

Better

NACHHALTIGKEITSUPDATE
2021



DAS RICHTIGE TUN –
KEIN GROSSES DING!

**SONDERN
VIELE KLEINE.**

Wohin geht die Reise?

McDonald's weiß, wohin es gehen soll: mehr Nachhaltigkeit, mehr Klimaschutz, noch mehr Engagement für Umwelt und Gesellschaft. Doch wie sieht die Reiseroute in die Zukunft konkret aus?



„Der Gast steht für uns immer im Mittelpunkt.“

Mario Federico

Vorstandsvorsitzender
McDonald's Deutschland

Wir haben zwei Menschen gefragt, die den Weg kennen: Mario Federico, Vorstandsvorsitzender McDonald's Deutschland, und Dominik Neiss, Sprecher des McDonald's Franchisee Leadership Councils.

Welches große Ziel steuert McDonald's mit seinen Mitarbeiter:innen, Franchise-Nehmer:innen und Lieferpartner:innen an?

Mario Federico DAS eine große Ziel gibt es für uns nicht. Denn es gibt ja auch nicht die eine Maßnahme, die uns in jeder Hinsicht nachhaltiger und besser machen würde. Deshalb haben wir uns einige große Ziele sowie Etappenziele gesetzt und arbeiten an vielen Einzelmaßnahmen, um unserer Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft gerecht zu werden.

Können Sie dafür ein Beispiel geben?

Mario Federico Reden wir zum Beispiel über Müll. Ein wichtiger Schritt für unseren Planeten ist die kontinuierliche Reduktion und Optimierung unserer Verpackungen. Hier haben wir viele Einzelmaßnahmen auf den Weg gebracht – von Holzlöffel bis Graspapier. Ein weiteres wichtiges Maßnahmenpaket ist unser „BEST Beef“-Programm, das Tierwohl und Tiergesundheit verbessert. Im Jahr 2023 wollen wir den Anteil an „BEST Beef“-Fleisch in unseren Beef-Produkten auf 20 Prozent steigern. Sowohl unsere Initiativen für weniger Verpackungsabfall als auch das „BEST Beef“-Programm tragen dazu bei, unseren CO₂-Ausstoß zu senken. So sorgen viele und auf den ersten Blick völlig unterschiedliche Handlungsschritte dafür, dass wir auch beim Klimaschutz unsere hochgesteckten Ziele erreichen.

Dominik Neiss Natürlich müssen wir auch beim Stromverbrauch der Restaurants ansetzen. Seit 2014 werden nahezu alle deutschen Restaurants mit Ökostrom betrieben. Bis 2025 wollen wir zusammen mit EWE Go Ladesäulen für Elektroautos an mehr als 1.000 McDrive Standorten aufstellen. Dort laden unsere Gäste natürlich auch Ökostrom.

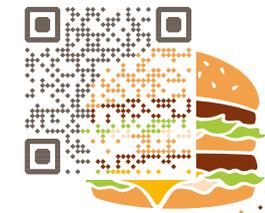
„BEST Beef“ und Ökostrom erleben Ihre Gäste nicht so unmittelbar wie etwa Veränderungen bei der Verpackung. Deshalb eine für Ihre Gäste wichtige Frage: Was haben Sie sich beim Thema Verpackung vorgenommen?

Mario Federico Das Thema ist tatsächlich ein Kernthema für uns und unsere Gäste. Gemeinsam haben wir viel erreicht. Nur ein Beispiel: Seit dem Start unserer Verpackungsreise im Jahr 2019 bis Dezember 2021 haben wir rund 2.000 Tonnen Plastik eingespart durch die Umstellung auf plastikfreie und plastikreduzierte Verpackungen. Aktuell arbeiten wir insbesondere daran, unsere Recyclingkreisläufe weiter zu schließen. Zudem testen wir gerade ein Mehrwegsystem für Getränke und Desserts. Bis Ende 2022 werden die Mehrwegbecher als Alternative zum Papierbecher deutschlandweit eingeführt. Das Gästefeedback aus den Testrestaurants ist dabei besonders wertvoll für uns. Denn auch bei Nachhaltigkeit und Klimaschutz gilt: Der Gast steht für uns immer im Mittelpunkt.

Dominik Neiss Für mich und meine Kolleg:innen vor Ort ist es sehr wichtig, dass wir unsere Gäste und Mitarbeiter:innen immer mitnehmen. Wir wissen aus Erfahrung: Große Ziele erreicht man nur gemeinsam. Uns ist vollkommen klar, dass wir in Sachen Nachhaltigkeit noch lange nicht perfekt sind. Doch gemeinsam mit unseren Partner:innen arbeiten wir kontinuierlich daran, immer besser zu werden. Dabei können wir eines versprechen: Unsere Reise ist noch lange nicht zu Ende!

RICHTUNG ZUKUNFT

Das Richtige tun – kein großes Ding!
Sondern viele kleine.



Better

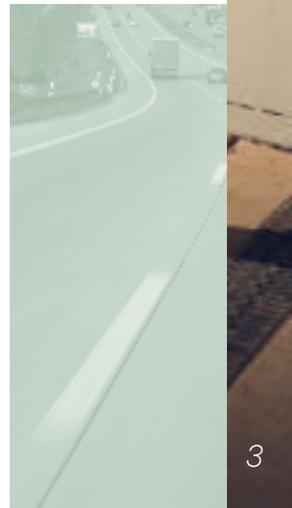
Alles über unsere Maßnahmen erfährst du auf den nächsten Seiten oder auf [@betterm.mcdonalds.de](https://betterm.mcdonalds.de)



„Große Ziele erreicht man nur gemeinsam.“

Dominik Neiss

Sprecher Franchisee Leadership Council
McDonald's Deutschland



McDonald's Deutschland in Zahlen



1,43 Mio.
Gäste pro Tag

1.433
Restaurants



ca. 65.000

Mitarbeiter:innen in Restaurants und Verwaltung

199

Franchise-Nehmer:innen

132

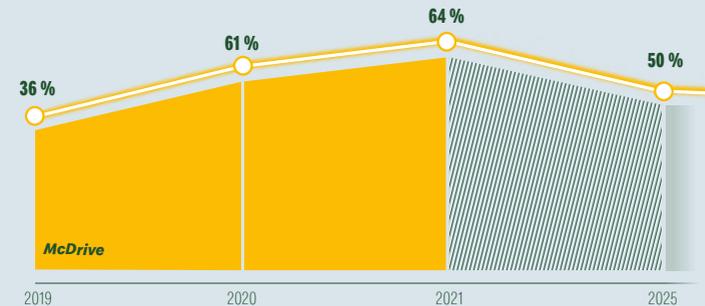
Lieferpartner:innen versorgen McDonald's mit Ware.

Immer im Trend: der McDrive

Der McDrive Anteil am Gesamtumsatz der Restaurants wächst stetig. **Vor Corona lag er bei rund 36 Prozent.** Mit Ausbruch der Pandemie stieg er sprunghaft auf **64 Prozent im Jahr 2021.** Für die Zeit nach der Krise plant McDonald's mit einem Umsatzanteil von 50 Prozent, also deutlich mehr als vor Corona. Dies ist für uns ein wichtiger Grund, warum wir E-Mobilität weiter fördern und das Schnellladenet in Deutschland kontinuierlich ausbauen.

RICHTUNG ZUKUNFT

Anteil der Autoschalter am Gesamtumsatz der Restaurants mit McDrive



ca. 650*
Delivery-Restaurants

McDelivery auf WACHSTUMSKURS

Mit unserem Partner Lieferando weiten wir unser Liefergebiet kontinuierlich aus. Seit 2021 bauen wir zudem mit unseren Franchise-Nehmer:innen auch eine eigene Lieferflotte auf.

Von den insgesamt ca. 650* teilnehmenden Restaurants verfügen heute gut 75 Prozent* über eigene Roller und Autos, immer mehr davon ebenfalls mit Elektroantrieb.

Total digital!



McDONALD'S APP

Rund **23 Millionen Menschen in Deutschland** haben die App bereits heruntergeladen, weil die Vorteile sie überzeugen.



BONUSPROGRAMM BELOHNT TREUE

User:innen von „MyMcDonald's Rewards“ erhalten bei jedem Kauf Punkte, für die es leckere Prämien in teilnehmenden Restaurants gibt. **Schon fast 8,5 Millionen* Fans sammeln Punkte.**



MOBIL BESTELLEN UND BEZAHLEN

App-User:innen können unterwegs per Smartphone in teilnehmenden Restaurants bestellen und bezahlen.

*Stand 30.06.2022

HIN- SCHAUEN

UND BESSER MACHEN

Verpackungen sind für einen schnellen, sicheren und unkomplizierten Service notwendig. Aber zu viele davon belasten die Umwelt. **Deshalb arbeiten wir kontinuierlich daran, Verpackungen zu optimieren, neue Recyclingkreisläufe zu schaffen sowie Plastik- und Verpackungsmüll einzusparen.** Denn der beste Abfall ist der, der gar nicht erst anfällt. 2019 haben wir einen Fahrplan für weniger Müll und Plastik entwickelt, der uns in eine nachhaltigere Zukunft bringt.

Auf diesem Weg testen wir ständig neue Lösungen und holen auch die Meinung unserer Gäste ein. Unsere Franchise-Nehmer:innen und die Crews in den Restaurants spielen dabei eine wichtige Rolle. Aktuell testen wir zum Beispiel Mehrwegbecher für Getränke und Desserts als Alternative zu den herkömmlichen Einwegbechern. Auch unser Franchise-Nehmer Tim Hendrixx und sein Team beteiligen sich daran. Hendrixx ist überzeugt: „Wir sind auf dem richtigen Weg!“



Tim Hendrixx

Franchise-Nehmer
McDonald's Deutschland
Raum Augsburg

„Wir müssen unseren Gästen Nachhaltigkeit schmackhaft machen.“

Weniger ist mehr! Unser Fahrplan für weniger Müll und Plastik



Better 
Mehr Informationen unter
bettermcdonalds.de

bis **2025**

Weltweit sollen in allen McDonald's Restaurants 100 Prozent aller Verkaufsverpackungen aus **erneuerbaren, recycelten oder zertifizierten Materialien** bestehen.

2022

Bis Jahresende werden **Mehrwegverpackungen** als Alternative zu Pappbechern **für Desserts und Getränke deutschlandweit eingeführt**. Unsere Getränkedeckel gibt es im Restaurant nur noch auf Nachfrage. So können wir rund **130 Tonnen Plastik im Jahr einsparen!**

2021

McWraps und ausgewählte Burger werden in **Papier gewickelt**. Dabei kommt erstmals auch ein **Graspapier** zum Einsatz. Wrapping statt Pappbox spart durchschnittlich **70 Prozent Material pro Produkt**.

2020

Vollständige Umstellung auf fast **plastikfreie Dessertverpackungen**. Holzlöffel und **Papiertrinkhalm**e ersetzen ihre Vorgänger aus Plastik. Spielzeuge im Happy Meal® werden in **Papier** statt Plastik verpackt.

Start

2019

Wechsel von Ballonhaltern aus Plastik zur **Papier-Variante**.
4er Chicken McNuggets® in **Papiertüten** statt -boxen.

1.999 t

Plastik hat McDonald's Deutschland seit 2019 durch die Umstellung auf plastikfreie und plastikreduzierte Verpackungen bereits eingespart.



Achtloses Wegwerfen: Gib Müll 'nen Korb!

Der Anteil von Produkten im Außer-Haus-Verkauf ist seit Corona angestiegen – und damit leider auch das achtlose Wegwerfen leerer Verpackungen. Wir wollen es unseren Gästen leicht machen, das Richtige für unsere Umwelt zu tun. 2021 haben wir spezielle Müllwurfkörbe unter anderem an McDrive Ausfahrten ausgewählter Restaurants installiert.



Für die Umwelt: Eigenen Becher nutzen

Nachhaltigkeit wird auch für unsere Gäste immer wichtiger. Viele wollen selbst etwas dafür tun – und wir möchten sie gerne dabei unterstützen. Nur ein Beispiel: Seit 2016 können unsere Gäste im McCafé den Kaffee zum Mitnehmen in ihren selbst mitgebrachten, sauberen Becher füllen lassen. Das freut die Umwelt und zahlt sich aus: Der Gast bekommt für seine Mühe 10 Cent Rabatt von uns.



ÜBRIGENS:

Das Frischfaserpapier, das wir in unseren Verpackungen einsetzen, stammt zu 100 Prozent aus nachhaltiger Forstwirtschaft mit PEFC- oder FSC-Zertifikat.

„Wir nutzen unsere Größe, um neue Kreisläufe zu schaffen.“



Diana Wicht

Director Supply Chain, Quality Assurance & Sustainability, McDonald's Deutschland

McDonald's ist auf dem Weg in eine nachhaltigere Zukunft und nimmt Gäste und Lieferant:innen mit auf den Weg. Gefragt sind ebenso innovative wie verlässliche Lösungen. Damit kennt sich Diana Wicht besonders gut aus: Seit 10 Jahren ist sie bei McDonald's Deutschland für das Thema Nachhaltigkeit zuständig, zunächst im Bereich Corporate Responsibility. Seit 2020 ist sie für den Bereich Einkauf, Qualitätssicherung und Nachhaltigkeit verantwortlich. Dort setzt sie sich unter anderem für die Entwicklung nachhaltiger Lieferketten und neuer Verpackungen ein. Im Interview erzählt sie von ersten Erfolgen bei der Plastikvermeidung, neuen Wertstoffkreisläufen und Mehrweg als Chance.

Frau Wicht, weshalb steht das Thema Nachhaltigkeit bei McDonald's derart im Fokus?

Wicht McDonald's ist eine sehr bekannte Marke. Unsere Gäste sagen uns ganz offen, welche Erwartungen sie haben. Das tun Politiker:innen und Stakeholder:innen auch. Aber das Thema kommt nicht nur von außen. Wir haben die Verantwortung, unsere Lieferketten nachhaltig aufzustellen, denn nur so bleiben wir zukunftsfähig.

Von 2019 bis Ende 2021 haben Sie insgesamt 1.999 Tonnen Plastik eingespart. Wie haben Sie das geschafft? Und sind Sie damit zufrieden?

Wicht Vor uns liegt noch ein weiter Weg. Aber wir sind froh über das bisher Erreichte. Aus Plastikrinkhalmen sind Papierhalme geworden. Statt Plastikbesteck verwenden wir Holzlöffel und -gabeln. Auf Deckel aus Kunststoff verzichten wir bei unseren Desserts schon komplett und auch unsere Getränkedeckel gibt es inhouse nur noch auf Nachfrage. McFlurry® und McSundae® verkaufen wir mittlerweile in Pappbechern, die wir gemeinsam mit unseren Getränkebechern recyceln, unter anderem zu Papier für die Bücher im Happy Meal. Das Beispiel zeigt: Wir nutzen unsere Größe, um neue Kreisläufe zu schaffen.

Müll- und Plastikvermeidung ist ein zentraler Aspekt Ihrer Nachhaltigkeitsstrategie. Was sind die nächsten Schritte?

Wicht Natürlich ist die beste Verpackung die, die gar nicht erst anfällt. Deshalb testen wir seit Ende letzten Jahres in ausgewählten Restaurants ein Mehrwegsystem für Getränke und Desserts. Das hilft uns nicht nur, wertvolle Erfahrungen in den operativen Abläufen zu sammeln, sondern auch das Feedback unserer Gäste einzuholen und in die Gestaltung der Mehrwegbecher einfließen zu lassen. Bis Ende dieses Jahres werden die Mehrwegbecher dann in allen Restaurants in Deutschland als Alternative zum Papierbecher eingeführt.

Kinderbuch aus Pappbechern



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 genau diese hier. Seit 2021 führen wir jetzt auch Transportkartonagen einem separaten Recycling zu.



Alle wollen Qualität schmecken



132

Lieferpartner:innen versorgen McDonald's mit Ware.

Die Qualität unserer Rohwaren und Produkte ist für uns nicht verhandelbar – vom Feld bis aufs Tablett. Qualität kann nur in Teamarbeit entstehen. Unsere wichtigsten Partner:innen für Qualität sind unsere 132 Lieferant:innen, darunter viele bekannte Namen wie Agrarfrost, Develey oder Lieken, mit denen wir schon seit Jahrzehnten zusammenarbeiten. **Das sichert die gleichbleibend hohe Qualität unserer Rohwaren.**



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

© Leidenschaft für Kartoffeln: Manfred Wulf, Geschäftsführer von Agrarfrost. Sein Unternehmen ist der größte Pommelielieferant von McDonald's Deutschland.



Manfred Wulf

Geschäftsführer von Agrarfrost

„Unsere Vertragslandwirt:innen in Deutschland **betreiben nachhaltigen Kartoffelanbau in besten Böden.**“



Unser Fisch – zu 100 Prozent aus zertifiziert nachhaltiger Fischerei



Unsere Meeresfrüchte – 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

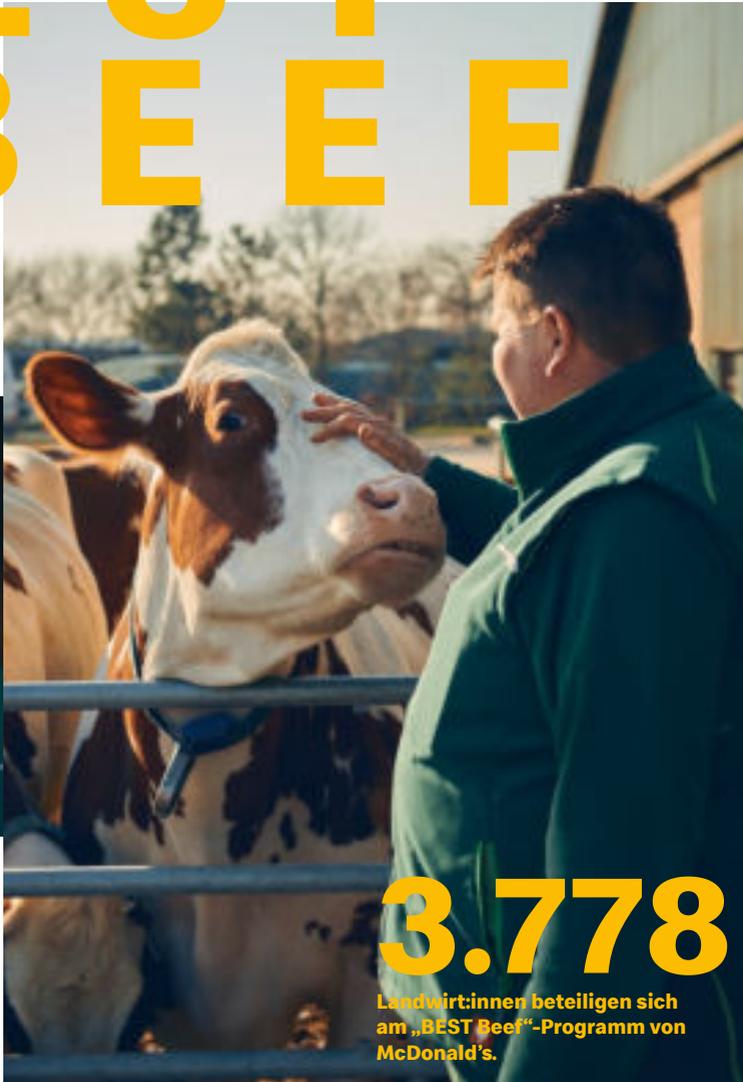
61 %
aus Deutschland

37 %
aus Europa

2 %
aus dem Rest
der Welt

Kartoffeln  71 % aus Deutschland 29 % aus Europa 121.161 t	Rindfleisch  98 % aus Deutschland 2 % aus Europa 40.547 t	Milch  99 % aus Deutschland 1 % aus Europa 21.418 t
Weizenmehl  76 % aus Deutschland 24 % aus Europa 30.384 t	Schweinefleisch  100 % aus Deutschland 4.475 t	Käseerzeugnisse  82 % aus Europa 18 % aus Deutschland 6.893 t
Eier  63 % aus Europa 37 % aus Deutschland 848 t	Hühnerfleisch  74 % aus Europa 26 % aus Deutschland 23.669 t	Salat  65 % aus Europa 27 % aus Deutschland 8 % aus dem Rest der Welt 9.815 t
Tomaten  92 % aus Europa 8 % aus dem Rest der Welt 18.437 t	Salzgurken  100 % aus Deutschland 1.337 t	Kaffee  100 % aus Mittel- und Südamerika 765 t
Zwiebeln  98 % aus Europa 2 % aus dem Rest der Welt 9.146 t	Fisch  100 % aus Nordamerika	

BEST BEEF



© Auch Landwirt Carsten Schmähs aus Wesel (NRW) beteiligt sich am „BEST Beef“-Programm. Sein Hof erfüllt bereits die Halteform 4 (Premium).

3.778

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

„BEST Beef“ steht für „Bündnis für Exzellenz, Sicherheit und Transparenz“ in der Rinderhaltung. McDonald's Deutschland hat dieses Bonusprogramm mit Partner:innen aus Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Wissenschaft entwickelt. Wer am Programm teilnimmt, wird mit einer Prämie und einer Abnahmesicherheit belohnt, muss dafür im Gegenzug aber mehrere Anforderungen erfüllen:

tiergerechte Haltung mit ausreichend Platz und Auslauf sowie einen längeren Verbleib der Tiere am Hof. So wird sichergestellt, dass Tierwohl und Tiergesundheit bei der Milchkuhhaltung verbessert werden. **In den nächsten Jahren werden wir das Programm in Anlehnung an staatliche Labels noch einmal weiterentwickeln.**

„Unsere Gäste wollen wissen, woher unser Fleisch kommt.“

Unsere Gäste lieben uns vor allem für unsere Burger mit Fleisch. Was ist ihnen dabei wichtig? Und was ist mit fleischlosen Angeboten? Wir haben Dr. Christoph Gehrig gefragt, Finanzvorstand und verantwortlich für die Lieferkette von McDonald's Deutschland.

Herr Dr. Gehrig, immer mehr Menschen nehmen sich vor, weniger Fleisch zu essen. Wie reagieren Sie auf diesen Trend?

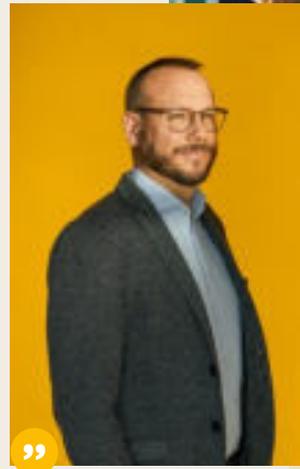
Dr. Gehrig Wir sind in erster Linie ein Burger-Restaurant. Unsere Gäste lieben unsere Klassiker wie Cheeseburger, Big Mac® und Hamburger Royal TS®. Wer Lust auf Fleischlos hat, der findet bei uns den Fresh Vegan TS. Pommes gehen natürlich auch immer. Und zum Nachtisch gibt's seit kurzem eine vegane McFlurry-Kombination.

Reicht das Ihren Gästen?

Dr. Gehrig Aktuell ja. Aber wir arbeiten weiter an fleischlosen Alternativen. Es gibt noch andere Aspekte, die unseren Gästen wichtig sind.

Was genau meinen Sie damit? Was erwarten Ihre Gäste?

Dr. Gehrig An erster Stelle erwarten sie den typischen McDonald's Geschmack. Darüber hinaus ist Glaubwürdigkeit und Transparenz wichtig. Unsere Gäste wollen wissen, wo unsere Waren herkommen. Qualität und Herkunft spielen dabei eine große Rolle. 98 Prozent unseres Rindfleisches stammten 2021 aus Deutschland. Darüber hinaus arbeiten wir mit unseren Partner:innen eng zusammen, um unser „BEST Beef“-Programm weiterzuentwickeln.



Dr. Christoph Gehrig

Vorstand Finanzen, McDonald's Deutschland



WENIGER IS(S)T MEHR

Wir bieten nur Fleisch von Hähnchen an, die mit gentechnisch unveränderten Futtermitteln aufgezogen wurden. Das vegetarische Futter der Masthähnchen beinhaltet nur Soja aus europäischem Anbau oder ist RTRS/ProTerra zertifiziert. Das Futter unserer deutschen Legehennen besteht sogar vollständig aus Donau-Soja und Europa-Soja, welches durch den kontrollierten Anbau in Europa die Entwaldungsfreiheit garantiert.



Better 

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

100%

der Eier für unser Frühstücksangebot beziehen wir seit 1999 aus Freilandhaltung. Seit 2018 sogar sämtliche Eier – auch für Saucen und Dips.



KLIMA-SCHUTZ:



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 CO₂-Reduktionsziele an, um den globalen Temperaturanstieg unter 1,5 Grad zu halten. Eine gewaltige Aufgabe, die wir nur zusammen meistern können – wir von McDonald's und unsere Lieferpartner:innen.

Denn der Großteil der durch uns verursachten CO₂-Emissionen – fast 90 Prozent – entsteht bei der Erzeugung unserer Lebensmittelprodukte in der Landwirtschaft und bei der Verarbeitung unserer Rohwaren. Mit Maßnahmen wie bspw. unserem „BEST Beef“-Programm verkleinern wir unseren CO₂-Fußabdruck gemeinsam mit unseren Partner:innen aus der Landwirtschaft. Auch bei der Herstellung unserer Verpackungen wird CO₂ freigesetzt. Mit der kontinuierlichen Reduktion und dem Wechsel auf nachhaltigere Materialien leisten wir zudem einen konkreten Beitrag zum Klimaschutz.

Vegan & klimafreundlich im Menü

Immer mehr Menschen verzichten unter anderem auf Fleisch oder tierische Produkte, um ihren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Egal aus welchem Grund: Für Flexitarier:innen, Vegetarier:innen und Veganer:innen gibt es bei uns veganen Genuss im Menü.



Fresh Vegan TS
Herzstück des veganen Burgers ist das Patty mit 100 Prozent europäischem Soja-Protein. Der Burger mit echtem McDonald's Geschmack hat sich auf der Speisekarte fest etabliert.



Pommes Frites
Das beliebte McDonald's Produkt ist seit jeher vegan.

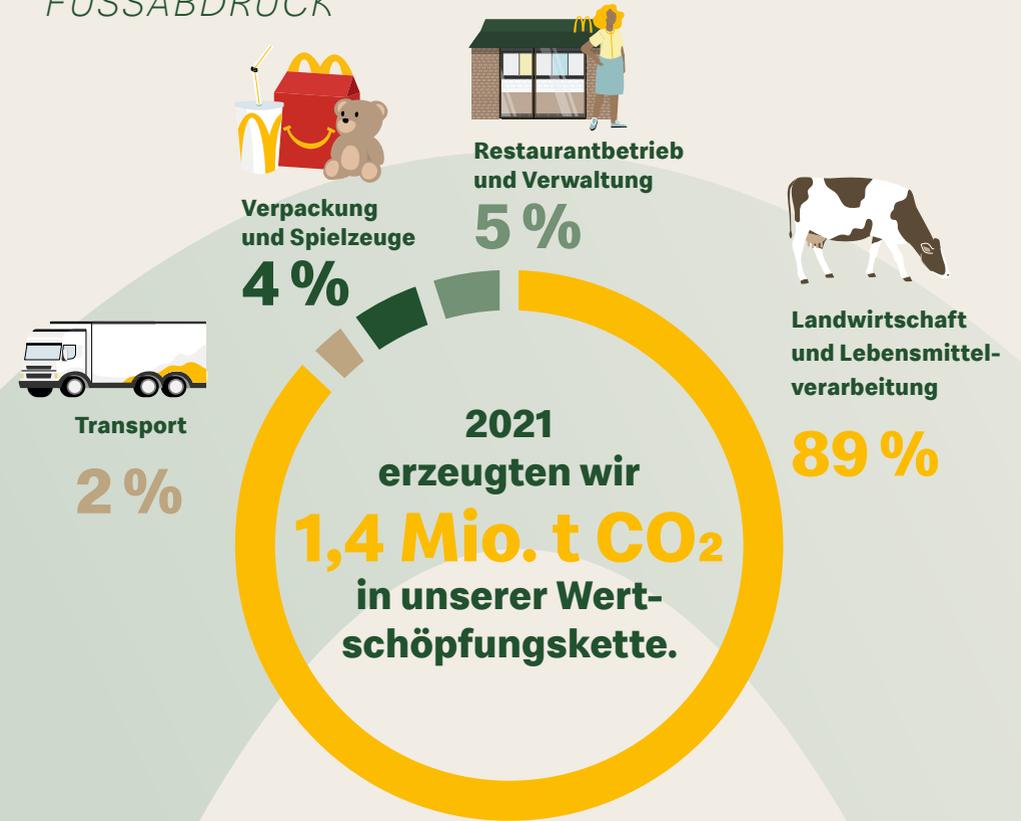


McFlurry Schoko Vegan Katjes*
Von Fans sehlichst erwartet: die vegane Schoko McFlurry Kombination mit wechselnden Toppings.



Coca-Cola
Softdrinks wie Coca-Cola werden vor Ort gemischt. Das spart Verpackung und Transporte. Klimaschonend.

UNSER CO₂-FUSSABDRUCK



RICHTUNG ZUKUNFT

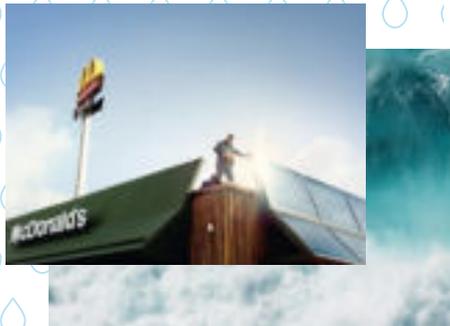
Unser globales Klimaziel

KLIMANEUTRAL BIS 2050

in den Restaurants und der Lieferkette.

In nahezu allen Restaurants: 100 Prozent Ökostrom

Seit 2014 betreiben wir nahezu alle unsere Restaurants mit 100 Prozent Ökostrom aus Wasserkraft. Unser zertifiziertes Energiemanagement-System hilft uns, den Stromverbrauch von Restaurants und Verwaltung immer weiter zu senken.

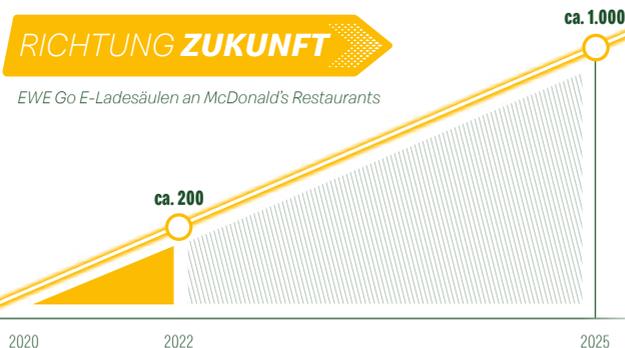


E-Mobilität: ca. 1.000 Ladesäulen bis 2025

Elektromobilität schont unser Klima. Wir möchten unsere Größe nutzen, um Elektromobilität in Deutschland voranzutreiben. Gemeinsam mit unserem Partner EWE Go bauen wir seit Ende 2020 das Schnellladernetz aus. Dabei nutzen wir unsere deutschlandweite Abdeckung mit McDonald's Restaurants. Wir stellen den nötigen Raum zur Verfügung, EWE Go verantwortet Aufbau und Betrieb der Schnellladesäulen. Natürlich laden E-Autos bei McDonald's Ökostrom. Bis 2025 sollen die Säulen an rund 1.000 McDrive Standorten stehen.

RICHTUNG ZUKUNFT

EWE Go E-Ladesäulen an McDonald's Restaurants



Better 
Mehr Informationen unter
© bettermcdonalds.de

Das schmeckt DEM KLIMA

Mit oder ohne Gürkchen? Das überlassen wir unseren Gästen. Wichtig für uns ist: Diese Salzgurken schmecken dem Klima. Denn unser Lieferpartner Develey legt größten Wert auf Klimaschutz. Bereits seit mehr als einem halben Jahrhundert beliefert das Familienunternehmen McDonald's Deutschland mit Saucen, Dips und Salatdressing. Und auch die Gurken für die Burger kommen von Develey, genauer gesagt: aus dem größten zusammenhängenden Gurkenanbaugelände Europas in Niederbayern. Die Produktion am Standort Dingolfing liegt direkt um die Ecke.

Regionalität spielt 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 und Photovoltaik investiert und konsequent klimaschädliche Emissionen reduziert“, erklärt Michael Durach. Seit 2020 sind alle 5 deutschen Develey-Standorte – gemäß dem Dreiklang Vermeiden, Reduzieren, Ausgleichen – klimaneutral.



© Develey setzt auf erneuerbare Energien. Das Holzhackschnitzelwerk in Dingolfing deckt seit 2012 den gesamten Wärmebedarf des Standorts.

Michael Durach

CEO Develey
Senf & Feinkost

„Unsere Philosophie ist seit jeher, unser Unternehmen nicht nur wettbewerbs-, sondern vor allem auch vererbungs-fähig zu führen.“

Develey
SENF & FEINKOST

McDONALD'S GIBT ALLEN EINE CHANCE



Unsere Gesellschaft ist bunt und vielfältig – und genauso sind wir bei McDonald's. Herkunft, Alter, Geschlecht, Bildungsabschluss oder sexuelle Orientierung spielen für uns keine Rolle. Wir verstehen uns als Chancengeber, der sich selbst ständig weiterentwickelt. Und geben allen die Möglichkeit, mit uns zu wachsen.

Dafür bieten wir unterschiedliche Karrierewege an: eine duale oder berufsbegleitende Ausbildung, ein duales Studium und ganz viele Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, die zu persönlichen Bedürfnissen passen. Damit alle, die wollen, es ganz nach oben schaffen können. **2022 wollen wir noch mehr in Schulungen und Trainings investieren.**

Zwei Freunde auf dem Weg nach oben

Adam Adam, im Sudan geboren, kam vor gut 5 Jahren mit seinem Onkel nach Deutschland. In kurzer Zeit entwickelte er sich weiter vom schüchternen Praktikanten zum Schichtleiter mit Führungsverantwortung. Samir Mohamad lebt seit 1986 in Deutschland. Politische Gründe zwangen seine Familie, aus Syrien zu fliehen. Heute leitet er ein McDonald's Restaurant in Bad Pyrmont. Adam und Samir unterstützen darüber hinaus Geflüchtete, um ihnen eine Chance im Leben zu geben, die sie selbst ebenfalls erhalten und genutzt haben. Die beiden Freunde stehen beispielhaft für viele Menschen, die bei uns arbeiten – und Karriere machen.



Adam
„Das ist das Besondere an McDonald's: Es gibt einen starken Teamzusammenhalt. Wir helfen uns gegenseitig. Auch die Gäste gehören zur Familie. Die Stammgäste habe ich ins Herz geschlossen.“

Mehr über Adam und Samir im Podcast von McDonald's unter podcast.mcdonalds.de

Samir
„Für mich ging's auf der Karriereleiter schnell nach oben. Das Management hat meine Talente gesehen und gefördert. Auch deshalb will ich hierbleiben. Weil es bei McDonald's immer weitergeht.“

36.000 h

So viele Seminarstunden absolvierten insgesamt 6.000 Teilnehmer:innen 2021 an der Hamburger University, dem Ausbildungszentrum von McDonald's Deutschland in München.

Daten & Fakten zu den Mitarbeiter:innen in den firmeneigenen Restaurants



Better McDonald's
Mehr Informationen unter bettermcdonalds.de

22 %
Teilzeitbeschäftigte



114
Nationalitäten



49,5 %
Vollzeitbeschäftigte



47 %
Frauen in Führungspositionen



77
Mitarbeiter:innen mit Handicap



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

1.474
Azubis in drei Ausbildungswegen*

Global haben wir uns das Ziel gesetzt, bis 2030 gleichmaßen Frauen und Männer in Top-Führungspositionen zu beschäftigen.

*in allen Restaurants, Stand 31.12.2020

MITGLIED DER
charta der vielfalt
Für Diversity in der Arbeitswelt

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



Sandra Mühlhause

Vorständin Personal
McDonald's Deutschland

„Für uns ist es wichtig, nicht nur zu reden, sondern zu handeln – sich zu ‚Diversity, Equity & Inclusion‘ auch öffentlich zu bekennen und Solidarität in die Gesellschaft zu tragen.“



Unsere Franchise-Nehmer:innen

Engagierte Nachbar:innen



73%
engagieren sich für die McDonald's Kinderhilfe Stiftung.

84%

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



89%
engagieren sich für lokale Sportvereine.



83%
beschäftigen Menschen mit Handicap.



66%
unterstützen lokale Abfall-Sammelaktionen.

89%
bieten integrative Maßnahmen für Mitarbeiter:innen mit Migrationshintergrund.



91%
machen mehr Müllsammelrundgänge als vorgeschrieben.

Online-Befragung der McDonald's Franchise-Nehmer:innen Feb. 2022, N = 110

Ukraine: Hilfe für Geflüchtete



Bei McDonald's glauben wir an das Miteinander von Menschen und treten dafür ein. McDonald's Deutschland, seine Franchise-Nehmer:innen und Mitarbeiter:innen unterstützen geflüchtete Ukrainer:innen mit bundesweiten und vielen lokalen Aktionen. Etwa 2.000 Jobs in deutschen McDonald's Restaurants konnten sofort für Geflüchtete zur Verfügung gestellt werden. Ergänzt durch begleitende, kostenlose Deutschkurse und die lokale Hilfe unserer Franchise-Nehmer:innen, zum Beispiel mit Wohnangeboten oder Job-Patenschaften, engagieren wir uns für eine schnelle und effektive Integration mit Zukunftsperspektive.



GEMEINSCHAFT

bringt uns alle voran



© Franchise-Nehmer Dominik Neiss (Mitte) mit Sportlern des Lauf- und Triathlon-Vereins Erfurt.

Unsere 199 Franchise-Nehmer:innen geben McDonald's Deutschland vor Ort ein Gesicht. Sie alle verbindet ein gemeinsames Anliegen: Sie wollen der Gesellschaft etwas zurückgeben. Die große Mehrheit macht sich stark für die McDonald's Kinderhilfe Stiftung. Und fast alle engagieren sich vor der eigenen Haustür. Das Engagement ist so vielfältig wie die Menschen, die dahinterstehen. Ein gutes Beispiel ist Dominik Neiss, der 7 Restaurants in der Region Erfurt betreibt.

Als Präsident des Lauf- und Triathlon-Vereins Erfurt fördert er junge Sportler:innen und sponsert den McDonald's Fußballcup für Kinder in Erfurt. Außerdem arbeitet er als ehrenamtlicher Richter am Arbeitsgericht Erfurt und als Vorstandsvorsitzender im Bildungswerk der Thüringer Wirtschaft e. V. „Mein Engagement ist Herzenssache“, sagt er und spricht damit vielen Franchise-Nehmer:innen aus dem Herzen.



Markus Weiß

Sprecher McDonald's Deutschland

„McDonald's steht für seine Werte ein, denn wir wollen der Gesellschaft etwas zurückgeben.“



McDonald's als Sponsor Starke Aktion für Vereine

Zusammenhalt und Gemeinschaft stehen bei McDonald's an erster Stelle, auch in Krisenzeiten wie der Corona-Pandemie. Corona hat gerade die Vereine hart getroffen. Für sie startete McDonald's 2021 die Aktion #50for50. Vereine konnten sich für eine langfristige Förderung bewerben, beispielsweise für den sportlichen Nachwuchs. Der Schwimmclub „SC Chemnitz von 1892 e.V.“ sicherte sich den Zuschlag. Das Geld, das der Schwimmclub in den nächsten Jahren von seinem Sponsor McDonald's erhält, kommt ausnahmslos den Kindern des Clubs zugute.

Genuss mit VERANT- WORTUNG

2.862 t

Obst wurde 2021 im Happy Meal verarbeitet.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, das Angebot für unsere kleinen (und großen) Gäste ausgewogen zu gestalten, und versuchen, den Anteil von Zucker oder Salz bestmöglich zu reduzieren. Als Familienrestaurant liegt uns gerade die Ernährung der Jüngsten sehr am Herzen. Deshalb haben wir für unsere kleinen Gäste auch eine besondere Verantwortung. **So enthält das Happy Meal seit 2014 neben Hauptspeise, Beilage und Getränk immer auch ein Fruchtprodukt. Zudem stehen drei Bio-Produkte zur Auswahl: Bio Apfeltüte, Bio Schorle Apfel-Birne, Bio McFrezzy Erdbeere-Banane.**



Better 
Mehr Informationen unter
bettermcdonalds.de

Werbung braucht 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 13 Jahren in TV, Print, online und in den sozialen Medien auszustrahlen, wenn diese nicht den festgelegten Ernährungskriterien entsprechen. Die Bewerbung unserer Produkte in und um Schulen ist für uns ebenfalls ein Tabu.

6,7 Mio.

Bücher haben wir 2021 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.



Zuhause auf Zeit

Wenn Kinder schwer erkranken, brauchen sie die Nähe und den Beistand ihrer Eltern und Geschwister. Umso mehr, wenn sie weit weg von daheim in einer Spezialklinik behandelt werden. Genau hier hilft die McDonald's Kinderhilfe Stiftung.

In ganz Deutschland betreibt sie derzeit 22 Ronald McDonald Häuser in der Nähe von Krankenhäusern. Betroffene Familien finden dort ein Zuhause auf Zeit. Außerdem unterhält die Stiftung 6 Ronald McDonald Oasen in Spezialkliniken. In den Oasen können die kleinen Patient:innen zwischen den Behandlungen mit Eltern und Geschwistern Kraft tanken.



Kraft schöpfen für Frieda

Mit 13 Jahren wird bei Frieda ein Tumor im Oberschenkel festgestellt. Während der stationären Behandlung finden ihre Eltern ein liebevolles und ruhiges Zuhause auf Zeit: das Ronald McDonald Haus in Berlin-Buch. „Nach den anstrengenden Tagen auf der Station konnte ich hier wieder Kraft schöpfen“, erinnert sich Friedas Mutter Annett Stettler, die den Austausch mit anderen Müttern im Haus sehr genossen hat.

Nähe schenken



6,3 Mio. EURO

spendete McDonald's zusammen mit seinen Franchise-Nehmer:innen, Lieferpartner:innen und Gästen 2021 an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung.



5.565

Familien wohnten 2021 in den Ronald McDonald Häusern in der Nähe ihrer kranken Kinder.

2.030

Familien nutzten 2021 die Ronald McDonald Oasen zum Entspannen und Spielen in der Klinik.



22

Ronald McDonald Häuser.



6

Ronald McDonald Oasen in Spezialkliniken.

» Marcus Lettschulte

Stiftungsratsvorsitzender der McDonald's Kinderhilfe Stiftung, Vice President Legal & General Counsel McDonald's Deutschland

„Wir sind immer wieder begeistert, wie sehr uns die Gäste mit ihren Spenden helfen.“

» Adrian Köstler

Vorstand der McDonald's Kinderhilfe Stiftung

„Was uns besonders freut: der persönliche Einsatz der McDonald's Mitarbeiter:innen für unsere Stiftung.“



Better

Mehr Informationen unter
☎ bettermcdonalds.de

IMPRESSUM

Redaktion

McDonald's Deutschland LLC
Sustainability: Diana Wicht,
Daniel Neusser, Anne Zurek
Corporate Affairs: Markus Weiß,
Tanja Rötger, Katharina Müller,
Ramona Steer

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
bettermcdonalds.de

Pressekontakt: presse@mcDonalds.de



CoffeeCup
PAPER
100% GROSSHANDEL

WRIN: 96703-034

