer, kwalitatiever en inclusiever te zijn. Dat mag je van ons verwachten als marktleider in de QSR-sector (Quick Service Restaurant).

Bij McDonald's willen we niet alleen onze gasten een geluismoment bezorgen en onze Crew blij maken. We willen ook ons marktleiderschap op een zinvolle en verstandige manier blijven invullen, zoals we dat in Nederland al meer dan 50 jaar doen. Alleen zo kunnen we een sterk en vertrouwd merk bouwen en behouden voor de generaties van morgen.

We vinden het belangrijk om te delen hoe we ons marktleiderschap invullen. In dit eerste Impact Rapport laten we zien dat McDonald's Nederland haar impact op mens, samenleving en planeet serieus neemt en dat we het iedere dag een beetje beter proberen te doen. We hopen met dit Impact Rapport ook anderen te inspireren, zodat we samen sterker vooruit kunnen.

Zorg voor de planeet

We hebben stappen gezet om onze uitstoot van broeikasgassen te verminderen. Om onze impact op het klimaat te verkleinen, kijken we niet alleen naar onze eigen activiteiten en restaurants, maar ook naar onze productieketens en het hoofdkantoor. Ongeveer 99% van onze wereldwijde voetafdruk komt uit de productieketen: van de boeren en producenten die aan ons leveren, tot de verpakkingen en logistiek. Onze ambitie is om wereldwijd netto nul CO₂e*-uitstoot te bereiken in 2050. Hier werken we bewust aan met onze Franchisenemers en partners in de keten.

Alle restaurants van McDonald's Nederland in eigen beheer gebruiken 100% duurzame en regionaal opgewekte elektriciteit van nieuw ontwikkelde wind- en zonneparken. Ook werken we aan het verminderen en verduurzamen van verpakkingsmaterialen en het voorkomen van zwerfafval. Dit doen we samen met leveranciers, gemeentes, de buurt, andere ondernemers en organisaties zoals Verpact.

* CO₂e is een maat om aan te geven hoeveel een gegeven hoeveelheid broeikasgas bijdraagt aan de opwarming van de aarde, gebruikmakend van een equivalente concentratie CO₂. Naast CO₂ worden ook andere broeikasgassen meegeteld. Dit zijn onder andere methaan en fluorhoudende gassen.



Kwaliteit van ons eten

We blijven ons menu ontwikkelen. Smaak- en eetpatronen van onze gasten veranderen met de tijd en wij veranderen mee. Verbeteringen voeren we stapsgewijs door, altijd met behoud van de heerlijke smaak en kwaliteit die de gast van ons gewend is. We maken de verantwoordere keuze makkelijker, leuk en lekker voor iedereen. Zo hebben we het afgelopen jaar zout, suiker en vet verminderd in producten zoals de McKroket, Fritessaus en Iced Frappé. Ook hebben we de meatless burger, de McPlant, vast op ons menu gezet.

Lokale ondernemers en werkgevers

Toen ik als 15-jarige begon als Crewlid bij de McDonald's in Deventer, voelde ik meteen hoe sociaal gedreven en mensgericht het bedrijf is. Dat werkt door in alles. Van onze service naar de gast tot onze omgang met onze Crew. Die cultuur is alleen maar sterker geworden. Met ruim 260 restaurants en meer dan 22.000 medewerkers is McDonald's een van de grootste horecawerkgevers van Nederland. We runnen onze restaurants samen met ruim 60 toegewijde Franchisenemers. Dit zijn lokale ondernemers met passie voor hun medewerkers, gasten en het merk, die zelf actief onderdeel zijn van de lokale gemeenschap en zich inzetten voor de samenleving. Franchisenemers organiseren sponsoracties en doneren eigen bijdragen aan het Ronald McDonald Kinderfonds.

Bij McDonald's is iedereen welkom, van hoog opgeleid tot niet opgeleid. Wij kijken naar wie je bent en wat je kunt. Wij brengen medewerkers verder met onze eigen McDonald's Academy waar we allerlei opleidingen aanbieden en medewerkers bovendien een mbo- en hbo-diploma kunnen behalen.

Elke dag een beetje beter

We hebben nog veel mooie en belangrijke uitdagingen voor ons liggen. Niet alleen op het gebied van duurzaamheid, maar ook op het gebied van gezondheid en voeding. Dit pakken we bij McDonald's met beide handen aan. Soms is het lastig om het beste te doen. Zo is het met een overbelast landelijk elektriciteitsnet niet eenvoudig om onze restaurants volledig elektrisch te laten opereren. Daarnaast moeten we onze gasten best nog wel laten wennen aan de herbruikbare plastic bekertjes die wij als gevolg van de Europese Richtlijn Single Use Plastics hebben ingevoerd. 'Hergebruik' is overigens een complexe, financiële en operationele uitdaging. Wij zijn bezorgd over de potentiële negatieve consequenties voor het milieu. Meer bewijs is nodig over de acceptatie van consumenten, de milieu-impact en de effectiviteit van hergebruik in de praktijk. Wij geloven in een mix aan oplossingen. Wij blijven ons inzetten om de mogelijkheden voor hergebruik en recycling uit te breiden. Want de duurzaamheidsreis is nog lang niet afgerond!

We zetten alles op alles om het voor onze gasten morgen nog beter te doen dan vandaag. Maar dan wel op een realistische manier. Met ons wereldwijde netwerk en onze schaal zijn wij in staat om nog meer te investeren en met meer partijen samen te werken. Voor meer kansen en met meer oog voor onze omgeving, zodat we samen echt impact kunnen maken op onze planeet en de samenleving van morgen. Natuurlijk blijven we ook die vertrouwde plek waar Nederlanders kunnen genieten van een geluksmomentje met heerlijk, vers bereid eten en een prettige service – waar we het elke dag een beetje beter proberen te doen.



Dolly van den Akker, Impact Director McDonald's Nederland

'Ook dat doet McDonald's'

McDonald's is een van de meest iconische en vertrouwde merken ter wereld. Met meer dan 40.000 restaurants wereldwijd zijn we nauw verbonden met onze gasten en lokale gemeenschappen. We hebben dan ook een grote verantwoordelijkheid om een positieve bijdrage te leveren aan de samenleving en ervoor te zorgen dat we onze planeet zo min mogelijk belasten en verdere klimaatverandering tegengaan. We integreren duurzame en sociaal verantwoorde initiatieven in onze bedrijfsvoering. Maar we moeten én willen versnellen, omdat we het juiste willen doen.

Sinds 2023 heeft McDonald's in veel landen een impact lead die nauw samenwerkt met de Managing Director, het hoofdkantoor en alle partners, zoals de Franchisenemers en leveranciers. Samen kunnen we nog efficiënter verduurzamen, de kwaliteit en service verbeteren en bijdragen aan oplossingen voor maatschappelijke vraagstukken. We doen dit niet alleen met onze gasten en leveranciers, maar ook met onze bureaus, beleidsmakers, academici, bedrijven en andere maatschappelijke organisaties. Daarover in dit verslag meer.

Ik kijk door onze schaal en door onze innovatiekracht met optimisme naar de toekomst. De stappen die we al gezet hebben en de toewijding en energie van alle mensen in het McDonald's systeem maken het mogelijk om echt verschil te maken in het dagelijks leven van de Nederlanders.



Waar staat McDonald's voor?



Servicegericht

Onze gasten en onze medewerkers staan voorop



Inclusief

Onze deur staat voor iedereen open



Integer

We doen wat juist is



Goede Buur

We zijn betrokken bij de buurt



Partners

We staan samen sterker

McDonald's bestaat in Nederland op dit moment uit **264 restaurants**, met meer dan **22.000 Crewleden** van circa **80 verschillende nationaliteiten** op het hoofdkantoor en in de eigen restaurants. McDonald's Nederland is eigenaar van **18 restaurants** en de andere **246 restaurants** worden gerund door **ruim 60 lokale ondernemers**. In onze Nederlandse restaurants ontvangen we wekelijks **3,3 miljoen gasten**. **86%** van de Nederlanders komt wel eens bij ons, gemiddeld zo'n eenmaal per kwartaal.

Onze missie is duidelijk: we maken spontane geluksmomentjes makkelijk voor iedereen. Ons onderliggende doel is om de samenleving te verbinden én een beetje beter te maken. Samen met onze Crew, Franchisenemers en vele partners werken we aan deze missie. Om dat te bereiken, werken we nog steeds iedere dag vanuit de bouwstenen waar Ray Kroc, onze oprichter, mee is begonnen: K, S, K en W. Dit staat voor **Kwaliteit, Service, Kraakhelderheid** en **Waar voor je geld**.

Onze waarden zijn het vertrekpunt van alles wat wij doen en hoe wij dat doen. Bij ons staan de mensen voorop; of dat nu onze gasten, medewerkers of buurtbewoners zijn. En wij proberen dat zo inclusief en integer mogelijk te doen.

Voor de geluksmomentjes voor onze gasten richten wij ons de aankomende jaren op de verdere ontwikkeling van onze producten en (digitale) dienstverlening. We blijven onze producten verbeteren, zodat onze gasten ieder moment van de dag een smaakvolle maaltijd of snack bij ons kunnen halen. McDonald's gaat ook over gemak en goede service. Daarom investeren wij continu in de verbetering van de ervaring van onze gasten in de restaurants, McDrive en via de app. Voor McDonald's is de verbetering van producten en diensten nauw verbonden met onze missie om de samenleving te verbinden en vooruit te helpen. In dit Impact Rapport laten we zien hoe wij invulling geven aan onze missie en onze rol in de samenleving.

Ook op wereldwijd niveau zetten we stappen. [Meer daarover is te vinden in het Global Impact Report: 2023-2024](#)

Three-legged stool

Onderdeel van onze wereldwijde filosofie is de 'three-legged stool'. Wij geloven in partnerschap als basis voor ons succes. En dat begint bij een gelijkwaardige en respectvolle samenwerking tussen McDonald's Nederland, onze Franchisenemers en onze leveranciers. Wij kunnen onze impact alleen echt vergroten door samen te werken. En dan bedoelen we écht samen.

Het McDonald's Systeem: de samenleving verbinden en vooruithelpen

Iedereen kent McDonald's van onze restaurants, maar de wereld van McDonald's is groter. Maak kennis met het McDonald's systeem, waar iedere stap kansen biedt om onze positieve invloed op de samenleving en de planeet te vergroten.

Onze Leveranciers en Partners

De dialoog aangaan met leveranciers over emissie-doelstellingen en kwaliteit van de productie

Mogelijkheden identificeren voor meer efficiëntie en duurzamere productie

Stakeholdermanagement: samenwerken met overheden, belangen- en kennisorganisaties

De natuur beschermen en biodiversiteit bevorderen

Aanpak van ontbossing in onze toeleveringsketen

Respect voor mensenrechten in onze toeleveringsketen

Leveranciers ondersteunen bij het beheer van boerderijen en het opschalen van regeneratieve landbouw

Prioriteit voor dierenwelzijn en verantwoord antibioticagebruik

Hernieuwbare brandstof en efficiënter kilometergebruik

Onze Activiteiten, Medewerkers en Franchisenemers

Voedselproductie, onderzoek en ontwikkeling
Voedselveiligheid garanderen van boerderij tot en met het serveren van verse producten aan gasten

Productie, onderzoek, ontwikkeling en inzamelen van verpakkingen
Verpakkingen verminderen en verduurzamen: recyclen en hergebruiken

Hoofdkantoor
De uitstoot van broeikasgassen op kantoor verminderen

Voeding en variatie
Meer variatie, kip en meatless op het menu

Minder suiker, vet en zout
Meer vezels

Verantwoorde marketing voor kinderen

Restaurants
Elektriciteit van hernieuwbare energie
Verminderen water en energie
Verduurzamen restaurants
Duurzame materialen
Nascheiden en recyclen afval

Eigen restaurants

Franchiserestaurants

McDonald's medewerkers en lokale Franchisenemers

Veilige en respectvolle werkomgeving

Stimuleren diversiteit, empowerment en inclusiviteit

Continu aanbieden van leer- en ontwikkelingsmogelijkheden

Onze Lokale Leefomgeving

Gezinnen en welzijn

Al 40 jaar partner van het Ronald McDonald Kinderfonds

Good Food & Good Times

Maaltijden aanbieden via de LINDA.foundation en lokale donaties aan de voedselbank

Het schoonhouden van de omgeving van de restaurants in een straal van minstens 100 meter

Dialogo stakeholders: onderdeel van de oplossing

Bij McDonald's werken we aan de verbetering van de eigen organisatie en kijken we samen met leveranciers hoe we onderdeel van de oplossing kunnen zijn. McDonald's gaat daarom graag in dialoog met de buitenwereld. Deze gesprekken geven ons een nog beter beeld van onze uitdagingen en de stappen die wij samen met partners kunnen zetten. Op deze manier kunnen we het elke dag weer een stukje beter doen.

Een greep uit de partners met wie en waarmee McDonald's regelmatig in gesprek is:

- Gasten
- Gemeenten
- Lokale en landelijke politici
- Ministeries
- Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit
- Inspectie Leefomgeving en Transport
- Verpact
- Wageningen University & Research
- Koninklijke Horeca Nederland
- Bond van adverteerders
- FoodValley
- Honderden bureaus van nieuwe en bestaande restaurants



Impact strategie

Onze 264 McDonald's restaurants in Nederland ontvangen iedere week 3,3 miljoen bezoekers. Omdat we miljoenen gasten ontvangen, kunnen we veel impact maken. Voor McDonald's is onze duurzame verantwoordelijkheid dan ook heel logisch. De invloed van McDonald's op maatschappij en planeet zien we langs vier concrete pijlers. Bij elke pijler hebben we voorbeelden van wat we doen en bereiken, maar zien we ook uitdagingen en dilemma's. Daarom hebben we voor iedere pijler een langetermijnstrategie en jaarlijks een tactisch plan voor onze Nederlandse en wereldwijde activiteiten. We werken samen met onze stakeholders, onze wereldwijde collega's en onze partners om steeds een volgende stap te zetten. Wij geloven dat we samen moeten inzetten op innovatie en verandering, dan kunnen we een schonere en leefbaardere wereld echt voor elkaar krijgen.

In dit rapport laten we concreet zien wat we hebben bereikt, waar we aan werken en welke uitdagingen we tegenkomen. Het Impact Rapport is opgebouwd aan de hand van de vier pijlers: planeet, voeding, maatschappij en werkgeverschap. De pijlers staan hiernaast afgebeeld met een resultaat waar we trots op zijn. Bij de uitgebreide hoofdstukken over de individuele pijlers wordt verder beschreven welke stappen we hebben gezet en willen zetten in de komende jaren.

Impact pijlers McDonald's Nederland



PLANEET

Lees meer over:

- 9 Wereldwijd
- 10 Landbouw
- 11 Duurzamere keuzes
- 12 Verduurzamen restaurants
- 14 Duurzamer transport
- 15 Verpakkingen en afval

Voorbeeldresultaat:

De vrachtwagens van onze logistieke partner HAVI stoten ca. 75% minder CO₂ uit door het recyclen van onze plantaardige frituurolie naar hernieuwbare brandstof, vergeleken met normale diesel.



VOEDING

Lees meer over:

- 18 Voedselveiligheid en kwaliteit keten
- 19 Ons menu

Voorbeeldresultaat:

We hebben het zoutgehalte in de McKroket in 2022 en 2023 in totaal verlaagd met 33%, met behoud van smaak.



MAATSCHAPPIJ

Lees meer over:

- 21 Lokale ondernemers
- 22 Goede buur
- 23 Ronald McDonald Kinderfonds
- 25 Familierestaurant

Voorbeeldresultaat:

In 2023 doneerden wij samen met onze gasten in totaal € 476.412 aan het Ronald McDonald Kinderfonds.



WERKGEVERSCHAP

Lees meer over:

- 26 Diversiteit, gelijkheid en inclusiviteit
- 27 McDonald's Academy
- 28 Veilige werkomgeving

Voorbeeldresultaat:

In 2023 volgden 573 medewerkers een mbo- of hbo-opleiding via McDonald's.

Impact op de Planeet

Klimaat - Wereldwijd



McDonald's wil in 2030 haar wereldwijde CO₂e-uitstoot verminderen ten opzichte van 2018. In de restaurants en kantoren willen wij een reductie realiseren van 50,4% wereldwijd (scope 1 en 2)*. Voor het verminderen van de indirecte uitstoot binnen onze toeleveringsketen (scope 3)** geldt een doelstelling van 50,4% voor non-FLAG (Forest, Land-use, Agriculture) en 16% voor FLAG. Onze ambitie is om wereldwijd netto nul CO₂e uit te stoten in 2050. Om deze doelen te behalen, zetten we ook stappen in Nederland. Dit doen we bijvoorbeeld door te werken aan het verduurzamen van onze restaurants en vernieuwingen door te voeren in ons menu, de verpakkingen en het transport. Uiteraard doen wij dit samen met onze leveranciers en partners.

McDonald's vindt dat zij een verantwoordelijkheid heeft voor het helpen beschermen van onze omgeving en onze planeet. We streven ernaar dat ook toekomstige generaties kunnen genieten van kleine geluksmomenten met vers bereide, smaakvolle producten. Verduurzamen is bij McDonald's intrinsiek gemotiveerd: we willen het én we zetten stappen om dit te bereiken. Als marktleider in Nederland hebben wij ook een voorbeeldfunctie richting de rest van de sector. Maar we moeten het samen doen met onze leveranciers, Franchisenemers, onze gasten en in samenwerking met de overheid en het bedrijfsleven. Als we samen inzetten op innovatie en verandering kunnen we die leefbaardere wereld echt voor elkaar krijgen.

* Scope 1: directe CO₂e-uitstoot veroorzaakt door eigen bronnen die een organisatie in eigendom of beheer heeft. Scope 2: indirecte CO₂e-uitstoot van aangekochte energie, gegenereerd buiten de organisatie en verbruikt door de organisatie.

** Scope 3: indirecte CO₂e-uitstoot in de waardeketen van de organisatie. Non-FLAG is bijvoorbeeld de uitstoot van transport en plastic verpakkingen.

Impact op de Planeet

Klimaat - Landbouw

We geloven dat onze invloed op de planeet verder gaat dan wat we in onze restaurants doen. Alle porties van onze frietjes, alle milkshakes en alle burgers hebben een reis afgelegd voordat ze vers worden bereid in onze keukens. Wereldwijd zit 99% van de emissie van McDonald's in de toeleveringsketen. In Nederland is dit 90%. Juist daarom werken we samen met onze leveranciers om onze hele toeleveringsketen te helpen verduurzamen.

Duurzamere producten

McDonald's spant zich in Nederland en wereldwijd in om te verduurzamen. We voeren een belangrijk Nederlands CO₂e-reductieproject uit met FrieslandCampina, al ruim 30 jaar onze partner in zuivel. McDonald's en FrieslandCampina belonen melkveehouders voor duurzaamheidsmaatregelen met een toeslag op hun producten. De boeren wekken bijvoorbeeld duurzame energie op en gebruiken voer dat zorgt voor minder uitstoot door koeien. Hiermee is de verwachting dat in 2025 circa 14% minder broeikasgassen uit wordt gestoten dan in 2019.

Onze leverancier van frietjes, Farm Frites, werkt op zijn beurt samen met onder andere Nederlandse aardappelboeren om regeneratieve landbouw te stimuleren. Door het inzetten op regeneratieve landbouw werken we aan het verbeteren van de bodemkwaliteit. Hierdoor wordt de aardappelteelt weerbaarder tegen weersextremen, wat bijdraagt aan de beschikbaarheid en kwaliteit van de iconische frietjes.

[Klik hier](#) voor een video over onze samenwerking met FrieslandCampina.

Samenwerking FrieslandCampina



De melkveehouders nemen duurzaamheidsmaatregelen om de uitstoot van broeikasgassen op hun bedrijf te verminderen.

De melk gaat naar FrieslandCampina, waar deze wordt verwerkt tot verschillende zuivelproducten.

McDonald's verkoopt de zuivelproducten met verlaagde CO₂e-uitstoot in haar restaurants in de vorm van Milk Shakes, McFlurry's, Chocomel, Fristi, koffiemelk en Veggie Nuggets. Hiermee wordt de CO₂e-uitstoot van de restaurants ook lager.

Welke maatregelen zetten boeren bijvoorbeeld in?



Opwekken van duurzame energie door middel van wind, zon en mest.



Gebruik van veevoer met een lagere CO₂e-uitstoot, zoals ontbossingsvrije soja.



Gebruik van voeradditieven waardoor het broeikasgas methaan minder wordt uitgestoten door de koeien.



Koeien langer laten grazen in de wei. Hierdoor is minder extern voer nodig.

Doelen

Het gezamenlijke doel van McDonald's en FrieslandCampina is om broeikasgasreductie te versnellen en zo bij te dragen aan een duurzamere toekomst.

↓ **14%**

Ambitie 2025: 14% broeikasgasreductie t.o.v. 2019

Impact op de Planeet

Duurzamere keuzes

Balans

Uiteindelijk kiezen onze gasten wat zij eten bij McDonald's en een burger van rundvlees blijft een populaire keuze. Onze intentie is om smakvolle producten en een gevarieerd menu aan te bieden. Door ons gevarieerde aanbod zien we de categorie kip en meatless groeien. We vernieuwen onze producten terwijl we naar onze gasten blijven luisteren. Het tijdelijk vervangen van de McKroket met rundvlees door de Meatless McKroket laat zien dat we een balans moeten vinden in ons aanbod. Toen lieten onze gasten duidelijk weten dat ze zelf een keuze willen maken.

We blijven onze gasten opties bieden om duurzamere producten te kiezen en zo verminderen we onze CO₂e-uitstoot. We besteden een groter deel van ons marketingbudget aan kip en meatless producten om onze gasten te inspireren om meer te variëren.



▲ De introductie van de vegetarische McKroket houdt de gemoederen bezig. © McDonald's Nederland

Klanten boos om vegetarische McKroket, vleesvariant vanaf november weer te krijgen



Impact op de Planeet

Verduurzamen restaurants

De 264 Nederlandse restaurants van McDonald's bedienen iedere dag duizenden gasten.

We gebruiken energie en water om onder andere de producten te koelen en natuurlijk om de burgers en frietjes te bereiden. Ook al zijn de emissies niet zo groot als die in onze leveranciersketen, dit is wel het deel waar we zelf veel invloed op hebben.

Daarom zijn we al jarenlang bezig met duurzame toepassingen in onze restaurants. Sinds 2018 hebben wij de stap gezet naar een volledig elektrische operatie in al onze nieuwe restaurants en voorzien we de restaurants van een snellaadpunt voor elektrische auto's. In 2023 gebruikten 63 van onze restaurants geen aardgas meer en werd bij de 110 snellaadpunten bij McDonald's restaurants 3,7 miljoen kWh gebruikt. Daar konden onze gasten circa 24 miljoen kilometer mee afleggen. In 2020 openden we ons restaurant in Boxmeer, waar we hebben geïnvesteerd in alle duurzaamheidsinitiatieven en circulaire materialen die binnen McDonald's mogelijk zijn.

Duurzame bedrijfskleding

Een initiatief van een geheel andere aard is de kleding van onze medewerkers. Die is aan slijtage onderhevig en daarom heeft onze leverancier Schijvens in overleg met onze medewerkers een nieuw ontwerp gemaakt. Oude bedrijfskleding wordt opgehaald en volledig verwerkt tot nieuwe kleding. Sinds het begin van dit initiatief in 2023 hebben we al zo'n 500.000 liter water bespaard. Door vooraf na te denken over recycling zijn we beter in staat om een duurzamere keuze te maken. Zo betrekken we onze medewerkers in de restaurants via hun McDonald's outfit bij onze transitie naar duurzamer materiaalbeleid.



Met het Certificaat Verduurzaamde Energie van onze leverancier Eneco laten we zien dat we de elektriciteit in onze eigen beheerde restaurants volledig uit regionaal opgewekte zon- en windenergie halen. We werken aan het verminderen van gasverbruik door restaurants te elektrificeren.

Toch zijn we er nog niet. In heel Nederland verloopt de energietransitie moeizaam, waardoor het verder verduurzamen van onze restaurants niet altijd mogelijk is vanwege het overbelaste elektriciteitsnet. We hopen dat overheid en netbeheerders stappen gaan zetten die ons in staat stellen om verder te elektrificeren. In de tussentijd zoeken wij naar andere mogelijkheden om te verduurzamen. We plaatsen bijvoorbeeld zonnepanelen op restaurants.



Hiermee bevestigt Eneco Zakelijk B.V. dat

McDiensten Coöperatief B.A.

haar energieverbruik over het leveringsjaar 2023 heeft verduurzaamd, door gebruik te maken van energie die afkomstig is uit hernieuwbare bronnen.

Hiermee draagt McDiensten Coöperatief B.A. bij aan de productie van duurzame energie, en aan beperking van de uitstoot van broeikasgassen als CO₂.

Energiebron 1: Eneco HollandseWind®
Energiebron 2: Eneco HollandseZon®
Ingekocht volume: 115.019.045 kWh
Totaal verduurzaamd volume: 100%
Leveringsjaar: 1-1-2023 t/m 31-12-2023

Dick Velings
Directeur Eneco Zakelijk B.V.
Rotterdam, maart 2024

“ **Het partnerschap met McDonald's ervaar ik als bijzonder constructief met oprechte ambities en 100% inzet om haar duurzaamheidsambities op het gebied van energie te realiseren.** ”

- Renaud Merkelbagh -
Strategic Partner Manager Eneco



McDiensten Coöperatief is verantwoordelijk voor de centrale inkoop van "non-food"-producten en diensten voor de McDonald's restaurants in Nederland.

Impact op de Planeet

Duurzaam verbouwen

Ons restaurant in Veenendaal is in 2020 als eerste bestaande restaurant omgebouwd naar volledig elektrisch. Bovendien zijn alle voor McDonald's mogelijke duurzaamheidsinitiatieven en circulaire materialen toegepast.



Uitsluitend elektrische apparatuur

“ Als jonge ondernemer viel mij op hoeveel materiaal je nodig hebt tijdens een verbouwing. In samenwerking met McDonald's Nederland heb ik daarom zoveel mogelijk duurzaam verbouwd. Het restaurant in Veenendaal is bijvoorbeeld als eerste al bestaande restaurant volledig gasloos. De duurzame dakbedekking zorgt bovendien voor een temperatuurbewoud van twee graden, waardoor we minder energie nodig hebben.

Daarnaast heeft dit restaurant alle toepassingen die je hiernaast ziet. Het meest trots ben ik op het fietsplan voor onze medewerkers in Barneveld, waardoor het merendeel nu op onze elektrische McDonald's fiets komt in plaats van met de auto. Duurzaamheid is mijn passie. Daarom ben ik ook heel blij met het eerste Impact Rapport, zodat zichtbaarder wordt welke stappen McDonald's zet. ”

– Marloes Kamminga –
Franchisenemer
Regio Gelderland en Utrecht

Impact op de Planeet

Duurzamer transport

Om iedere dag met kwalitatieve producten te werken, zijn we afhankelijk van wegtransport naar onze restaurants. Daarvoor werken we samen met onze logistieke partner HAVI. We hebben structureel overleg met Franchisenemers en partners zoals HAVI over slimme innovaties die ons transport verduurzamen. De grootste uitstoot van het transport zit in het brandstofgebruik en daar behalen wij momenteel dan ook de meeste winst. Daarom rijden alle dieselvrachtwagens van HAVI Nederland op hernieuwbare brandstof. Deze brandstof is gemaakt van gebruikte plantaardige frituurolie afkomstig uit de McDonald's restaurants: dat leidt tot een reductie van de CO₂-uitstoot met circa 75% ten opzichte van normale diesel. Hierdoor vinden we gelijk een bestemming voor onze gebruikte frituurolie. HAVI heeft in samenwerking met McDonald's in 2023 meer dan 915 ton frituurolie ingezameld en verwerkt tot hernieuwbare brandstof. [Kijk hier voor de video 'from fries to miles'](#)

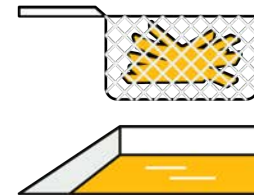
Een deel van het wagenpark van HAVI is hybride. De accucapaciteit is nog onvoldoende om volledig elektrisch te rijden. De hybride vrachtwagens rijden bij lage snelheden elektrisch voor ze overschakelen naar de van frituurolie gemaakte brandstof. Dit is voornamelijk interessant in stedelijke gebieden, waar het elektrisch rijden een positieve bijdrage levert aan de luchtkwaliteit en geluidsoverlast beperkt voor omwonenden. HAVI blijft voortdurend de planningsprocessen optimaliseren, zodat de logistieke routes en beladingsgraad van vrachtwagens maximaal worden benut. Dit zorgt ervoor dat vrachtwagens zo vol mogelijk rijden, wat leidt tot minder ritten, lagere verkeersdruk en een aanzienlijke vermindering van de CO₂-uitstoot.



Stap 1

In 2023 is in Nederland 915.289 liter gebruikte plantaardige frituurolie opgehaald bij onze restaurants.

915.289
liter » gebruikte
frituurolie



Stap 2

Bij onze partner NESTE wordt de frituurolie via een industrieel proces verwerkt tot hernieuwbare brandstof (HVO100).

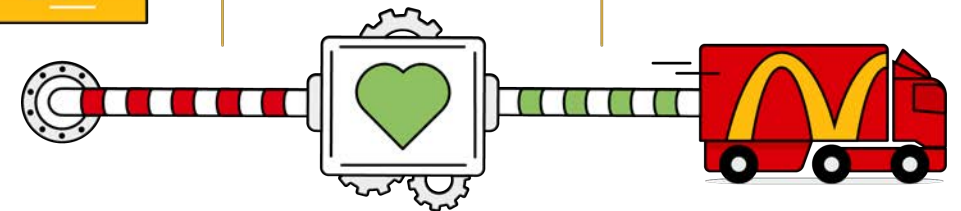
778.000
liter » hernieuwbare
brandstof

Voor 1 liter HVO100 heb je ongeveer 1,18 liter oude frituurolie nodig. Dit komt omdat de gebruikte frituurolie onzuiverheden (bijv. frietresten) bevat.

Stap 3

De HAVI-vrachtwagens die onze producten naar de restaurants brengen, rijden op HVO100, gekocht bij NESTE. Met deze recycling voorziet McDonald's voor 80% in de benodigde brandstof voor het transport door HAVI. Het gebruik van HVO100 zorgt voor circa 75% minder CO₂-uitstoot vergeleken met reguliere diesel.

75% minder
CO₂-
uitstoot



De aangeleverde frituurolie wordt in de tank samengevoegd met olie en vetten van andere restaurants en snackbars. Naast HVO100 wordt een klein aandeel van de aangeleverde frituurolie omgezet in Sustainable Aviation Fuel en polymeren.

Impact op de Planeet

Verpakkingen en afval - Onze omgeving

Het doel van McDonald's is om lekker, gevarieerd eten aan te bieden en kleine geluksmomenten te creëren voor onze gasten. De smaak en kwaliteit van onze producten staan natuurlijk voorop, maar de verpakking is ook van groot belang. Verpakkingen zijn nodig om het eten veilig en hygiënisch naar onze gast te brengen, in het restaurant en daarbuiten. Verpakkingen kunnen echter ook impact hebben op de omgeving. De uitdaging om deze impact zo klein mogelijk te maken, neemt McDonald's zeer serieus. We zijn al jaren bezig met deze duurzaamheidsreis en hebben drie speerpunten:

Het opruimen van afval, duurzamere verpakkingen en afvalscheiding en duurzamere recycling.

Opruimen van afval

Onze verantwoordelijkheid voor onze verpakkingen houdt niet op wanneer onze gasten het restaurant verlaten met hun producten. In elk McDonald's restaurant is één fulltime medewerker bezig met het dagelijks opruimen van zwerfafval in en rond het restaurant. Het is wettelijk verplicht om het eigen afval in een straal van minimaal 25 meter rondom het restaurant op te ruimen, maar bij de meeste McDonald's restaurants ruimen we in een straal van 100 meter of meer op. En niet alleen afval met een McDonald's logo erop; al het zwerfafval ruimen we op.

In overleg met gemeenten onderzoeken we verschillende oplossingen, zoals een gedeelde verantwoordelijkheid met andere ondernemers voor prullenbakken en het afsluiten van zwerfafvalconvenanten. Ook zorgen we voor voldoende prullenbakken op ons eigen terrein en passen we onze vegetatie aan, zodat eventueel zwerfafval minder snel van ons terrein waait. Sinds 2014 steunen we 'Supporter van Schoon' en nemen we jaarlijks deel aan de Landelijke Opschoondag.

We willen het onze gasten zo gemakkelijk mogelijk maken om hun afval in de prullenbak te gooien. Daarom maakt McDonald's marketingcampagnes die gasten positief stimuleren om hun verpakkingen in de afvalbak te gooien. Want we moeten de leefomgeving met elkaar netjes houden. Hier ligt ook een rol voor de samenleving én onze gasten.



McDonald's ruimt in een straal van 100m rondom het restaurant al het zwerfafval op, in plaats van in de wettelijk verplichte straal van 25m.



Impact op de Planeet

Verpakkingen en afval - Duurzamere verpakkingen

Het is de ambitie van McDonald's om minder verpakkingen te gebruiken en meer verpakkingen te recyclen, zodat uiteindelijk 100% van onze verpakkingsmaterialen geschikt is voor een circulaire economie. Voor recycling wordt bij de materiaalkeuze al rekening gehouden met deze volgende stap. Daar waar het kan, kiezen we dan ook voor materiaalsoorten die goed recyclebaar zijn en geven we de voorkeur aan papier boven plastic. McDonald's heeft bijvoorbeeld in 2021 het houten bestek en in 2022 de papieren rietjes geïntroduceerd. Tegelijkertijd zetten we stappen om het gebruik van verpakkingen te verminderen en het aantal uitgereikte verpakkingen aan onze gasten te beperken. Wanneer je in ons restaurant eet, krijg je bijvoorbeeld steeds minder vaak een deksel op je drinkbeker en worden rietjes bijna niet meer verstrekt. Ook verminderen we het gebruik van karton en plastic in de ontwerpen van bepaalde verpakkingen, zoals bij de McFlurry-beker en de McKroket-verpakking. Dankzij deze aanpassingen hebben we in 2023 rond de 250.000 kilo plastic en 250.000 kilo karton bespaard ten opzichte van eerdere verpakkingsontwerpen.

In 2023 is de Single-Use Plastic Directive (SUPD) ingevoerd, een richtlijn die het afval van wegwerpplastic terug moet dringen. McDonald's onderschrijft het doel van deze richtlijn en specifiek van wetgeving die recycling stimuleert. Wij voeren deze zo goed mogelijk uit. Onze Franchisenemers hebben de afgelopen jaren veel geïnvesteerd in de overstap van plastic verpakkingen op basis van fossiele grondstoffen naar hernieuwbare materialen zoals papier en karton. Maar om te voldoen aan de SUPD heeft McDonald's diverse voornamelijk op papier gebaseerde verpakkingen moeten vervangen door herbruikbare verpakkingen van plastic.

De verplichte invoering van herbruikbare bekertjes brengt significante operationele en financiële consequenties met zich mee en niet alleen voor McDonald's, maar voor de gehele sector.

We zijn bezorgd over de mogelijk negatieve milieupact, zoals het verhoogde gebruik van plastic en plastic afval wanneer herbruikbare bekertjes niet worden teruggebracht of als de beker niet vaak genoeg kan worden hergebruikt. Daarnaast moet een herbruikbare beker extern worden gewassen, wat leidt tot extra watergebruik en transport.

Een herbruikbare plastic beker bevat 38 keer meer plastic dan een papieren beker met een dun laagje plastic. Deze herbruikbare bekertjes werden minder dan 70% van de tijd teruggebracht in de eerste helft van 2024. Dat betekent dat een herbruikbare beker gemiddeld 3,3 keer gebruikt wordt. Volgens een onafhankelijk rapport van onderzoeksbureau Kearney is een hergebruik tussen de 50 en 100 keer nodig om een significante vermindering van plastic afval te realiseren. Deze huidige praktijk staat haaks op de intentie van SUPD. Wij geloven dan ook in het gebruik van meerdere typen verpakkingen.

Resultaten duurzame verpakkingen eind 2023



Impact op de Planeet

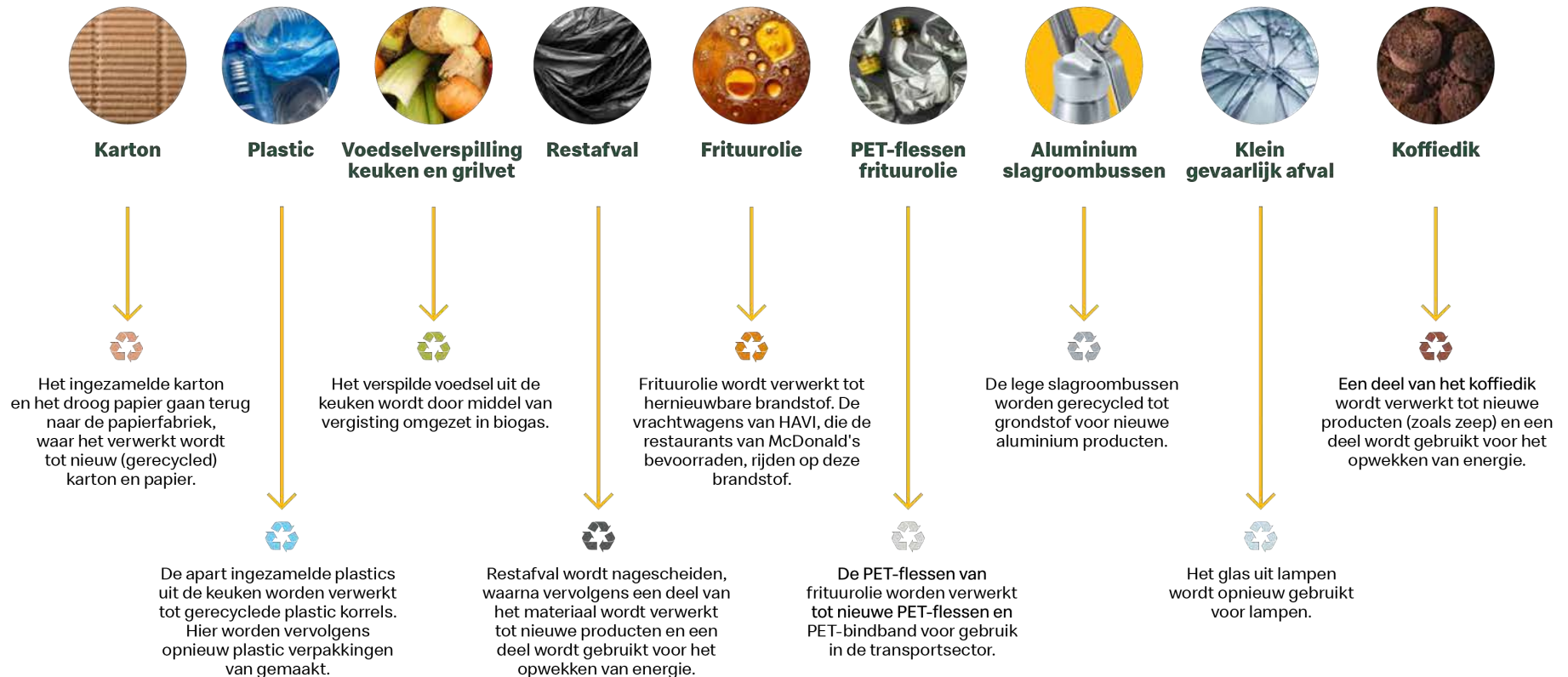
Verpakkingen en afval - Afvalscheiding en duurzamere recycling

McDonald's Nederland verzamelt en scheidt zoveel mogelijk afval. Veel van de afvalstromen worden gerecycled naar grondstoffen voor nieuwe producten. We willen namelijk dat zoveel mogelijk van de gebruikte grondstoffen worden hergebruikt.

Sinds 1991 scheiden onze restaurants het afval en sinds 2022 gebeurt dit in negen verschillende afvalstromen. Het gemengde afval wordt daarna ook nog nagescheiden door onze afvalverwerkers. Onze recyclingpartners zorgen voor mogelijk voor een tweede (of derde, of vierde...) leven van verschillende materialen. Zo halen we zoveel mogelijk waarde uit ons afval en dragen we bij aan de circulaire economie.

De mogelijkheden voor hoogwaardige recycling zijn wettelijk nog beperkt in Nederland vanwege voedselveiligheidsoverwegingen. Een product voldoet momenteel alleen aan de eisen voor hoogwaardige recycling als het wordt gerecycled tot hetzelfde product en niet bij andere producten in het afval heeft gezeten. Deze eis vormt volgens McDonald's en kennispartners een onnodige barrière voor het hergebruik van primaire grondstoffen. McDonald's ziet nog veel mogelijkheden op het gebied van recycling. Innovaties en nieuwe regelgeving kunnen recycling effectiever maken.

Afvalstromen



Samen met de gemeente Den Haag werkt McDonald's aan een pilot voor nascheiding. Het Nationaal Testcentrum Circulaire Plastics (NTCP) onderzocht of de inhoud van de openbare prullenbakken in het centrum van Den Haag een waardevolle afvalstroom voor hoogwaardige recycling zou kunnen zijn. De pilot bracht ook beter in beeld hoeveel herbruikbare bekers bij het afval terechtkomen. De uitkomsten van de pilot worden door McDonald's gebruikt om verder te werken aan het verbeteren van haar recyclingprocessen.

Impact op Voeding

Voedselveiligheid en kwaliteit keten

Bij McDonald's kun je lekker en vers eten. Om onze constante kwaliteit te helpen garanderen, hanteren wij strenge voedselveiligheidsnormen en -protocollen. Deze zijn verankerd in alles wat we doen, van de inkoop van voedsel, de samenstelling van menu's, de verpakking en distributie, tot de operatie van onze restaurants.

Bij McDonald's geloven we dat een betere toekomst niet mogelijk is zonder veilige en duurzamere maaltijden. McDonald's ziet namelijk dat voedselproductie aanzienlijke gevolgen kan hebben op de wereld om ons heen. Daarom hanteert McDonald's wereldwijd strikte richtlijnen en standaarden voor de partners in onze toeleveringsketen. Op die manier kunnen we de voedselveiligheidsstandaarden en kwaliteit van onze producten behouden en kunnen onze gasten correct worden geïnformeerd over onze producten.

McDonald's spant zich in om de ingrediënten uit ontbossingsvrije ketens en duurzame, gerecyclede of gecertificeerde bronnen te halen. Zo werken wij samen met leveranciers die producten leveren met een certificering zoals FSC (verpakkingen), MSC (vis), RSPO (palmolie) en The Rain Forest Alliance (koffie).

Waar staan we wereldwijd?

We spannen ons structureel in om op een verantwoorde manier onze ingrediënten in te kopen. Vanwege de omvang en schaal van McDonald's worden deze inspanningen op wereldwijd niveau aangestuurd. 99,1% van onze primaire grondstoffen wordt ingekocht binnen ontbossingsvrije toeleveringsketens.

Dit zijn de resultaten over 2023:

- **98,8%** van het rundvlees dat voor McDonald's restaurants werd ingekocht, was afkomstig uit ontbossingsvrije toeleveringsketens.
- **93,8%** van de vis voor McDonald's Filet-O-Fish was afkomstig uit duurzaam beheerde visserijen en werd in het wild gevangen. Deze visserijen worden jaarlijks beoordeeld en gecontroleerd volgens de McDonald's Sustainability Fisheries Standard door de Sustainable Fisheries Partnership.
- **100%** van de palmolie die werd gebruikt in McDonald's restaurants en als ingrediënt voor onze producten, was afkomstig uit ontbossingsvrije toeleveringsketens.
- **100%** van de soja die werd gebruikt voor het voer van kippen voor McDonald's producten kwam uit ontbossingsvrije productieketens.
- **99,9%** van onze gemalen en ongemalen koffiebonen was duurzaam ingekocht.
- **98,6%** van onze papieren verpakkingen op basis van vezels was afkomstig van gerecyclede of gecertificeerde bronnen.

Wil je meer weten over onze wereldwijde aanpak, lees dan verder in het [Global Impact Report 2023-2024](#).



Welzijn van kippen

McDonald's zet zich actief in voor het welzijn van kippen met de wereldwijde strategie voor duurzame veeteelt en dierenwelzijn. McDonald's heeft de Chicken Sustainability Advisory Council opgericht in 2018. Deze groep bestaat uit een unieke mix van wetenschappers, NGO's, genetische experts en leveranciers. Zij hebben gezamenlijk een diverse en diepgaande expertise van dierenwelzijn en duurzaamheid. Deze Council adviseert McDonald's over de ontwikkeling en implementatie van een holistische aanpak om het welzijn van kippen in onze keten te verbeteren.

Impact op Voeding

Ons menu

We geloven in vooruitgang en we willen het elke dag beter doen. Daarom zijn we ook constant bezig met de ontwikkeling van ons menu. Want niet alleen smaak verandert met de tijd, ook eetpatronen veranderen. Verbeteringen voeren we stapsgewijs door: altijd met behoud van smaak. Daar kunnen onze gasten op blijven rekenen.

Ons uitgangspunt is om de verantwoorde keuze makkelijk, leuk en lekker te maken. Dit doen we door ons te richten op drie strategische speerpunten die we samen met de Wageningen University & Research (WUR) hebben gedefinieerd. We zijn hier in 2022 mee gestart:

- Reduceren van zout, suiker en vet.
- Meer variatie bieden met bijvoorbeeld wraps, meatless producten en zero frisdranken.
- Nudging: het makkelijker maken van duurzamere en gezondere keuzes door communicatie.



Iced Frappé:
14% minder suiker en
26% minder vet



Fritessaus:
10% minder suiker



McKroket:
33% minder zout

Variatie in ons menu

We brengen meer variatie aan in ons menu-aanbod, zoals met ons meatless productaanbod. We hebben sinds kort de McPlant permanent op het menu staan. Daarnaast bieden we sinds 2019 groente of fruit aan in het Happy Meal. Dat zijn ruim 11 miljoen stuks groente en fruit in 2023. Ook in 2024 worden nieuwe zero frisdranken aan het assortiment toegevoegd. We streven ernaar om met deze verandering onze gasten te inspireren om vaker te kiezen voor een zero frisdrank.

Dit stimuleren we ook door suikervrije dranken te gebruiken in onze marketingcampagnes en zero varianten als eerste aan te bieden op de bestelzuilen. En we zien dat het werkt. Vanaf 2021 zien wij bijvoorbeeld een verschuiving van 5,1% van onze suikerhoudende cola naar de suikervrije varianten in 2023. Een ander voorbeeld is water als primaire keuze bij het Happy Meal, waardoor veel vaker voor water wordt gekozen.

Volkoren wrap:
meer vezels



“ De WUR staat net als McDonald’s midden in de maatschappij. We leiden talenten op, doen toonaangevend onderzoek en we werken met bedrijven samen om innovatie echt toe te passen. Zo ook met McDonald’s. De afgelopen jaren hebben we McDonald’s op diverse onderwerpen van advies voorzien. De ene keer voor een kijkje in de toekomst, toen het team langskwam om naar onze innovatieve 3D-voedselprinters te kijken voor het maken van hamburgers en vleesanalogen. De andere keer adviseerden we McDonald’s hoe zij haar gasten kan helpen om de gezondere keuze makkelijker te maken. Voor ons is deze samenwerking belangrijk, omdat McDonald’s hiermee haar rol pakt in het gezonder en duurzamer maken van ons voedselaanbod. Samenwerking tussen de wetenschap en het bedrijfsleven is van cruciaal belang als je op schaal impact wil maken. ”

- Sanne Stroosnijder -
Programma manager Wageningen
Food & Biobased Research



Impact op Voeding

Ons menu

De meeste stappen in de sector

Onze inzet is actiegericht. We willen een voortrekkersrol vervullen in de QSR-sector (Quick Service Restaurant). Door onze omvang, ons brede bereik en het grote aantal gasten in alle lagen van de Nederlandse bevolking, denken wij met onze interventies daadwerkelijk impact te maken. Maar daar hebben we ook tijd voor nodig. Niet alleen omdat onderzoek en productontwikkeling tijd kosten, maar ook omdat consumenten moeten wennen aan nieuwe smaken en nieuwe producten. Een optimale smaak is voor ons altijd belangrijk; daar doen wij geen concessies. Uit onderzoek weten we dat onze gasten variatie belangrijk vinden, maar ook veel waarde hechten aan de vertrouwde producten en smaken. Ook weten we dat gasten graag zelf keuzes maken en bijvoorbeeld af en toe wel zin hebben in een suikerhoudend drankje.

We willen consumenten dan ook goed informeren over ons aanbod. McDonald's biedt gasten inzicht in de voedingswaarden, ingrediënten en allergenen van producten door deze te vermelden op de website en in de app. Met onze marketingactiviteiten laten we zien hoe je kunt variëren in je keuze, door ook af en toe voor een ander verantwoord product te kiezen. Voor deze marketingactiviteiten werken we onder andere samen met influencers. McDonald's werkt samen met influencers die zijn aangesloten bij 'Certified by influencerregels.com'. Met deze certificering wordt gestreefd naar meer transparantie bij influencermarketing.

Sinds de lancering in april 2024 is McDonald's aangesloten bij dit initiatief van DDMA, bvA en SRC. Samen met andere grote adverteerders dragen we zo bij aan het tegengaan van slukreclame. Daarnaast richten we onze marketingactiviteiten op kinderen vanaf 16 jaar, terwijl het wettelijk is toegestaan om campagnes te richten op kinderen van 13 jaar en ouder. Voor ons is een leeftijdsgrens van 16+ werkbaar.

Ook zien we de kracht van samenwerking met andere bedrijven in de QSR-sector. Daarom is McDonald's een drijvende kracht achter het [Fastservice Manifest](#) dat in 2024 officieel is gelanceerd. Samen met Koninklijke Horeca Nederland (KHN) en vijf andere bedrijven in de QSR-sector hebben we concrete ambities gedefinieerd op het gebied van een gevarieerd aanbod, het verbeteren van producten en het maken van gezondere keuzes. Wij hopen dat zoveel mogelijk partijen uit de sector zich de komende jaren zullen aansluiten.

Samen met de overheid en onze partners willen wij komen tot een brede aanpak waarbij we een gevarieerde leefstijl stimuleren. Wij staan open voor participatie in projecten die toezien op educatie en nudging over voeding.

McDonald's blijft ook altijd die plek om te genieten van een geluksmomentje: een traktatie van groot of klein formaat, als je bijvoorbeeld zelf geen zin hebt om te koken of iets te vieren hebt.



Expert advies

We zijn ervan overtuigd dat we een gezondere leefomgeving alleen samen kunnen realiseren en we zoeken daarom de dialoog met alle relevante betrokkenen. Samen met experts van de Wageningen University & Research (WUR) hebben we een plan ontwikkeld om ons menu en onze producten de komende jaren te verbeteren.

In 2022/2023 voerden we de volgende veranderingen door:

- Suikervrije dranken als eerste aanbieden op onze bestelzuilen.
- Uitbreiding van het aanbod meatless producten, ondersteund met een specifieke campagne.
- Op de achtergrond werken we aan productverbeteringen waarbij we suiker, zout en vet gericht verminderen.

Impact op de Maatschappij

Lokale ondernemers

Onze ruim 60 lokale Franchisenemers beheren 90% van de 264 restaurants. Elk restaurant is een minimaatschappij met medewerkers uit de lokale omgeving. Daarom is de relatie tussen Franchisenemer en de buurt voor McDonald's van groot belang. De Franchisenemers komen uit de omgeving van de restaurants en hebben binding met de Crew, andere ondernemers en de buurt. Het merk McDonald's is internationaal, maar sterk lokaal geworteld door het lokale ondernemerschap, de lokale Crew en de lokale betrokkenheid.

McDonald's Nederland werkt nauw samen met de lokale ondernemers en hun restaurants. De ervaren horecamensen en ondernemersfamilies spelen een belangrijke rol als onderdeel van hun leefomgeving. De restaurants, maar bijvoorbeeld ook het menu, moeten aan de standaarden van McDonald's voldoen. Daarnaast hebben de Franchisenemers de vrijheid om eigen personeels- en prijsbeleid te voeren of om zelf initiatieven op te zetten die passen bij de lokale leefomgeving. Ondernemers werken samen met andere ondernemers en organiseren acties om bijvoorbeeld geld in te zamelen voor het Ronald McDonald Kinderfonds.

“ *Sinds ik ongeveer 15 jaar oud was, kwam ik al mijn ouders helpen in het restaurant.*

Van dichtbij zag ik welke band mijn ouders hadden met het personeel en de buurt.

Het restaurant is met onze familie verbonden, het voelt logisch en ik ben trots om het stokje van mijn familie over te nemen. ”

- Michael Schakel -
Franchisenemer regio Noord-Brabant

Impact op de Maatschappij

Goede buur

De verbinding tussen McDonald's en de omgeving heeft een positief effect op de ervaring van buurtbewoners, lokale ondernemers en de leefomgeving. We hebben bijvoorbeeld twee initiatieven ontwikkeld die gericht zijn op het versterken van de verbinding met de buurt, te weten de Afvalconvenanten en 'Koffie met een Cop'.

Zwerfafvalconvenant

Een schone omgeving is daadwerkelijk zichtbaar op lokaal niveau. McDonald's neemt extra verantwoordelijkheid in de aanpak tegen zwerfafval door samen te werken met gemeenten. In 2022 sloot McDonald's Spaanse Polder in Rotterdam het eerste Afvalconvenant met de gemeente Rotterdam. Deze samenwerking is zeer succesvol gebleken. In een Afvalconvenant worden afspraken gemaakt over het verminderen van zwerfafval, bijvoorbeeld wie er verantwoordelijk is voor het controleren en legen van prullenbakken. Ook in Den Haag werken we sinds kort samen met andere ondernemers en NGO's om zwerfafval te verminderen. In 2024 zijn we deze samenwerkingen verder aan het uitbreiden. Op 13 september 2024 hebben alle Franchisenemers die actief zijn in Rotterdam een handtekening gezet onder het zwerfafvalconvenant met de gemeente Rotterdam. Gezamenlijk de leefomgeving schoonhouden zorgt voor verbinding in de buurt en een aangenaamere ervaring voor onze gasten.

Koffie met een Cop

Franchisenemers staan midden in de samenleving en willen een positieve bijdrage leveren aan hun buurt. Koffie met een Cop is een initiatief waarbij verschillende instellingen samenkomen om informele gesprekken te voeren met buurtbewoners over zaken die hen opvallen in de buurt. In de meeste gevallen zijn gemeenteambtenaren, (wijk)agenten en andere handhavers aanwezig, maar vaak ook ondernemers(verenigingen) en betrokken bewoners. Op vaste momenten kunnen buurtbewoners bij McDonald's in gesprek gaan met de lokale politie om aandachtsgebieden in de buurt aan te kaarten of hun hart te luchten in een laagdrempelige omgeving.



Impact op de Maatschappij

Ronald McDonald Kinderfonds

Het Ronald McDonald Kinderfonds ondersteunt families op momenten dat hun kind ziek of zorgintensief is. McDonald's is founding partner van het Ronald McDonald Kinderfonds in Nederland en inmiddels al bijna 40 jaar hoofdsponsor.

Het Ronald McDonald Kinderfonds is een zelfstandige organisatie zonder winstoogmerk. McDonald's is een partner van het eerste uur en we werken samen met andere organisaties om families dichter bij elkaar te brengen.

Om dit mogelijk te maken, zorgt McDonald's Nederland voor een jaarlijkse bijdrage aan het Ronald McDonald Kinderfonds en gaat er van elke verkochte Happy Meal een donatie van 5 cent naar het Ronald McDonald Kinderfonds. Ook krijgt iedere gast bij zijn bestelling de uitnodiging om een bedrag te doneren. Samen met de vele losse donaties van onze gasten werd er in 2023 in totaal € 476.412 opgehaald.

Wij dragen niet alleen financieel bij, Franchisenemers en Crew zetten zich ook actief in voor het Ronald McDonald Kinderfonds.

Crewmembers, Franchisenemers, medewerkers van het hoofdkantoor, familieleden en vele anderen zamelen tijdens het jaarlijkse HomeSport Events geld in voor het Ronald McDonald Kinderfonds. Elk jaar gaan tientallen teams een sportieve uitdaging aan. In 24 uur fietsen, rennen of wandelen de teams langs verschillende Ronald McDonald Huizen. Afgelopen september stond de teller van het ingezamelde bedrag voor dit event in 2024 op € 1.300.942. De opbrengst van HomeSport Events komt volledig ten goede aan de Ronald McDonald Huizen, Huiskamers en vakantiehuizen. Dankzij onder andere de HomeSporters vinden ouders, broertjes en zusjes daar een plek dicht bij hun zieke familielid.

[Klik hier](#) voor een video over HomeSport Events



De activiteiten van het Ronald McDonald Kinderfonds

Met drie kernprogramma's zorgt het Ronald McDonald Kinderfonds voor de verbinding tussen families en hun kind op het moment dat deze hard nodig is.



In 11 Ronald McDonald Huizen verblijven ouders op loopafstand van hun kind in het ziekenhuis. Zij kunnen hier ook blijven slapen om hun kind 's avonds een verhaal voor te lezen.



In 12 Ronald McDonald Huiskamers vinden gezinnen rust tussen ziekenhuisafspraken door.



In 3 vakantiehuizen komen gezinnen met een zorgintensief kind op adem.

Impact op de Maatschappij

Ronald McDonald Kinderfonds

De verbinding tussen mensen en onze organisatie komt tot uiting bij de inspanning die McDonald's levert voor het Ronald McDonald Kinderfonds. Daarnaast dragen Franchisenemers en Crew bij door de organisatie van sponsoracties waarvan de opbrengsten worden gedoneerd. Verder zijn Franchisenemers vertegenwoordigd in het bestuur van de Huizen en in de Raad van Toezicht van het Ronald McDonald Kinderfonds.

In totaal stonden 1.900 vrijwilligers klaar om families te ondersteunen in een lastige periode. McDonald's is trots op de inzet van alle vrijwilligers, inclusief die van haar eigen medewerkers, en blijft zich samen met de betrokken Franchisenemers inzetten voor het Ronald McDonald Kinderfonds.

De resultaten

- In 2023 bleven 6043 gezinnen in totaal 69.474 nachten slapen in een Ronald McDonald Huis.
- De 11 Huizen staan verspreid over Nederland en vormen een plek waar families dicht bij hun kind kunnen slapen. De Huizen zijn te vinden bij alle academische ziekenhuizen, een aantal streekziekenhuizen en een revalidatiecentrum.
- Tussen alle onderzoeken en behandelingen door kunnen families en zieke kinderen in de Huiskamers even tot rust komen en het ziekenhuis vergeten. Kinderen kunnen er spleen, terwijl ouders voor een welverdiend rustmoment kiezen. Vrijwilligers staan klaar om ouders te voorzien van koffie of thee. De woonkamers zijn verbonden aan locaties met een Ronald McDonald Huis. In totaal bezochten 59.563 familieleden en kinderen de Huiskamers.
- In de vakantiehuizen is extra ruimte voor families en kinderen. In de aangepaste appartementen kunnen zorgintensieve kinderen tot en met 25 jaar gewoon vakantie vieren. Daarnaast zijn er op deze locaties mogelijkheden voor aangepaste activiteiten. In 2023 hebben de vakantiehuizen 3.292 overnachtingen gefaciliteerd.

Blik op de toekomst

In 2025 bestaat de samenwerking tussen het Ronald McDonald Kinderfonds en McDonald's 40 jaar. Sinds de oprichting van het eerste huis in 1985 werken McDonald's en het Ronald McDonald Kinderfonds nauw samen om families dichter bij elkaar te brengen. Onafhankelijk onderzoek in samenwerking met de Rijksuniversiteit Groningen heeft aangetoond dat 95% van de ondervraagde kinderartsen, verpleegkundigen en andere zorgprofessionals aangeeft dat de Ronald McDonald Huizen bijdragen aan het medische en psychische herstel van een kind.

Om dit belang te blijven benadrukken, blijft McDonald's zich inzetten voor het vergroten van de bekendheid en activiteiten van het Ronald McDonald Kinderfonds.

“ *When you care for others, it's infectious and it can spread to create change and extraordinary impact.* ”

– Audry Evans –
Co-founder eerste Ronald McDonald Huis

“ *Het zijn deze woorden die mij en Marijke elke dag weer inspireren. McDonald's is een bedrijf dat gaat over mensen en de mogelijkheden die mensen krijgen om hun leven te verrijken. Het leven van mensen, kinderen, elke dag een beetje beter maken is ook een van de drijfveren van het Ronald McDonald Kinderfonds. Voor ons als McDonald's ondernemers is het dus vanzelfsprekend dat je tijd, energie en aandacht geeft aan eenieder die een steuntje in de rug nodig heeft. De ene dag is dat aan mensen uit je bedrijf en de andere dag is dat aan het Ronald McDonald Kinderfonds. Gewoon iemand helpen, daar waar je kunt, om een beter leven te hebben. Een beetje naar elkaar omkijken dus, zo simpel kan het leven zijn.* ”

– Pieter Honing –
Franchisenemer en bestuurslid
Ronald McDonald Huis, regio Utrecht

“ *Verblijven in het Huis was niet alleen fijn, het was ook echt nodig. In het ziekenhuis heb je nul rust. Alles gaat dag en nacht door. De deur kan elk moment opengaan door artsen en verpleging. Die gebroken nachten: dat houd je niet vol. In het Huis blijft je kamerdeur dicht, tot je hem zelf weer opent. Daar vind je pas echt rust.* ”

– Lineke en Robin –
Verblijf in Ronald McDonald Huis Groningen



Impact op de Maatschappij

Familierestaurant

Families en kinderen komen vaak voor een van hun eerste gezamenlijke restaurantervaringen eten bij een van onze restaurants. De gasten moeten tijdens hun bezoek kunnen genieten van ons eten, maar ook plezier beleven. Om dat doel te bereiken, werkt McDonald's aan een fijne en speelse omgeving voor kinderen.

Een restaurant (in)gericht op plezier

Voor kinderen is het van belang om tijdens het bezoek aan een McDonald's restaurant plezier te beleven, alleen of samen met andere kinderen. Een fijne omgeving voor families begint bij onze terrassen, die altijd rookvrij zijn. Daarnaast hebben een groot deel van de restaurants met een McDrive minimaal één Playland buiten, waar jonge gasten kunnen spelen en bewegen. Restaurants met ruimte hebben meerdere mogelijkheden voor kinderen om binnen of buiten te spelen. Bij nieuwe en verbouwde restaurants streven we naar het toevoegen van een Magic Table (een touch window). McDonald's vindt het ook belangrijk dat kinderen plezier halen uit lezen. Daarom werken we samen met de Stichting Collectieve Propaganda van het Nederlandse Boek (CPNB). Tijdens de Kinderboekenweek ontvangen alle kinderen bij hun Happy Meal naast een speeltje ook een boekje. De rest van het jaar hebben families altijd de keuze tussen een boekje of een speeltje. Met deze samenwerking proberen we het leesplezier bij families te stimuleren.

LINDA.foundation

Samen met LINDA.foundation zet McDonald's zich in voor gezinnen met kinderen die in armoede leven in Nederland. LINDA.foundation wil meer begrip en

vooral positieve actie creëren voor gezinnen die het financieel zwaar hebben. Dit doen zij door het geven van een eenmalig cadeaupakket in de zomerperiode en rondom de feestdagen met daarin cadeaukaarten van diverse winkels in Nederland. McDonald's biedt deze gezinnen de kans om samen in een van de restaurants te komen eten. Zo kunnen deze gezinnen tijdens speciale momenten, zoals een feestje of verjaardag, ook naar McDonald's. Door mee te doen aan deze actie krijgen kinderen uit gezinnen met financiële uitdagingen de mogelijkheid om te genieten van een geluksmomentje.

LINDA.foundation

'MAMA, WE KUNNEN EINDELIJK EEN KEER NAAR DE MCDONALD'S!'

LINDA.FOUNDATION ♥ M'C DONALDS

DANKZIJ HEEL VEEL DONATEURS EN DE BIJDRAGE VAN C&A BEZORGT LINDA.FOUNDATION DIT JAAR 4250 GEZINNEN DIE IN ARMOEDE LEVEN OOK FIJNE FEESTDAGEN.

LINDAFoundation.nl
ARMOEDE IS NIET EERLUK



Impact op ons Werkgeverschap

Diversiteit, gelijkheid en inclusiviteit

Werken bij McDonald's is veel meer dan alleen een baan. Het is een club mensen waar iedereen wordt gezien en verwelkomd. Waar Crewleden zich persoonlijk kunnen ontwikkelen en worden opgeleid.

We vinden het vanzelfsprekend dat iedereen welkom is bij McDonald's. Inclusiviteit en diversiteit zijn voor ons belangrijke waarden om een veilige, respectvolle en inclusieve (werk)plek voor iedereen te bieden. Dat zie je terug in onze Nederlandse restaurants, die vaak een afspiegeling zijn van de lokale omgeving. Iedereen is welkom om bij McDonald's aan de slag te gaan.

We doen ons best om diversiteit te stimuleren door mensen van verschillende generaties en culturen en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt samen te laten werken. In de restaurants nemen we mensen aan op basis van hun kwaliteiten en niet op basis van een opleiding. Diversiteit wordt niet alleen gestimuleerd op de werkvloer, maar ook bij de zoektocht naar nieuwe Franchisenemers. McDonald's werkt aan het diversifiëren van de Franchisenemers, zodat onze restaurants worden gerund door ondernemers met verschillende ervaringen en achtergronden. Wij geloven dat je alleen een inclusieve en diverse werkplek creëert indien we daar intern allemaal aan bijdragen.

22K

Landelijk werken er circa 22.000 mensen bij McDonald's

80 50/50

In onze eigen restaurants en op het hoofdkantoor werken mensen met circa 80 verschillende nationaliteiten en is de man-vrouwverdeling gelijk

**Deze getallen zijn correct afgerond, maar in werkelijkheid minder rond.*



Impact op ons Werkgeverschap

McDonald's Academy

Onze Crew vervult een centrale rol binnen onze restaurants. Zij zorgen ervoor dat gasten bij McDonald's een fijn bezoek met een snelle service en smaakvolle producten ervaren. Het waarborgen van het welzijn van onze Crew staat centraal in de kernwaarden van McDonald's. Dit is niet alleen essentieel voor onze bedrijfsvoering, maar ook voor het langetermijnsucces van McDonald's. Plezier op je werk draagt bij aan betrokken medewerkers en het behoud van medewerkers. Daarom stimuleren we onze Crew om zowel professioneel als persoonlijk te groeien, zowel op de werkvloer als daarbuiten.

Kansen voor iedereen

We bieden opleidingen aan voor iedereen die bij ons werkt, van beginnend Crewlid tot Restaurant Manager.

- Voor medewerkers die een mbo-diploma (BBL-opleiding) willen halen naast een 4-daagse werkweek, hebben we een partnerschap met SVO-vakopleiding food. Sinds 2011 hebben meer dan 6500 medewerkers van deze samenwerking gebruikgemaakt. We bieden mbo-opleidingen aan van een startkwalificatie tot mbo 4.
- Sinds 2022 bieden wij werknemers ook de mogelijkheid om naast een 4-daagse werkweek een hbo-diploma 'Retailmanagement en Ondernemerschap' te volgen. De hbo-opleiding wordt verzorgd door de Avans Hogeschool.

- We willen dat onze Crew in het Nederlands met onze gasten en met elkaar kunnen spreken. Nog belangrijker is dat we onze medewerkers daarmee op weg helpen in de maatschappij. Daarom bieden we taalcursussen aan in het tempo dat medewerkers zelf fijn vinden. Het is ook mogelijk om een andere taal te leren. Sinds 2019 volgden 625 medewerkers een taal cursus bij Education First.
- Iedereen die bij McDonald's werkt kan via het online platform GoodHabitz cursussen naar keuze volgen. De e-learningprogramma's zijn gericht op persoonlijke ontwikkeling en zijn vanaf 2021 door 4429 actieve medewerkers gebruikt.
- We vinden het belangrijk dat de Crew binnen McDonald's kan doorgroeien. Op de Hamburger University van McDonald's leren Crew en management nieuwe vaardigheden die van pas komen bij het werken voor McDonald's. In 2023 maakten 1557 Crewleden hiervan gebruik.

“ **Vóór deze training wist ik niets van de Nederlandse taal. Nu ken ik honderden woorden en spreek ik hele zinnen in het Nederlands. Dit was zo zinnig; ik ga door met het verder verbeteren van mijn Nederlands.** ”

– Tara –
Crewlid McDonald's



“ **Investeren in mezelf is de beste investering die ik heb gedaan. Het heeft niet alleen mijn eigen ontwikkeling verbeterd, maar ook die van de mensen om me heen.** ”

– Melissa –
Restaurant Manager McDonald's

Aantal studenten in 2023

Hbo	Taaltraining	Mbo
23	122	550

Hamburger University

1557

GoodHabitz
(Geactiveerde gebruikers)

1541

Impact op ons Werkgeverschap

Veilige werkomgeving

McDonald's hecht waarde aan goed werkgeverschap. Niet alleen in Nederland, maar wereldwijd beschouwen wij een veilige, respectvolle en inclusieve werkomgeving als topprioriteit. We werken hard aan het creëren en behouden van de fysieke en mentale veiligheid in de restaurants en op ons hoofdkantoor. Hiervoor gebruiken wij internationale uitgangspunten die gelden voor alle restaurants, voor iedere Franchisenemer en op kantoor.

Respectvol naar elkaar

We streven ernaar dat alle medewerkers, op alle niveaus en in alle restaurants en kantoren zich aan dezelfde gedragswaarden houden. De waarden die we aan onze medewerkers meegeven, gelden niet alleen op de werkvloer maar ook buiten de werkuren. Wij vinden het belangrijk dat onze medewerkers altijd respectvol met elkaar en anderen omgaan. Wij geloven dat waarden bijdragen aan een veilige, respectvolle en inclusieve werkomgeving. We voeren structureel medewerkerstevredenheids-onderzoek uit. Met deze feedback optimaliseren we samen met onze Franchisenemers, ons personeelsbeleid voor Crew en managers.

In elk restaurant is daarnaast een externe vertrouwenspersoon aangesteld. Er ligt ook een belangrijke rol voor McDonald's Nederland. Vanuit ons hoofdkantoor in Utrecht staan wij in contact met alle restaurants, omdat we continu werken aan een veilige werkomgeving.

Een favoriete werkplek in Nederland

Onze aandacht voor een fijne werkomgeving bleef niet onopgemerkt. McDonald's is in 2023 door jongeren voor het tweede jaar op rij uitgeroepen tot de vierde favoriete werkplek. Het ITAM-onderzoek wordt elk kwartaal uitgevoerd onder jongeren die een bijbaan hebben. Voor jongeren spelen in de keuze van een bijbaan factoren zoals geld, gemak, nabijheid, vriendschap en werkplezier een rol. Deze factoren passen bij de manier waarop we onze rol als werkgever invullen. We maken werk van een goed en gelijk salaris en streven naar een veilige en leerzame werkplek voor iedereen. We blijven ons inzetten om ook in 2024 weer een plek in de top-5 beste bijbanen voor jongeren te bemachtigen.



Servicegericht

Onze gasten en onze medewerkers staan voorop. McDonald's is een mensenbedrijf. We waarderen boven alles de medewerkers die voor en met ons werken en de gasten die we bedienen.

Inclusief

Onze deur staat voor iedereen open. We waarderen verschillende perspectieven en we willen een gastvrije en veilige omgeving creëren voor iedereen.

Integer

Veiligheid en welzijn hebben onze prioriteit en wij zijn van mening dat iedereen die bij McDonald's werkt recht heeft op een werkomgeving die vrij is van intimidatie, geweld en discriminatie.

Goede Buur

We zijn betrokken bij de buurt. We geven op lokaal niveau iets terug aan de gemeenschap.

Partners

We staan samen sterker. We geloven dat we allemaal een rol hebben bij het creëren van een veilige, respectvolle, diverse en inclusieve werkplek.

“Het werk is nooit af. We blijven ons inzetten om een positieve impact te realiseren op de wereld om ons heen en iedere dag onze gasten kleine geluksmomenten te bezorgen.”

– Dolly van den Akker –
Impact Director McDonald's Nederland

Heb je na het lezen van dit Impact rapport nog vragen? Neem dan contact op met McDonald's Nederland.

De ontwikkelingen die McDonald's Nederland heeft doorgemaakt over 2023 worden behandeld in dit Impact Rapport. McDonald's Nederland heeft de grootst mogelijke zorgvuldigheid betracht bij de totstandkoming van dit Impact Rapport. Dit Impact Rapport dient uitsluitend ter informatie en is niet bedoeld om een volledig beeld te schetsen van de ontwikkelingen van McDonald's Nederland over 2023. Bij de totstandkoming van dit Impact Rapport heeft McDonald's Nederland zich gebaseerd op zorgvuldig geselecteerde bronnen en data van haarzelf en/of derden. Ondanks de hoge mate van zorgvuldigheid die betracht is en het feit dat de data van betrouwbare bronnen afkomstig is, kan nooit met zekerheid gesteld worden dat de data volledig of correct is. Zodoende kunnen derden géén rechten ontleen aan de inhoud van dit Impact Rapport.

Dit Impact Rapport bevat verder ook verschillende toekomstgerichte intenties en/of plannen van McDonald's Nederland voor de periode 2024 en verder. Aan deze intenties en/of plannen kunnen géén rechten worden ontleend voor de toekomst, omdat de verwezenlijking van deze intenties en/of plannen mede-afhankelijk is of kan zijn van externe niet binnen de invloedssfeer van McDonald's Nederland liggende factoren.

