

# DATEN & FAKTEN

**MCDONALD'S  
DEUTSCHLAND**

**NACHHALTIGKEITSBERICHT 2016 KOMPAKT**

# INHALTSVERZEICHNIS

---

**3 1. ÜBER DIESEN BERICHT**

---

**4 2. ÜBER McDONALD'S DEUTSCHLAND**

---

- 4 Marktposition
- 4 Restaurants
- 5 Corporate Governance
- 6 Gesellschaftliches Engagement

---

**7 3. UNSER ESSEN UND SEINE HERKUNFT**

---

- 7 Lieferanten
- 7 Rohwaren
- 9 CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unserer Lieferkette
- 9 BEST-Programme
- 10 Gütesiegel
- 11 Produktqualität und -sicherheit
- 11 Gästedialog
- 13 Happy Meal

---

**14 4. UMWELTMANAGEMENT IM UND UM DAS RESTAURANT**

---

- 14 CO<sub>2</sub>-Fußabdruck
- 15 Energieverbrauch Restaurants
- 16 Logistik
- 17 Verpackungen
- 17 Abfall und Recycling

---

**19 5. MENSCHEN BEI MCDONALD'S**

---

- 19 Mitarbeiter
- 20 Vielfalt und Chancengleichheit
- 21 Berufsausbildung und Studium
- 21 Training und Weiterbildung
- 22 Arbeitssicherheit
- 22 Entlohnung

---

**23 6. BEGLEITENDE ERLÄUTERUNGEN**

---

**30 7. GRI-INHALTSINDEX**

---

**34 8. PRÜFBESCHEINIGUNG KPMG**

---

**37 9. IMPRESSUM**

---

# ÜBER DIESEN BERICHT

## BERICHTSZEITRAUM UND -PROFIL

McDonald's Deutschland aktualisiert und veröffentlicht seine Nachhaltigkeitsdaten jährlich. Die vorliegende „Daten & Fakten“-Beilage stellt unsere wichtigsten Fortschritte und Zahlen aus 2016 vor. Sie ergänzt den in gedruckter Form in allen Restaurants ausliegenden McDonald's Deutschland Nachhaltigkeitsbericht 2016 kompakt. Alle zwei Jahre erstellen wir einen vollständigen Nachhaltigkeitsbericht, der letzte erschien zum Berichtsjahr 2015.

Der vorliegende kompakte Nachhaltigkeitsbericht 2016 inklusive der „Daten & Fakten“-Beilage wurde in Übereinstimmung mit den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI G4) erstellt. Die wichtigsten Kennzahlen wurden von der KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft.

2015 gab McDonald's Deutschland erstmalig eine Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex ab. Wir werden diese alle zwei Jahre aktualisieren.

Alle Angaben in diesem Dokument beziehen sich auf die von McDonald's Deutschland selbst betriebenen Restaurants, auf alle Restaurants in Deutschland und Luxemburg, die von Franchise-Nehmern betrieben werden, sowie die Verwaltung von McDonald's Deutschland. Sollte dies nicht der Fall sein, ist das entsprechend gekennzeichnet. Im Interesse der Leserfreundlichkeit verzichten wir im Text auf geschlechtsbezogene Dopplungen sowie auf die Benennung der Rechtsform der Unternehmen.

---

**GRI-Indikatoren:**

G4-28, G4-29, G4-30, G4-32,  
G4-33

# ÜBER McDONALD'S DEUTSCHLAND

## MARKTPosition

Die McDonald's Deutschland LLC, Zweigniederlassung München, führt einen der größten Märkte innerhalb der weltweiten McDonald's-Organisation. Insgesamt beschäftigten McDonald's Deutschland und seine Franchise-Nehmer im Geschäftsjahr 2016 rund 58.000 Mitarbeiter. Das Unternehmen erzielte dabei einen Nettoumsatz von 3,2 Milliarden Euro. Unter das Dach von McDonald's Deutschland LLC fallen auch die aktuell zehn Restaurants in Luxemburg. Täglich besuchen rund 2,3 Millionen Gäste die 1.480 Restaurants in Deutschland und Luxemburg. In Deutschland ist McDonald's mit einem Marktanteil von rund 25 Prozent klarer Marktführer in der Systemgastronomie<sup>1</sup>. Im Berichtszeitraum haben sich keine wesentlichen Veränderungen hinsichtlich Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnissen bei McDonald's Deutschland ergeben.

---

### GRI-Indikatoren:

G4-3, G4-4, G4-5, G4-6,  
G4-7, G4-8, G4-9, G4-10, G4-13,  
G4-17, G4-23, G4-EC1

## RESTAURANTS

Zum Ende des Geschäftsjahres 2016 gab es in Deutschland 1.470 Restaurants unterschiedlicher Größen und in verschiedenen Lagen. Davon wurden 1.313, also 89 Prozent, von Franchise-Nehmern betrieben. In Luxemburg gab es zehn Restaurants, die von einem Franchise-Nehmer betrieben werden.

---

### GRI-Indikatoren:

G4-4, G4-5, G4-6, G4-7, G4-8,  
G4-9, G4-13, G4-17

---

T1: **Entwicklung Restaurants in Deutschland**

	2012	2013	2014	2015	2016
Anzahl Restaurants in Deutschland	1.440	1.468	1.477	1.478	1.470
Anzahl McCafé in Deutschland	817	847	862	859	852

Im Sommer 2016 startete McDonald's Deutschland den flächendeckenden Umbau seiner Restaurants. Bis Ende 2019 wird die Mehrzahl der Restaurants in Deutschland nach dem Konzept „Restaurant der Zukunft“ umgerüstet. Zum Redaktionsschluss dieser Beilage (31.05.2017) gab es bereits 328 „Restaurants der Zukunft“ in Deutschland. Das Konzept zeichnet sich durch zahlreiche Neuigkeiten aus: Die Gasträume werden in modernen und frischen Designs gestaltet. Mit dem Playland und digitalen Spielmöglichkeiten gehen wir besonders auf die Bedürfnisse von Familien ein. In den Restaurants der Zukunft gibt es verschiedene Bestellpunkte: am Front-Counter, an den neuen digitalen Bestellterminals, den sogenannten Kiosken, oder bei einem Service-Mitarbeiter mit Tablet-PC. Alle Produkte werden erst nach Eingang der Bestellung zubereitet. Der Gast hat zudem die Möglichkeit, den Tischservice zu nutzen und sich die Speisen an den Sitzplatz bringen zu lassen.

<sup>1</sup>DEHOGA: „Systemgastronomie in Deutschland 2017.“

## CORPORATE GOVERNANCE

Vorstandsvorsitzender und Präsident der McDonald's Deutschland LLC ist Holger Beeck. Stellvertretender Vorstandsvorsitzender sowie Vorstand Finanzen ist Marcus Almeling. Seit 01. April 2016 ist Gabriele Fanta Vorstand Personal, zum gleichen Zeitpunkt wurde Willi Palm als Vorstand Regionen und Operations berufen. Vorstand Marketing ist seit dem 01. November 2016 Susan Schramm.

**GRI-Indikatoren:**  
G4-34 & LA12

Insgesamt waren zum 31.12.2016 238 Franchise-Nehmer im System. Davon waren 198 Männer und 40 Frauen. 57 Franchise-Nehmer sind bereits in zweiter Generation tätig. Im Durchschnitt betreibt ein Franchise-Nehmer 5,6 Restaurants.

Die Kommunikation und die strategische Abstimmung zwischen der Unternehmensführung der McDonald's Deutschland LLC und den Franchise-Nehmern in Deutschland erfolgen über Ausschüsse. Die Franchise-Nehmer werden dabei durch einen Franchise-Nehmer-Beirat (Franchisee Leadership Council, FLC) vertreten. Die Arbeit der Geschäftsführung und des Franchisee Leadership Council wird unterstützt durch das Leadership Team (LST), in dem die Direktoren aller Fachbereiche vertreten sind.

T2: **Zusammensetzung der Führungsgremien** (2016)



	Geschäftsführung <sup>2</sup>	Franchisee Leadership Council (FLC)	Leadership Team (LST)
Männer	60 %	80 %	87 %
Frauen	40 %	20 %	13 %
unter 30	0 %	0 %	0 %
30-50	80 %	40 %	80 %
über 50	20 %	60 %	20 %
Deutsche Staatsbürger	100 %	87 %	100 %
EU-Staatsbürger	0 %	13 %	0 %
Außerhalb EU	0 %	0 %	0 %

<sup>2</sup> Bezieht sich auf die ortsansässigen Vorstände der McDonald's Deutschland LLC, Zweigniederlassung München.

## GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

### McDonald's Kinderhilfe Stiftung

Die McDonald's Kinderhilfe Stiftung finanziert sich zum überwiegenden Teil aus den Spenden der McDonald's Deutschland LLC, seiner Franchise-Nehmer und Lieferanten sowie der Gäste in den McDonald's Restaurants. Deutschlandweit betreibt die McDonald's Kinderhilfe Stiftung unter anderem 22 Ronald McDonald Häuser und sechs Ronald McDonald Oasen. Dort konnten 2016 rund 14.800 Familien ihren schwer kranken Kindern nahe sein, während diese in einer Klinik behandelt werden mussten.

Im Jahr 2016 konnte bei der von McDonald's Deutschland zugunsten der Kinderhilfe ausgerichteten Benefiz-Gala eine Rekord-Spendensumme von über 1,6 Millionen Euro erzielt werden. Bei der Trostpflaster-Charity-Aktion wurden während des Aktionszeitraums vom 22.09.2016 bis 12.10.2016 in den McDonald's Restaurants in Deutschland und Luxemburg über eine Million Pflasterbriefe verkauft. Der Reinerlös von 84 Cent pro Stück (Verkaufspreis nach Abzug der MwSt.) kommt direkt der McDonald's Kinderhilfe Stiftung zugute.

**GRI-Indikatoren:**  
G4-SO1

T3: **Spenden an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung** (in tausend Euro)

	2012	2013	2014	2015	2016
McDonald's Deutschland, Franchise-Nehmer und Lieferanten	3.405	3.449	3.241	3.201	3.296
Spendenhäuschen in Restaurants	2.825	2.810	2.996	3.041	3.214
Benefiz-Gala	1.352	921	911	923	1.604
Charity-Aktion (Helfende Hände, Trostpflaster)	751	921	974	1.296	961
Spenden McDonald's Deutschland gesamt	8.333	8.101	8.122	8.461	9.075

### McDonald's Fußball-Eskorte und Olympics Kids

Gemeinsam mit den anderen europäischen McDonald's-Märkten sandten wir 1.122 Kinder für die McDonald's Fußball Eskorte zu den 51 Spielen der UEFA EURO 2016™ vom 10. Juni bis 10. Juli 2016 in Frankreich. McDonald's Deutschland machte für 29 Kinder einen Traum wahr und sie durften die Spieler der Deutschen Fußballnationalmannschaft zu Spielbeginn aufs Spielfeld begleiten. Bundesweit hatten sich über 2.000 junge Fußballfans zwischen sechs und zehn Jahren online mit ihrer Lieblings-Fußballhymne per Video beworben.

McDonald's engagiert sich seit 1976 weltweit als Offizieller Sponsor der Olympischen Spiele. Unter dem Motto „The Spirit of Friendship“ ermöglichte McDonald's 2016 insgesamt 100 Kindern aus 20 verschiedenen Ländern bei der Eröffnungsfeier des größten Sportereignisses der Welt dabei zu sein. Für Deutschland durften am 5. August zwei Kinder aus Hamburg als Olympics Kids aktiv an der Eröffnungsfeier bei den Olympischen Spielen 2016 in Rio de Janeiro teilnehmen. Insgesamt hatten sich aus Deutschland über 80 Kinder zwischen acht und 12 Jahren beworben.

# UNSER ESSEN UND SEINE HERKUNFT

## LIEFERANTEN

2016 haben wir insgesamt 827 verschiedene Lebensmittel- und Verpackungsprodukte von 136 verschiedenen Lieferanten bezogen. McDonald's setzt dabei auf partnerschaftliche und langfristige Geschäftsbeziehungen. 79 Prozent unseres Einkaufsvolumens kommen von 30 Lieferanten, mit denen wir seit über 20 Jahren zusammenarbeiten. Darunter sind zahlreiche bekannte Markenhersteller, wie zum Beispiel Develey, Bonduelle, Lieken oder Hochland.

Um die hohen Qualitätsstandards in unserer Lieferkette für unsere Gäste transparenter zu machen, haben wir 2016 eine Kampagne gestartet. Unter dem Motto „Die McDonald's-Qualitätskette“ stellen wir unsere wichtigsten Lieferanten und ihre Arbeit für McDonald's vor. <https://www.mcdonalds.de/qualitaet/qualitaetskette>

### GRI-Indikatoren:

G4-12, G4-EC9

## ROHWAREN

Wir beziehen den Großteil unserer Rohwaren aus Deutschland. Das zahlt sich positiv auf die Frische unserer Zutaten aus und unterstützt die Landwirtschaft in Deutschland. Kurze Transportwege schonen dabei die Umwelt. Besonders bei Rohwaren, die wir von außerhalb Europas beziehen, setzen wir auf etablierte Gütesiegel, um die Einhaltung wichtiger ökologischer und sozialer Anforderungen sicherzustellen.

2016 haben wir 64 Prozent unserer Rohwaren aus Deutschland bezogen. 32 Prozent kamen aus der EU, vier Prozent aus weiteren Ländern außerhalb der EU.

### GRI-Indikatoren:

G4-EN1, G4-EC9, G4-FP9

T4: **Herkunft eingesetzter Rohwaren 2016** (in Prozent)



Rohwaren aus	Deutschland	EU (ohne Dtl.)	Rest der Welt
Kartoffeln	77%	23%	0%
Rindfleisch	93%	7%	0%
Weizenmehl (für Produktherstellung)	90%	10%	0%
Milch (inkl. Menge für Shakes & Sundaes)	98%	2%	0%
Tomaten (inkl. Menge für Ketchup & Saucen)	0%	94%	6%
Hähnchenfleisch	19%	60%	21%
Öl (für Fritteusen und Produktherstellung)	32%	67%	1%
Salat	32%	66%	2%
Zwiebeln	0%	98%	2%
Zucker (für Portionspackungen und Produktherstellung)	51%	48%	1%
Schweinefleisch	89%	11%	0%
Käse (inkl. Schmelzkäsezubereitung)	43%	45%	12%
Gurken	95%	5%	0%
Äpfel	17%	76%	7%
Orangen	0%	0%	100%
Eier (für Frühstücksprodukte)	100%	0%	0%
Kaffee	0%	0%	100%
Fisch	0%	39%	61%
Kirschen	0%	57%	43%
Bananen	0%	0%	100%
Shrimps	0%	0%	100%

T4: **Herkunft eingesetzter Rohwaren 2016** (in Prozent)

Rohwaren aus	Deutschland	EU (ohne Dtl.)	Rest der Welt
Erdbeeren	39%	0%	61%
Paprika	0%	100%	0%
Quinoa	0%	0%	100%
<b>Summe</b>	<b>64%</b>	<b>32%</b>	<b>4%</b>

Normalerweise beziehen wir unseren Salat in den Wintermonaten aus den südwestlichen Regionen von Europa, wie Italien und Spanien. Aufgrund der schlechten Wettersituation im Winter 2016/2017 und der dadurch bedingten Ernteausfälle, mussten wir zeitweise Salat aus Tunesien sowie aus den USA einkaufen.

T5: **Menge eingesetzter Rohwaren 2016** (in Tonnen)

Rohwaren	Menge
Kartoffeln	116.964
Rindfleisch	36.673
Weizenmehl (für Produktherstellung)	33.175
Milch (inkl. Menge für Shakes & Sundaes)	27.182
Tomaten (inkl. Menge für Ketchup & Saucen)	22.150
Hähnchenfleisch	20.091
Öl (für Fritteusen und Produktherstellung)	17.071
Salat	10.357
Zwiebeln	10.081
Zucker (für Portionspackungen und Produktherstellung)	9.698
Schweinefleisch	6.585
Käse (inkl. Schmelzkäsezubereitung)	6.082
Gurken	4.490
Äpfel	3.475
Orangen	2.884
Eier (für Frühstücksprodukte)	1.644
Kaffee	1.526
Fisch	1.066
Kirschen	768
Bananen	719
Shrimps	341
Erdbeeren	252
Paprika	149
Quinoa	64
<b>Summe</b>	<b>333.487</b>



## CO<sub>2</sub>-FUSSABDRUCK UNSERER LIEFERKETTE

Der größte Teil unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks entsteht mit 87 Prozent bei der Erzeugung unserer Rohwaren in der Landwirtschaft und der anschließenden Lebensmittelverarbeitung, insbesondere bei allen Produkten tierischen Ursprungs (siehe Seite 14). Wir arbeiten mit unseren Lieferanten intensiv daran, die klimaschädlichen Emissionen in unserer Lieferkette zu senken.

Seit Juli 2017 kommen unsere für alle Frühstücksprodukte genutzten frischen Eier nur noch von Legehennen, die mit Soja aus zertifiziert nachhaltigem Anbau aus Europa gefüttert werden. Damit sparen wir Transportwege und stellen sicher, dass der Sojaanbau im Einklang mit der Natur stattfindet. Darüber hinaus unterstützen wir die Landwirtschaft in Europa. Die Eier für unsere Frühstücksprodukte kommen zudem seit 1999 aus Freilandhaltung.

Rund zwei Drittel unseres Rindfleischs stammten 2016 von Milchkühen. Das restliche Drittel stammte größtenteils von Jungbulln und zu einem kleinen Teil von Färsen. Die überwiegende Nutzung von Milchkühen zur Rindfleischverarbeitung hat den Vorteil, dass der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck sich auf Milch und Fleisch verteilt und damit geringer ist als bei Mastbulln. Diese werden ausschließlich für die Fleischproduktion gehalten und nach 18 bis 24 Monaten geschlachtet. Milchkühe leben etwa vier bis fünf Jahre und geben davon rund 3 Jahre Milch, bevor sie geschlachtet werden. Basis für die Milchproduktion ist die Geburt eines Kalbes. Über unser BEST Beef-Programm fördern wir unter anderem die Langlebigkeit von Milchkühen.

## BEST-PROGRAMME

Unter dem Dach unseres BEST-Programms arbeiten wir daran, die konventionelle Tierhaltung schrittweise nachhaltiger zu machen. McDonald's Deutschland hat das auf die Zukunft ausgerichtete „Bündnis für Exzellenz, Sicherheit und Transparenz“ (BEST) bereits vor einigen Jahren ins Leben gerufen. Der Grundgedanke ist einerseits, mit der Landwirtschaft in Deutschland bereits heute so zusammenzuarbeiten, dass wir auch in vielen Jahren noch die Rohwaren, die wir für unsere Produkte benötigen, in ausreichender Menge und in gleichbleibend hoher Qualität beziehen können. Andererseits spielen ökologische Fragen im Landbau und die Frage nach einer Nutztierhaltung, die dem Tierwohl und den allgemeinen Verbrauchererwartungen gerechter wird als bisher, eine immer größere Rolle. Diese Ziele lassen sich am besten gemeinsam mit allen wesentlichen Interessengruppen entlang der Wertschöpfungskette und unter Einbeziehung von wissenschaftlicher Expertise erreichen. Unser BEST-Programm soll zukünftig alle Rohwaren tierischen Ursprungs umfassen. Mehr unter [www.best-programm.de](http://www.best-programm.de).

### BEST Beef

2010 haben wir BEST Beef ins Leben gerufen. Unser Programm zur Förderung einer nachhaltigeren Rinderhaltung und Unterstützung der deutschen Landwirtschaft besteht aus drei Modulen. Bei Erfüllung aller Module erhält der Landwirt einen Aufschlag von 0,09 EUR pro Kilogramm Schlachtgewicht. Die Aufschläge werden einzeln in der jeweiligen Abrechnung aufgeführt und sind so für den Landwirt transparent nachvollziehbar.

- Der Anteil des BEST Beef-Fleischs an der gesamten für McDonald's Deutschland verarbeiteten Rindfleischmenge lag 2016 bei rund 6 Prozent. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, diesen Anteil weiter zu steigern.
- Zum 31.12.2016 waren über 2.800 landwirtschaftliche Betriebe, 6 Erzeugergemeinschaften und 7 Schlachthöfe beteiligt. Im Vergleich zu 2015 hatten wir einen Zuwachs von rund 630 Landwirten zu verzeichnen.

---

**GRI-Indikatoren:**  
G4-EN17, G4-FP2

---

**GRI-Indikatoren:**  
G4-FP5, G4-FP9, G4-EN1,  
G4-24, G4-25, G4-26, G4-27





- 2016 haben wir für 24.054 Kühe einen BEST Beef-Zuschlag bezahlt. Das ist mehr als in allen Jahren davor. Seit Beginn des Programms haben wir für insgesamt 63.739 Kühe einen Zuschlag bezahlt.
- Da das Rindfleisch für McDonald's Deutschland zum Großteil von Milchkühen stammt, ist die Kooperation mit der Milchwirtschaft ein ausschlaggebender Erfolgsfaktor für die Weiterentwicklung von BEST Beef. Deshalb haben die Molkerei Zott und McDonald's Deutschland zum 1. Juli 2016 ein Gemeinschaftsprojekt im Rahmen von BEST Beef gestartet, um Synergien im Sinne der Landwirtschaft zu schaffen. Die Audits der Zott-Milcherzeuger wurden um die Module des BEST Beef-Programms erweitert. So können die Betriebe, je nachdem welches BEST Beef-Modul sie erfüllen, den entsprechenden Zuschlag auf den Schlachtpreis erhalten.
- 2016 haben wir auch begonnen die Einhaltung der BEST Beef-Module im Rahmen der regelmäßig bei den Landwirten stattfindenden QS-Audits zu überprüfen. Es wurden seitdem rund 730 Audits durchgeführt.

### BEST Chicken

Unter Einbeziehung der Lieferkette und mit wissenschaftlicher Begleitung arbeiten wir seit 2013 an unserem Programm zur Verbesserung der Hähnchenaufzucht. Unser Ziel ist es, Wege zu finden, die Standards der konventionellen Tierhaltung so weiterzuentwickeln, dass sie einerseits der Tiergesundheit und artgerechterem Tierverhalten dienen, andererseits aber die Erzeuger nicht vor Herausforderungen stellen, die den Fortschritt zu sehr erschweren. In 2017 werden wir im Rahmen von BEST Chicken an neuen Futtermittelrezepturen und an einem optimierten Energiemanagement für Mastställe arbeiten.

Darüber hinaus werden wir bis Herbst 2017 insgesamt 9 Mastbetriebe in Deutschland mit zusätzlichen Sitzstangen, Sitzplattformen sowie Pickelementen ausstatten. Damit setzen wir Ergebnisse aus früheren Projekterkenntnissen (BEST Chicken Modul 1) um.

## GÜTESIEGEL

T6: Menge zertifizierter Rohwaren 2016 (in Tonnen)			
Gütesiegel	Rohware	Menge	Anteil an gesamter Rohwarenmenge
	Äpfel	2.126	61 %
	Milch	252	1 %
	Koffeinhaltiger Kaffee	1.526	100 %
	Fisch	1.066	100 %
	Shrimps	341	100 %

GRI-Indikatoren:  
G4-FP2, G4-EN1

## PRODUKTQUALITÄT UND -SICHERHEIT

### Bei unseren Lieferanten

Lebensmittelqualität und -sicherheit haben für uns oberste Priorität. Innerhalb weniger Stunden können wir jedes Produkt und seine Zutaten bis zu den konkreten Ursprüngen lückenlos nachverfolgen. Für die Herstellung unserer Produkte durch unsere direkten Lieferanten gelten die Standards des McDonald's „Supplier Quality Management System“ (SQMS). SQMS ist der McDonald's-eigene Standard für die Sicherstellung von Qualität und Lebensmittelsicherheit bei unseren direkten Lebensmittellieferanten. Der Standard baut auf gängigen GFSI-Standards<sup>3</sup> (IFS, BRC, FSSC 22000) auf und beinhaltet darüber hinaus McDonald's-spezifische Anforderungen.

Alle Lieferanten für Standardprodukte sind nach SQMS auditiert. Die erfolgreiche Auditierung ist Voraussetzung dafür, als Standardlieferant von McDonald's aufgenommen zu werden. Lieferanten für Aktionsprodukte müssen entweder nach IFS (International Food Standard) und/oder BRC (British Retail Consortium) oder nach den „10 Core Requirements“, einem Auszug aus SQMS, auditiert sein. Vereinzelt werden auch Eigenstandards eines Lieferanten akzeptiert, wenn diese den McDonald's-Anforderungen entsprechen. In 2016 wurden insgesamt 106 SQMS-Audits durchgeführt, davon 72 „Full SQMS Audits“ und 34 „10 Core Requirements Audits“.

### In unseren Restaurants

Die Kontrollen und Standards zu Qualität, Service, Sauberkeit und Lebensmittelsicherheit entsprachen 2016 im Wesentlichen denen der Vorjahre. Einzig die Bewertung des Restaurantenerlebnisses haben wir von den Mystery-Shoppern direkt in die Hände unserer Gäste gelegt.

- Seit November 2016 kann jeder Gast seinen McDonald's-Besuch online bewerten. Jede Quittung enthält einen Zugangscode, der auf [www.mcdonalds.de/deinfeedback](http://www.mcdonalds.de/deinfeedback) eingegeben werden kann. Im Anschluss können Bewertungen zu Qualität, Sauberkeit, Freundlichkeit etc. vorgenommen und Lob oder Verbesserungsbedarf mitgeteilt werden.
- 2016 haben wir insgesamt 845 ATCO-Kontrollen<sup>4</sup> zur Bewertung der Qualität unserer Kernprodukte im Restaurant durchgeführt.
- Im Rahmen der betrieblichen Eigenkontrolle für Lebensmittelsicherheit haben wir 2016 insgesamt 41.051 Proben entnehmen und in einem anerkannten, akkreditierten Labor untersuchen lassen. Ergänzend dazu haben wir 274 unangekündigte Food Safety Audits durchgeführt.
- Zusätzlich zu unseren eigenen Kontrollen führen die lokalen Behörden regelmäßig Kontrollbesuche durch. 2016 wurden in den von McDonald's selbst betriebenen Restaurants 170 Behördenbesuche durchgeführt.

## GÄSTEDIALOG

### McFamily Fun Days

2016 haben wir insgesamt 607 McFamily Fun Days in ausgewählten Restaurants durchgeführt. An den 2014 ins Leben gerufenen Familientagen stehen Spiel und Spaß für Kinder und Familien im Mittelpunkt. In den veranstaltenden Restaurants gibt es diverse Angebote, wie beispielsweise eine Hüpfburg, Kinderschminken oder eine Fotobox.

---

**GRI-Indikatoren:**

G4-PR1, G4-PR5, G4-FP5

---

**GRI-Indikatoren:**

G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, G4-PR5

<sup>3</sup> GFSI Global Food Safety Initiative Standard.

<sup>4</sup> ATCO: Across the Counter Quality.

### **Live@McDonalds**

Am 15. Oktober 2016 fand das Social-Media-Live-Event „Live@McDonald's“ statt.

750 Restaurants in Deutschland boten den Gästen die Möglichkeit zu Backstage-Touren hinter den Kulissen an. In einem der Restaurants in Berlin wurde eine 12 Stunden lange Show produziert und über die sozialen Kanäle von McDonald's Deutschland und die TV-Monitore in den Restaurants live übertragen. Damit zeigte sich McDonald's Deutschland so transparent wie nie und erreichte an diesem Tag über sechs Millionen Zuschauer im Netz. Mehr als 20.000 Gäste nahmen die Chance wahr, vor Ort in den Restaurants einen Blick hinter die Kulissen zu werfen.

### **Zutaten-Check**

Im Rahmen des Events „Live@McDonald's“ wurde unter anderem die Einführung unseres neuen digitalen „Zutaten-Checks“ verkündet. Über das Einscannen eines QR-Codes auf den Produktverpackungen gelangen interessierte Gäste auf eine Webseite mit allen Informationen zum jeweiligen Produkt. Mit Klick auf die einzelnen Zutaten erfährt man anschließend mehr über deren Qualität und Herkunft. Der „Zutaten-Check“ ergänzt damit als weiterer Baustein unser Informationsangebot für mehr Transparenz.

### **Kampagne „Die Wahrheit über McDonald's“**

Mit der neuen Qualitätskampagne „Die Wahrheit über McDonald's“ spielen wir seit Ende Januar 2017 auf neue Weise mit Fake-News und nutzen weit verbreitete Gerüchte, um die Aufmerksamkeit der Menschen auf die Qualität unseres Essens zu richten. Mehr unter [www.mcdonalds.de/wahrheit](http://www.mcdonalds.de/wahrheit).

### **Change-M-Blog**

Seit September 2015 bloggt auf [www.change-m.de](http://www.change-m.de) ein abteilungsübergreifendes Team, das gemeinsam daran arbeitet, McDonald's Deutschland nachhaltiger zu machen. Neben den Kernbloggern kommen regelmäßig interne und externe Gastblogger zu Wort. Der Blog ist ein Dialogfenster für alle, die uns begleiten, kritisch reflektieren, mitdiskutieren oder einfach mehr darüber erfahren möchten, woran McDonald's Deutschland arbeitet und was wir verändern wollen. 2016 haben wir insgesamt 63 Artikel veröffentlicht und freuen uns über kontinuierlich steigende Leserzahlen.

### **Unser Essen. Eure Fragen.**

Auf unserer Online-Dialogplattform [www.frag.mcdonalds.de](http://www.frag.mcdonalds.de) beantworten wir alle Fragen rund um unser Essen. 2016 sind insgesamt 1.840 Fragen eingegangen und wurden beantwortet. Zudem wurde bei über 2.000 Fragen der Button „Ich habe die gleiche Frage“ geklickt. Die wichtigsten Themen für unsere Gäste waren:

- Produktwünsche und -vorschläge  
(z. B. „Warum macht ihr nicht mal einen glutenfreien Burger?“)
- Sortiment (z. B. „Wie funktioniert das McMenü?“)
- Zubereitung (z. B. „Werden Schweine- und Rindfleisch getrennt zubereitet?“)
- Zutaten und genaue Inhaltsstoffe  
(z. B. „Sind die Emulgatoren tierischen oder pflanzlichen Ursprungs?“)
- Herkunft der Rohwaren (z. B. „Woher kommt das Fleisch?“)
- Tierwohl/Tierhaltung (z. B. „Wisst ihr, wie die Tiere gehalten werden?“)

### **Gästedeservice**

Der McDonald's-Gästedeservice, Anlaufstelle für Fragen und Beschwerden unserer Gäste, verzeichnete 2016 insgesamt 61.947 Kontakte. Rund die Hälfte davon waren Beschwerden, die andere Hälfte konkrete Anfragen oder Lob.

## HAPPY MEAL

### **Obst im Happy Meal**

2016 haben wir insgesamt 3.474 Tonnen Obst im Happy Meal verkauft. Seit Februar 2014 enthält das Happy Meal neben Hauptspeise, Beilage und Getränk auch ein Fruchtprodukt. 2016 konnten die kleinen Gäste wählen zwischen Bio-Apfeltüte (Apfelspalten) und Fruchtquatsch (Fruchtpüree aus Banane, Apfel und Kirschen, ohne Zuckerzusatz, ohne Zusatz von Aromen, ohne Farbstoffe oder Konservierungsstoffe).

---

**GRI-Indikatoren:**

G4-EN1

### **Bücher im Happy Meal**

Seit April 2016 gibt es als dauerhafte Alternative zu den aktuellen Spielzeugen immer ein Buch als Geschenk im Happy Meal. Dabei spendet McDonald's Deutschland 10 Cent pro Buch. 2016 haben wir insgesamt rund 1,6 Millionen Spendenbücher verteilt. Von April 2016 bis Anfang Februar 2017 gingen diese Spenden an die Umweltschutzorganisation Rainforest Alliance, die sich für den Erhalt der Artenvielfalt, den Schutz sensibler Ökosysteme und für bessere Lebensbedingungen der Menschen in den Tropen und Subtropen engagiert. Insgesamt kamen 187.869,50 Euro an Spendengeldern zusammen. Seit 3. Februar 2017 gehen die 10 Cent pro Buch als Spende an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung.

2016 fanden zudem zwei Happy Meal-Bücheraktionen statt. Von Mitte März bis Mitte April und von Mitte September bis Mitte Oktober haben wir insgesamt 6,1 Millionen Bücher und Ravensburger-Spiele über das Happy Meal verteilt.

# UMWELTMANAGEMENT IM UND UM DAS RESTAURANT

## CO<sub>2</sub>-FUSSABDRUCK

Betrachtet man die gesamte Wertschöpfungskette von McDonald's Deutschland, entsteht der Großteil der durch unser Geschäft verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen in unserer Lieferkette. 87 Prozent unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks entfallen auf die Erzeugung unserer Lebensmittelprodukte – in der Landwirtschaft und bei der anschließenden Verarbeitung der Rohwaren. Weitere fünf Prozent entstehen bei der Herstellung unserer Verpackungen sowie der Spielzeuge für das Happy Meal. Auf den Transport von den Lieferanten in die Restaurants entfallen drei Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen.

Die direkt durch McDonald's Deutschland und unsere Franchise-Nehmer verursachten CO<sub>2</sub>-Emissionen machen fünf Prozent des gesamten CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks aus. Diese Emissionen entstehen durch den Betrieb der Restaurants inklusive unserer Verwaltungsaktivitäten.

Insgesamt wurden 2016 1,3 Millionen Tonnen CO<sub>2</sub> durch unsere Geschäftstätigkeit verursacht. Das entspricht 2,7 Kilogramm CO<sub>2</sub> je Restaurantbesuch.

2016 haben wir die Berechnung unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks neu aufgesetzt, weshalb die aktuellen Werte nicht mit den in der Vergangenheit kommunizierten Werten vergleichbar sind. Weitere Details zur neuen Berechnungsmethode sind in den begleitenden Erläuterungen auf Seite 24 zu finden.

### GRI-Indikatoren:

G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17,  
G4-EN18

T7: **CO<sub>2</sub>-Fußabdruck McDonald's Deutschland** (2016)



Emissionsquelle	CO <sub>2</sub> e (in Tonnen)	Anteil
Restaurantbetrieb und Verwaltung	70.048	5 %
Landwirtschaft und Verarbeitung	1.126.206	87 %
Verpackungen und Spielzeuge	65.813	5 %
Transport	39.452	3 %
<b>CO<sub>2</sub>-Fußabdruck gesamt</b>	<b>1.301.519</b>	<b>100 %</b>
CO <sub>2</sub> -Emissionen pro Restaurantbesuch	2,7 Kilogramm / Guest Count	

Seit 2014 haben wir nahezu alle Restaurants in Deutschland auf Ökostrom umgestellt. Im Vergleich zum Bezug des deutschen Strommix verursachen wir dadurch rund 98 Prozent weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen.

T8: **CO<sub>2</sub>-Emissionen aus Stromverbrauch Restaurants nach GHGP Scope 2** (2016)



Berechnungsmethode	CO <sub>2</sub> e (in Tonnen)
Standortbasierter Ansatz	260.891
Marktbasierter Ansatz	4.569

## ENERGIEVERBRAUCH RESTAURANTS

Die 1.480 McDonald's Restaurants in Deutschland und Luxemburg haben 2016 insgesamt 536.733 Megawattstunden Strom verbraucht. Das entspricht einem durchschnittlichen Jahresverbrauch von 362 Megawattstunden Strom für ein vergleichbares Restaurant<sup>5</sup>. Damit blieb der Verbrauch im Vergleich zum Vorjahr konstant.

1.196 unserer Restaurants nutzen Erdgas, wovon sie 2016 insgesamt 245.171 Megawattstunden verbraucht haben. Im Durchschnitt ergibt das einen Jahresverbrauch von 206 Megawattstunden Erdgas für ein vergleichbares Restaurant. Der Anstieg von fünf Prozent im Vergleich zum Vorjahr ist unter anderem auf den vergleichsweise warmen Winter 2015 zurückzuführen, weshalb der Heizbedarf 2015 niedriger ausfiel als 2016.

**GRI-Indikatoren:**  
G4-EN3

T9: <b>Energieverbrauch Restaurants gesamt</b> (in MWh)					
	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Strom<sup>6</sup></b>	576.224	558.157	546.540	534.986	536.733
<b>Erdgas<sup>7</sup></b>	249.240	248.252	200.673	232.167	245.171
<b>Gesamt</b>	825.464	806.409	747.213	767.153	781.904

GEPRÜFT  
✓

T10: <b>Durchschnittlicher Energieverbrauch eines vergleichbaren Restaurants</b> (in MWh)					
	2012	2013	2014	2015	2016
<b>Strom<sup>6</sup></b>	406	386	372	362	362
<b>Erdgas<sup>7</sup></b>	233	228	184	196	206
<b>Gesamt</b>	639	614	556	558	568

GEPRÜFT  
✓

### Energiemanagement

Basis unseres Energiemanagements sind Controlling-Systeme und regelmäßige Restaurantbegehungen. Fast alle McDonald's Restaurants in Deutschland verfügen über Stromzähler, die im Viertelstundentakt die Verbrauchswerte aufzeichnen und auswertbar machen. Aus den so gewonnenen Informationen und unter Berücksichtigung verschiedenster Parameter, wie z. B. dem Alter des Gebäudes, können energetische Optimierungspotenziale für die Restaurants identifiziert werden. Das Technik-Team des von McDonald's Deutschland eingesetzten Energiedienstleisters EEP Energieconsulting verifiziert bei Restaurantbegehungen die tatsächliche Lage vor Ort, um Umbaumaßnahmen und Erneuerungen zeitnah und reibungslos anzustoßen.

2016 wurden rund 50 Restaurants auf LED-Beleuchtung umgerüstet. Damit können über 60 Prozent Energie gegenüber herkömmlicher Beleuchtungstechnik eingespart werden. Die Klimaanlage macht etwa ein Drittel des Energieverbrauchs in einem Restaurant aus. 2016 wurden 61 alte Anlagen erneuert. Damit können bis zu 15 Prozent des Gesamtenergiebedarfs eingespart werden.

2016 wurden alle firmeneigenen Restaurants sowie unsere Verwaltung nach dem Energiemanagementsystem ISO 50001 zertifiziert. Durch Umsetzung der ISO 50001 verstärken wir unser Energiemanagement und schärfen unser unternehmensinternes Bewusstsein für Energieeinsparpotenziale. Im Jahr 2017 wollen wir 160.000 Kilowatt Strom einsparen.

<sup>5</sup> Im Berichtsjahr ganzjährig geöffnetes Restaurant mit vorliegenden validen Verbrauchsdaten.

<sup>6</sup> Stromverbrauch aller in Deutschland und Luxemburg geöffneten Restaurants. Hochrechnung auf Basis aller ganzjährig geöffneten Restaurants mit vorliegenden validen Strom-Verbrauchsdaten (2016: 1.431 Restaurants).

<sup>7</sup> Erdgasverbrauch aller in Deutschland und Luxemburg geöffneten Restaurants, die Erdgas nutzen. Hochrechnung auf Basis aller ganzjährig geöffneten Restaurants mit vorliegenden validen Erdgas-Verbrauchsdaten (2016: 1.024 Restaurants).

### Ökostrom

Seit 2014 wird der Strombedarf in nahezu allen Restaurants in Deutschland aus erneuerbaren Quellen gedeckt. 2016 wurden 1.454 Restaurants mit Ökostrom betrieben. Nicht eingeschlossen waren lediglich 26 Restaurants (entspricht 1,8 Prozent aller Restaurants in Deutschland und Luxemburg), da diese zum Beispiel in Einkaufszentren liegen, in denen Stromversorgung über den jeweiligen Betreiber erfolgt. Der von uns bezogene Ökostrom stammte 2016 zu 100 Prozent aus skandinavischer Wasserkraft.

### Fuhrpark

Der Fuhrpark für unsere firmeneigenen Restaurants sowie unserer Verwaltung umfasste zum Jahresende 2016 354 Fahrzeuge. Insgesamt wurden bei 15,5 Millionen gefahrenen Kilometern 2016 rund 835.000 Liter Diesel verbraucht. Mithilfe unserer internen Car-Policy verfolgen wir das Ziel, die durchschnittlichen CO<sub>2</sub>-Emissionen unseres Fuhrparks bis 2020 auf unter 100 Gramm/Kilometer zu senken.

T11: **CO<sub>2</sub>-Emissionen Fuhrpark** (Firmeneigene Restaurants und Verwaltung)



	2012	2013	2014	2015	2016
Anzahl Fahrzeuge	443	467	468	400	354
Gefahrene Kilometer	13.019.533	15.158.047	16.655.036	14.839.922	15.518.583
Kraftstoffverbrauch (in Liter Diesel)	919.999	990.636	1.001.412	922.899	834.678
Firmenflotte gesamt: durchschnittliche CO <sub>2</sub> -Emissionen (in Gramm/Kilometer)	136	130	125	121	119
Im Berichtsjahr neu angeschaffte Fahrzeuge: durchschnittliche CO <sub>2</sub> -Emissionen (in Gramm/Kilometer)	130	117	119	117	117

### LOGISTIK

GRI-Indikatoren:  
G4-EN4, G4-EN17, G4-EN30

T12: **Energieverbrauch und CO<sub>2</sub>-Emissionen von HAVI Logistics für McDonald's Deutschland**

	2012	2013	2014	2015	2016
Energieverbrauch gesamt (in Megawattstunden)	131.477	123.011	112.637	113.119	110.880
Energieverbrauch pro ausgelieferte Tonne (in Kilowattstunden)	260	264	254	262	254
CO <sub>2</sub> -Emissionen gesamt (in Tonnen)	40.380	37.273	38.012	41.270	39.452
CO <sub>2</sub> -Emissionen pro ausgelieferte Tonne (in Kilogramm)	80	80	86	96	90

Die erhöhten Emissionen in 2015 sind primär auf erhöhte Kühlmittelverluste zurückzuführen. Die berichteten Werte wurden aufgrund der Aktualisierung der Emissionsfaktoren rückwirkend korrigiert, um eine Vergleichbarkeit innerhalb der Zeitreihe zu gewährleisten.



## VERPACKUNGEN

2016 haben wir insgesamt 45.889 Tonnen Verpackungen verbraucht. 70 Prozent davon waren Papier, Pappe oder Kartonage. Dabei stammen 100 Prozent des eingesetzten Frischfaserpapiers aus durch FSC oder PEFC zertifizierter Forstwirtschaft.

**GRI-Indikatoren:**  
G4-EN1, G4-FP2

T13: <b>Verpackungsmenge nach Material</b> (in Tonnen)					
	2012	2013	2014	2015	2016
Papier, Pappe, Kartonage	37.575	35.060	33.511	32.218	32.093
Verbundstoffe	9.129	7.950	7.553	7.670	7.170
Kunststoffe	6.380	6.540	6.047	5.597	6.198
Folie	105	403	462	444	373
Weißblech				1	2
Aluminium	41	38	63	60	54
<b>Gesamt</b>	<b>53.230</b>	<b>49.991</b>	<b>47.636</b>	<b>45.990</b>	<b>45.890</b>



### „Becher to bring“

Seit November 2016 bietet McDonald's Deutschland seinen Gästen deutschlandweit in allen McCafé die Möglichkeit, mitgebrachte saubere Mehrwegbecher wieder zu befüllen. Auf Heißgetränke im mitgebrachten Gefäß erhält der Gast einen Preisnachlass von 0,10 Euro. Der Mehrwegbecher kann selbst mitgebracht oder vor Ort erworben werden.

## ABFALL UND RECYCLING

Die Summe aller in unseren Restaurants anfallenden Abfälle betrug 2016 76.653 Tonnen. Das entspricht rund 52 Tonnen pro Restaurant und Jahr – rund 6 Prozent weniger als 2015. Papier, Pappe, Kartonage (PPK) stellt mit einem Anteil von rund 42 Prozent die größte Fraktion der von uns erzeugten Abfälle dar.

**GRI-Indikatoren:**  
G4-EN23

Alle Abfälle im Restaurant werden von unseren Mitarbeitern getrennt. Im Anschluss daran werden sie in den Wertstoffkreislauf zurückgeführt.

Gemäß der „Verordnung über die Vermeidung und Verwertung von Verpackungsabfällen“ (Verpackungsverordnung) sind wir für die Sammlung und ordnungsgemäße Verwertung aller Verpackungen, die wir in Verkehr bringen, verantwortlich. 2016 haben durch den Außer-Haus-Verkauf unserer Produkte 10.730 Tonnen PPK (33 Prozent der Gesamtmenge PPK) und 5.342 Tonnen LVP (39 Prozent der Gesamtmenge LVP) unsere Restaurants verlassen. Für diese Außer-Haus-Mengen zahlt McDonald's Deutschland Lizenzierungsgebühren an ein duales System.

T14: **Abfallmengen nach Material** (in Tonnen)



	2012	2013	2014	2015	2016
Papier, Pappe, Kartonage (PPK) inkl. Außer-Haus-Menge	37.575	35.060	33.511	32.218	32.093
Altfett	16.428	16.747	16.850	16.861	12.300
Speisereste	14.784	15.072	15.164	15.174	15.195
Leichtstoffverpackungen (LVP) inkl. Außer-Haus-Menge	15.655	14.931	14.125	13.772	13.796
Sonstiger Abfall (AzV & AzB)	2.558	2.608	2.624	3.264	3.268
<b>Gesamt</b>	<b>87.000</b>	<b>84.418</b>	<b>82.274</b>	<b>81.289</b>	<b>76.652</b>

T15: **Verwertungsquoten je Materialfraktion** (2016)

Papier, Pappe, Kartonage (PPK)	Stoffliche Verwertung PPK zu 77%
Leichtstoffverpackungen (LVP)	Stoffliche Verwertung Kunststoffe zu 70%, Verbunde zu 63%, Aluminium zu 73% und Weißblech zu 77%
Speisereste	Größtenteils Strom- und Wärme- erzeugung über Biogasanlage
Altspisefett	Größtenteils Verwertung zu Biodiesel
Abfall zur Verwertung (AzV)	Größtenteils energetische Verwertung
Abfall zur Beseitigung (AzB)	Größtenteils thermische Behandlung

# MENSCHEN BEI McDONALD'S

## MITARBEITER

McDonald's ist der größte Arbeitgeber in der Gastronomie in Deutschland. 2016 beschäftigten wir gemeinsam mit unseren Franchise-Nehmern insgesamt 58.247 Mitarbeiter in Deutschland. Davon arbeiteten 49.860 Mitarbeiter in den 1.313 von unseren Franchise-Nehmern betriebenen Restaurants und 7.874 Mitarbeiter in den 157 Restaurants, die McDonald's Deutschland selbst betreibt (firmeneigene Restaurants). Darüber hinaus waren 2016 insgesamt 513 Mitarbeiter in der Verwaltung von McDonald's Deutschland beschäftigt.

**GRI-Indikatoren:**  
G4-9, G4-10

T16: <b>Anzahl Mitarbeiter*</b>					
*exklusive Luxemburg					
	2012	2013	2014	2015	2016
Crew	53.488	50.896	47.790	48.493	48.666
Restaurantmanagement	7.695	7.575	7.484	7.528	7.604
Azubis	2.147	1.892	1.601	1.456	1.464
Verwaltung	556	583	563	534	513
<b>Mitarbeiter gesamt</b>	<b>63.886</b>	<b>60.946</b>	<b>57.438</b>	<b>58.011</b>	<b>58.247</b>



## Beschäftigungsverhältnis und -dauer

Von den zum Jahresende 2016 in firmeneigenen Restaurants beschäftigten Mitarbeitern arbeiteten insgesamt 32 Prozent in Vollzeit, 42 Prozent in Teilzeit, 14 Prozent kurzfristig und zwölf Prozent als geringfügig Beschäftigte. Von den insgesamt 513 Verwaltungsmitarbeitern waren 88 Prozent vollzeit- und zwölf Prozent teilzeitbeschäftigt. Damit blieb die Verteilung im Vergleich zum Vorjahr konstant.

T17: <b>Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnis 2016*</b> (in Prozent)				
*nur firmeneigene Restaurants				
	Vollzeit	Teilzeit	Kurzfristig beschäftigt	Gering- verdiener
Crew	23%	48%	16%	13%
Restaurantmanagement & Azubis	91%	7%	1%	1%
<b>Mitarbeiter gesamt</b>	<b>32%</b>	<b>42%</b>	<b>14%</b>	<b>12%</b>



In den firmeneigenen Restaurants lag die durchschnittliche Beschäftigungsdauer zum 31. Dezember 2016 bei unseren Crew-Mitarbeitern bei fünf Jahren, beim Restaurantmanagement bei zehn Jahren. In der Verwaltung lag der Durchschnitt bei 14 Jahren.

## VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

Allein in 2016 haben wir gemeinsam mit unseren Franchise-Nehmern über 800 Flüchtlinge eingestellt. Wir bieten Migranten neben Beschäftigungsmöglichkeiten u. a. auch Hilfestellung beim Onboarding. Wir unterstützen bei behördlichen Angelegenheiten oder auch beim Erlernen der deutschen Sprache. Neben lokalen Maßnahmen unserer Franchise-Nehmer bieten wir national das Online-Sprachtraining „McDeutsch“ an.

Unser Engagement bei der Integration von Flüchtlingen wurde im Dezember 2016 von der US-amerikanischen Regierung mit dem renommierten „Award for Corporate Excellence“ ausgezeichnet.

In den von McDonald's Deutschland selbst betriebenen Restaurants arbeiteten zum Jahresende 2016 Menschen mit 124 verschiedenen Nationalitäten zusammen.

### GRI-Indikatoren:

G4-LA10, G4-LA12, G4-SO1

T18: **Mitarbeiter nach Geschlecht, Alter und Staatsangehörigkeit 2016\*** (in Prozent)

\*Exklusive Franchise-Restaurants



	Crew	Restaurantmanagement & Azubis	Verwaltung
Männer	48 %	55 %	49 %
Frauen	52 %	45 %	51 %
unter 30	48 %	37 %	10 %
30-50	41 %	53 %	66 %
über 50	11 %	10 %	24 %
Deutsche Staatsbürger	43 %	74 %	93 %
EU-Staatsbürger	22 %	10 %	6 %
Außerhalb EU	35 %	16 %	1 %

Im Vergleich zum Vorjahr sind die Verteilung nach Staatsangehörigkeit und die Verteilung der Mitarbeiter nach Geschlecht konstant geblieben. In Bezug auf die Altersstruktur hat sich sowohl im Restaurantmanagement als auch in der Verwaltung der Altersdurchschnitt leicht erhöht.

T19: **Frauen in Führungspositionen 2016\*** (in Prozent)

\*Exklusive Franchise-Restaurants



	Frauenanteil	
Firmeneigene Restaurants	Restaurantmanager	39 %
	Assistants & Schichtleiter	46 %
Frauen	Abteilungs- und Teamleiter	33 %
	Vorstand und Direktoren	20 %

Im Vergleich zu 2015 ist der Anteil von Frauen in Führungspositionen weitestgehend konstant geblieben. Nur auf der obersten Führungsebene bei Vorstand und Direktoren ist der Frauenanteil um sieben Prozent gestiegen.

T20: **Mitarbeiter mit Behinderung\***

\*Exklusive Luxemburg



2012	2013	2014	2015	2016
828	863	838	833	878

## BERUFSAUSBILDUNG UND STUDIUM

2016 hatten wir insgesamt 1.464 Auszubildende und Studenten in drei verschiedenen Ausbildungswegen: Ausbildung zur Fachkraft im Gastgewerbe (FKGS), Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie (FASY) und duales Studium. McDonald's Deutschland bietet damit für jeden Schulabschluss die passende Ausbildung an. Alle Ausbildungen sind auch in Teilzeit möglich. 79 Prozent unserer Auszubildenden und dualen Studenten haben wir 2016 übernommen. Die meisten Azubis und Studenten starten ihre Karriere nach Beendigung von Ausbildung/Studium direkt im Restaurantmanagement.

**GRI-Indikatoren:**  
G4-LA9, G4-LA10

<b>T21: Auszubildende und Studenten*</b>					
*Exklusive Verwaltung und Luxemburg					
	2012	2013	2014	2015	2016
Azubis FKGS	513	449	360	338	358
Azubis FASY	1480	1296	1095	995	992
Studenten	154	147	146	123	114
<b>Azubis &amp; Studenten Gesamt</b>	<b>2147</b>	<b>1892</b>	<b>1601</b>	<b>1456</b>	<b>1.464</b>
Abschlüsse	641	635	581	457	396
Übernahmequote	76%	78%	75%	74%	79%

## TRAINING UND WEITERBILDUNG

In unseren regionalen Trainingscentern in Berlin, Hamburg, Offenbach und München schulen wir unser Restaurantmanagement. Darüber hinaus befindet sich in München die sogenannte Hamburger University – eines von sieben Schulungszentren der McDonald's Corporation weltweit. Dort werden neben dem Restaurantmanagement auch Verwaltungsmitarbeiter und Franchise-Nehmer geschult.

**GRI-Indikatoren:**  
G4-LA9, G4-LA10

<b>T22: Mitarbeiterschulungen</b>					
	2012	2013	2014	2015	2016
Kursangebot Hamburger University	100	81	136	165	174
Kursangebot Regionale Schulungszentren	1.299	1.266	1.201	1.857	1.200
<b>Kurse Gesamt</b>	<b>1.399</b>	<b>1.347</b>	<b>1.337</b>	<b>2.022</b>	<b>1.374</b>
Teilnehmer Hamburger University	1.844	1.564	1.796	1.894	1.946
Teilnehmer Regionale Schulungszentren	8.928	8.353	9.236	13.268	9.592
<b>Teilnehmer Gesamt</b>	<b>10.772</b>	<b>9.917</b>	<b>11.032</b>	<b>15.162</b>	<b>11.538</b>

## ARBEITSSICHERHEIT

2016 gab es in unseren firmeneigenen Restaurants 23,2 meldepflichtige Arbeitsunfälle je 1.000 Vollmitarbeiter<sup>8</sup>. Somit ging die Zahl im Vergleich zum Vorjahr (2015: 24,2) zurück. Wir liegen deutlich unterhalb des BGN-Durchschnitts, der bei 34,9 Arbeitsunfällen je 1.000 Vollmitarbeiter lag.<sup>9</sup>

---

**GRI-Indikatoren:**  
G4-LA6, G4-LA7

---

T23: **Meldepflichtige Arbeitsunfälle 2016\***  
(je 1.000 Vollmitarbeiter) \*Exklusive Franchise-Restaurants

Gesamt	23,2
--------	------

### Aufteilung nach Geschlecht

Männer	47%
--------	-----

Frauen	53%
--------	-----

### Aufteilung nach Altersgruppen

Unter 30 Jahre	41%
----------------	-----

30–50 Jahre	46%
-------------	-----

Über 50 Jahre	13%
---------------	-----

## ENTLOHNUNG

Männer und Frauen werden im Rahmen des bestehenden Tarifvertrags selbstverständlich nach den gleichen Regelungen bezahlt. Die tarifliche Eingangsstufe lag zum 1. Juni 2016 entsprechend des ausgehandelten Tarifvertrags bei 8,60 Euro. Zudem erfolgt eine zügige Angleichung der Löhne in Ost und West sowie eine Anhebung der Ausbildungsvergütung. Die Tarifverträge sind auf den Internetseiten des BdS unter [www.bundesverband-systemgastronomie.de/tarifvertraege.html](http://www.bundesverband-systemgastronomie.de/tarifvertraege.html) einsehbar.

---

**GRI-Indikatoren:**  
G4-11, G4-16, G4-EC5, G4-LA2

<sup>8</sup>Für die Bildung der Unfallkennzahl werden die meldepflichtigen Arbeitsunfälle je 1.000 Vollmitarbeiter herangezogen. Gemäß BGN-Definition entspricht ein Vollmitarbeiter 1.600 geleisteten Arbeitsstunden im Jahr.

<sup>9</sup>BGN: „Starker Partner der Betriebe – Jahrbuch Prävention 2016/2017“. BGN-Durchschnittswert bezieht sich auf 2015. Zum Redaktionsschluss dieses Berichts lagen keine aktuelleren Vergleichswerte vor.

# BEGLEITENDE ERLÄUTERUNGEN

## ZU KAPITEL 3: UNSER ESSEN UND SEINE HERKUNFT

### **Herkunft und Menge eingesetzter Rohwaren**

Die jährliche Menge der für die Herstellung unserer Lebensmittelprodukte eingesetzten Rohwaren basiert auf einer Befragung aller Lebensmittellieferanten von McDonald's Deutschland mit einem Einkaufsvolumen von mindestens 100.000 Euro im Berichtsjahr (entspricht rund 85 Prozent unserer Lieferanten). Im Rahmen der Befragung werden die wertgebenden Rohwaren erhoben. Wertgebende Rohwaren sind definiert als die Inhaltsstoffe, die mindestens 80 Prozent von der Gesamtmenge der Inhaltsstoffe eines Lebensmittelproduktes ausmachen.

Die berichtete Übersicht umfasst die größten Rohwaren nach Menge sowie Rohwaren mit besonderer Relevanz im Nachhaltigkeitskontext (z. B. nach speziellen Gütesiegeln zertifizierte Rohwaren).

Butter, Milch, Eier, Zucker, Salz und Öl sind in vielen unserer Lebensmittelprodukte enthalten, stellen jedoch oft keine wertgebenden Rohwaren im oben definierten Sinn dar. Deshalb sind diese Rohwaren nur teilweise in unserer Auswertung enthalten. Zudem liegen für manche Rohwaren, die im Rahmen der oben genannten Kriterien relevant wären, keine oder nur ungenaue Daten vor, weshalb diese nicht oder nur teilweise in der Auswertung enthalten sind.

### **Rohwaren, die nicht oder nur teilweise in der Auswertung enthalten sind:**

- Äpfel: Mengen für Lift-Apfelschorle sind nicht enthalten, da keine Daten vorliegen.
- Butter: nicht in Auswertung enthalten, da keine repräsentativen Daten erhoben werden (keine wertgebende Zutat)
- Eier: Die Angaben beziehen sich nur auf Eier in unseren Frühstücksprodukten.
- Kaffee: Mengen für entkoffeinierten Kaffee sind sehr gering und deshalb nicht enthalten.
- Kakao: nicht in Auswertung enthalten, da keine repräsentativen Daten vorliegen
- Milch: Die in Backwaren (z. B. für McCafé Produkte) verwendeten Mengen werden nicht erhoben (keine wertgebende Zutat).
- Salz: nicht in Auswertung enthalten, da keine repräsentativen Daten erhoben werden (keine wertgebende Zutat)
- Öl: Die Angaben beziehen sich auf Sonnenblumen- und Rapsöl, das zum Frittieren in allen Restaurants sowie für die Herstellung von Saucen und Brötchen eingesetzt wird. Zudem enthalten ist zertifiziertes Palmöl für die Herstellung einiger Dessert- und McCafé Produkte.
- Weizenmehl: Die Angaben beziehen sich nur auf Mehl zur Herstellung von Burger-Brötchen, Frühstücksprodukten und Apfeltaschen.
- Zucker: Die Angaben beziehen sich nur auf Zucker zur Herstellung von Saucen und Burger-Brötchen sowie auf die Portionspackungen im Restaurant.

---

**GRI-Indikatoren:**  
G4-EN1

### Weitere Hinweise zu einzelnen Rohwaren

- Gurken: Seit 2015 enthält die berichtete Menge neben Salatgurken und Essiggurken auch Gurken, die für unsere Burger-Saucen verwendet werden und Gurken, die für den Aufguss der Essiggurken verwendet werden.
- Käse: Wir betrachten Käse als Rohware, die Herkunftsangaben beziehen sich deshalb auf das Herstellungsland des Käses. Wir machen keine Angaben zur für die Käseherstellung verwendeten Milch.
- Tomaten: Seit 2015 enthält die berichtete Menge neben Tomaten für Burger und Salate auch Tomaten, die in unseren Saucen verwendet werden (z. B. in Form von Tomatenmark).

## ZU KAPITEL 4: UMWELTMANAGEMENT IM UND UM DAS RESTAURANT

### CO<sub>2</sub>-FUSSABDRUCK (SCOPE 1, 2 UND 3)

Klimabilanzielle Betrachtungen sind aufgrund ihrer Komplexität stets mit einer gewissen Unschärfe behaftet. Wir sind kontinuierlich bestrebt, unsere Methodik zur Ermittlung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks zu verfeinern und zu verbessern. 2016 haben wir die Berechnungsmethode unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks neu aufgesetzt, weshalb eine Vergleichbarkeit mit Vorjahreswerten nicht möglich ist. Die Berechnung unseres CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks beruht auf CO<sub>2</sub>-Äquivalenten.

---

#### GRI-Indikatoren:

G4-EN15, G4-EN16, G4-EN17,  
G4-EN18

### Restaurantbetrieb und Verwaltung

- Elektrizität (Stromverbrauch): ausgewiesen entsprechend der GHGP Scope 2 Guidance. Für den standortbezogenen Ansatz wird der Emissionsfaktor der IEA (International Energy Agency), für den marktbasieren Ansatz der anbieterspezifische Emissionsfaktor angewendet.
- Heizen: Der Großteil der Restaurants (81 Prozent) nutzt Erdgas. In den übrigen Restaurants werden Fernwärme, Flüssiggas, Ölheizungen und Wärmepumpen zum Heizen genutzt. Verbrauchsdaten werden nur für Erdgas zentral erhoben, weshalb auch nur der Erdgasverbrauch in den Emissionen berücksichtigt ist. Es wird der Emissionsfaktor von DEFRA angewendet.
- Kältemittel: Verbrauchsdaten basieren auf einer Hochrechnung. Quelle der GWP-Faktoren ist IPCC (wo verfügbar 5th Assessment Report, ansonsten 4th Assessment Report).
- Abfall: Quelle für Emissionsfaktoren ist DEFRA.
- Wasserverbrauch: nicht enthalten, da nur für acht Prozent aller Restaurants Werte zum Frischwasserverbrauch vorliegen und zum aktuellen Zeitpunkt nicht eingeschätzt werden kann, welcher Anteil des Frischwassers als Abwasser wieder abgeführt wird
- Geschäftsreisen: Inkludiert sind alle Flugreisen, alle Fernreisen mit der Deutschen Bahn sowie der Fuhrpark von McDonald's Deutschland. Darüber hinaus liegen aktuell keine Daten zur Mobilität der Mitarbeiter vor.



## Landwirtschaft und Verarbeitung

- Quelle der verwendeten Emissionsfaktoren ist die ProBas-Datenbank (Prozessorientierte Basisdaten für Umweltmanagement-Instrumente (ProBas), [www.probas.umweltbundesamt.de/php/index.php](http://www.probas.umweltbundesamt.de/php/index.php)). Es wurden generell „2010er-Faktoren“ verwendet. Wo der größte Teil einer Rohware aus Deutschland kam, wurde der jeweilige DE-Faktor aus ProBas verwendet. Kam der größte Teil einer Rohware aus der EU oder dem Rest der Welt, wurde der jeweilige EU-Faktor verwendet.
- Wenn in ProBas keine geeigneten Faktoren verfügbar waren, wurde in Einzelfällen auf die Ademe-Version 6.1 zurückgegriffen.
- Generelles Ziel ist es, alle relevanten Vorketten in der landwirtschaftlichen Erzeugung der Rohwaren sowie der anschließenden Verarbeitung zum Fertigprodukt aufzunehmen. Ab dem Transport der Fertigprodukte zum Distributionszentrum sind die Emissionen über die Berechnungen im Bereich Logistik abgedeckt. Im ersten Schritt wurden ausschließlich in den oben genannten Quellen verfügbare Informationen herangezogen. Es ist geplant, in einem gemeinschaftlichen Projekt mit unseren wichtigsten Lieferanten sukzessive weitere Daten zu erheben. So sollen bisher bestehende Lücken geschlossen werden und die verwendeten Faktoren verbessert werden.
- Transport: Generell wurde der Transport in den betrachteten Vorstufen nicht eingerechnet.
- Kühlung: Die in ProBas verfügbaren Informationen zur Kühlung wurden nicht aufgenommen. Zum einen ist deren Anteil entsprechend der ProBas-Daten nicht wesentlich. Zum anderen konnte nicht klar nachvollzogen werden, welche Kühlungsprozesse genau abgedeckt sind.
- Rindfleisch, Hähnchenfleisch, Schweinefleisch: Enthalten sind generell die Stufen Tierhaltung und Schlachtung. Die Weiterverarbeitung von zerlegtem Fleisch zum Fertigprodukt (Beef-Patty, ChickenMcNugget etc.) ist bisher nicht inkludiert. Es wird angenommen, dass bei den genannten Proteinen der Großteil der Emissionen in der Tieraufzucht und Schlachtung anfällt.
- Milchprodukte, Käse: Bisher enthalten sind generell die Stufen Tierhaltung und Molkerei.
- Tomaten: Bisher enthalten ist nur der Anbau, der in Gewächshäusern stattfindet, die in den Wintermonaten je nach Region und Außentemperaturen beheizt werden. Es wird angenommen, dass die Weiterverarbeitung zu Tomatenmark/Ketchup einen wesentlichen Anteil der entstehenden Emissionen ausmacht.
- Salat, Gurken, Zwiebeln: Bisher enthalten ist nur der Anbau. McDonald's Deutschland bezieht Salat und Zwiebeln zu 100 Prozent aus Freilandanbau. Gurken werden in Gewächshäusern angebaut, die in den Wintermonaten je nach Region und Außentemperaturen geheizt werden.
- Öl: Enthalten sind Anbau und Herstellung. Da nur ein Faktor für Rapsöl in ProBas verfügbar ist, wurde dieser auch für Sonnenblumenöl genutzt.

## Verpackungen und Spielzeuge

- Quelle der verwendeten Emissionsfaktoren ist DEFRA.

## Transport

- Bei HAVI Logistics für McDonald's Deutschland entstandene CO<sub>2</sub>-Emissionen
- Kühlmittel wurden nur für Distributionszentren berücksichtigt. Kühlmittel für die Fahrzeugflotte (Kühlung der Lkws) wurden nicht berücksichtigt, da diese nicht Teil des zwischen HAVI Logistics und McDonald's auf europäischer Ebene vereinbarten „Environmental Key Figures“-Berichts sind, auf dem die hier berichteten Daten basieren.
- Die Berechnung der berichteten Zeitreihe basiert auf dem aktuellsten Emissionsfaktor für Diesel, der auf der EU-Direktive und der EPA basiert und gleichzeitig als Standardemissionsfaktor für die Distributoren von McDonald's in Europa und Asien dient.
- Die berichteten Werte wurden aufgrund der Aktualisierung der Emissionsfaktoren rückwirkend korrigiert, um eine Vergleichbarkeit innerhalb der Zeitreihe zu gewährleisten.

## ENERGIEVERBRAUCH

### Restaurants

In den Energieverbrauch unserer Restaurants sind die zehn Restaurants in Luxemburg, die auch unter das Dach von McDonald's Deutschland fallen, miteinbezogen. Bei allen Vergleichen von Restaurantgruppen werden alle Restauranttypen (McDrive, Instore und Satellite) gleichermaßen miteinbezogen und betrachtet. Die Verbrauchsstruktur je Typ ist unterschiedlich hoch (Satellites verbrauchen in der Regel weniger als Instores und McDrives).

### Verwaltung

Für unsere Verwaltungsgebäude liegen für das Berichtsjahr nur teilweise Verbrauchsdaten für Strom und Heizenergie vor. Wir arbeiten an einer Verbesserung der Datenverfügbarkeit.

### Anteil Strom aus erneuerbaren Energien

2016 wurden 1.454 (von 1.480) Restaurants mit Ökostrom versorgt. Insgesamt haben wir 2016 rund 525.646 Megawattstunden Strom aus erneuerbaren Quellen eingekauft, was 98 Prozent unseres Gesamtstromverbrauchs entspricht (536.733 MWh). Nicht darin eingeschlossen sind lediglich 26 Restaurants (entspricht rund 1,8 Prozent aller Restaurants in Deutschland und Luxemburg), da diese zum Beispiel in Einkaufszentren liegen, in denen die Stromversorgung über den jeweiligen Betreiber erfolgt. Bezogen auf die für uns „steuerbaren“ Stores haben wir eine Quote von 100 Prozent Ökostrom.

## VERPACKUNGSMENGEN

In Verpackungsmengen unserer Restaurants sind die zehn Restaurants in Luxemburg, die auch unter das Dach von McDonald's Deutschland fallen, miteinbezogen.

Die berichteten Verpackungsmengen basieren auf einer internen Datenbank unseres Logistikdienstleisters, der HAVI Logistics GmbH. In der Datenbank sind für alle Artikel, die an unsere Restaurants geliefert werden, die Verpackungsspezifikationen (insbesondere Gewicht und Material) hinterlegt. Verpackungen, in denen wir unsere Produkte an die Gäste verkaufen, werden über eine Verknüpfung mit dem Kassensystem von McDonald's Deutschland exakt in In-Haus- und Außer-Haus-Mengen unterschieden.

---

**GRI-Indikatoren:**  
G4-EN3

---

**GRI-Indikatoren:**  
G4-EN1

## ABFALLMENGEN

In die berichteten Abfallmengen sind die zehn Restaurants in Luxemburg, die auch unter das Dach von McDonald's Deutschland fallen, miteinbezogen.

---

**GRI-Indikatoren:**  
G4-EN23

- Papier, Pappe, Kartonage (PPK) und Leichtstoffverpackungen (LVP): Die berichteten Abfallmengen entsprechen den PPK- und LVP-Inputmengen, wie unter EN1 berichtet.
- Speisereste: Die berichteten Abfallmengen basieren auf einer im Jahr 2012 durchgeführten Befragung unserer Restaurants. Daraus liegen für rund 75 Prozent aller Restaurants konkrete Entsorgungsdaten, insbesondere Anzahl, Größe und Entsorgungsrhythmus der Behälter, vor. Auf Basis dieser Daten werden die Abfallmengen hochgerechnet.
- Altspisefett: Die berichteten Abfallmengen entsprechen der Inputmenge für Frittieröl (Sonnenblumen- und Rapsöl), wie unter EN1 berichtet.
- Sonstiger Abfall: Bis 2014 basierten die Abfallmengen für Abfall zur Verwertung (AzV) und Abfall zur Beseitigung (AzB) auf Schätzwerten zu durchschnittlichen Abfuhrhöhen dieser Fraktionen in unseren Restaurants. Aufgrund der kontinuierlichen Verbesserung unserer internen Datenerhebung wurde die Datenbasis nun angepasst. Ab 2015 basieren die berichteten Abfallmengen auf einer Hochrechnung der verfügbaren Daten aus unserem internen Controlling. Der Anstieg der AzV- und AzB-Menge von 2014 auf 2015 um rund 25 Prozent ist auf diese Anpassung zurückzuführen.
- Sonderabfallmengen, die nicht im täglichen Restaurantbetrieb entstehen, wie beispielsweise bei Restaurantumbauten anfallende Elektro-Altgeräte oder Bauabfälle, sind in den aufgeführten Abfallmengen nicht enthalten. Es werden hierzu zentral keine Daten erhoben.

## ZU KAPITEL 5: MENSCHEN BEI McDONALD'S

### Generelle Hinweise zu Beschäftigtenzahlen

Generell ist darauf hinzuweisen, dass Zahlen zu Beschäftigten unserer Franchise-Nehmer auf freiwilligen Angaben unserer Franchise-Nehmer beruhen, weshalb einige Kennzahlen ausschließlich für die von McDonald's Deutschland selbst betriebenen Restaurants, sogenannten McOpCo-Restaurants, sowie die Verwaltungsstandorte von McDonald's Deutschland berichtet werden. Dies ist jeweils pro Kennzahl explizit ausgewiesen.

Die Mitarbeiterzahlen umfassen nicht die zehn Franchise-Restaurants in Luxemburg, die auch von McDonald's Deutschland LLC verwaltet werden.

Generelle Maßgabe für die berichteten Beschäftigtenzahlen von McDonald's Deutschland waren die intern bei McDonald's Deutschland gängigen und einheitlich genutzten Definitionen.

- Berichtet werden im Sinne der globalen, konzernweiten Vergleichbarkeit nur aktive Beschäftigte. Nicht enthalten sind nach dieser Definition alle Beschäftigten, die zum Stichtag krank, ohne Lohnfortzahlung, in Mutterschutz, Elternzeit oder in unbezahltem Urlaub waren, oder sonstige ruhende Beschäftigungsverhältnisse.
- Die berichtete Anzahl der Verwaltungsmitarbeiter umfasst keine Auszubildenden, Werkstudenten oder Praktikanten, die zum Stichtag in der Verwaltung beschäftigt waren.
- Aufgrund interner Restaurantverkäufe von Franchise-Nehmern an McDonald's Deutschland oder andersherum kann es stichtagsbezogen zu geringen (kleiner als ein Prozent) Abweichungen der Aufschlüsselung Mitarbeiter McOpCo/Franchise in Bezug auf die ausgewiesene Anzahl Restaurants McOpCo/Franchise kommen.
- Alle Mitarbeiterzahlen beziehen sich auf Head-Counts.

### Beschäftigte nach Arbeitsvertrag (befristet/unbefristet)

Die bestehenden Systeme zur Erhebung der Beschäftigtenzahlen dokumentieren Befristungen größtenteils stellenbezogen und nicht personenbezogen. Deshalb kann in diesem Kontext keine aussagekräftige Zahl berichtet werden.

### Weisungsgebundenes Personal

Weisungsgebundenes Personal wird in den von McDonald's selbst betriebenen Restaurants nicht eingesetzt. In der Verwaltung liegt der Anteil an weisungsgebundenem Personal bei unter einem Prozent.

### Mitarbeiter nach Regionen

Da McDonald's Deutschland nur in Deutschland aktiv ist, ist eine Unterteilung nach Regionen nicht relevant.

---

**GRI-Indikatoren:**

G4-10, G4-LA12

**Selbstständige feste Mitarbeiter oder Personen, die keine Arbeitnehmer oder weisungsgebundenes Personal sind**

2016 betrieben 238 Franchise-Nehmer (198 Männer, 40 Frauen) insgesamt 1.313 McDonald's Restaurants in Deutschland. Die Franchise-Nehmer treten unter dem gemeinsamen Markendach als rechtlich selbstständige Unternehmer vor Ort auf. Insgesamt beschäftigten unsere Franchise-Nehmer 49.860 Mitarbeiter. Zahlen zu Beschäftigten unserer Franchise-Nehmer beruhen auf freiwilligen Angaben unserer Franchise-Nehmer. Diese umfassen Angaben zur Gesamtzahl der Restaurantmitarbeiter, unterteilt nach Restaurantmanagement und Crew, sowie Angaben zu den Auszubildenden sowie zu Mitarbeitern mit Behinderung.

In den von McDonald's selbst betriebenen Restaurants sowie in der Verwaltung wird kein wesentlicher Teil der Tätigkeiten von Mitarbeitern nach obiger Definition durchgeführt.

**Bedeutende Schwankungen bezüglich der Mitarbeiteranzahl**

Es liegen keine bedeutenden Schwankungen bezüglich der Mitarbeiterzahl für die von McDonald's Deutschland selbst betriebenen Restaurants sowie für die Verwaltungsstandorte von McDonald's Deutschland vor.

**RÜCKWIRKENDE KORREKTUREN**

Wir arbeiten kontinuierlich an der Weiterentwicklung unseres internen Nachhaltigkeits-Controllings und damit verbunden an der Verbesserung unserer internen Datenerhebungsprozesse und Kennzahldefinitionen.

Wenn für bestimmte Kennzahlen die Datenqualität oder Datenverfügbarkeit verbessert werden kann oder die Berechnungsmethodik geändert wird, korrigieren wir diese Kennzahlen auch rückwirkend für vorangegangene Jahre.

Eine rückwirkende Korrektur wird vorgenommen, wenn ein Kennzahlenwert auf Basis der neuen Erkenntnisse um mindestens drei Prozent von dem alten Wert abweicht.

Bei allen Kennzahlen, die rückwirkend korrigiert wurden, sind die vorgenommenen Korrekturen in einer Fußnote explizit ausgewiesen.

# GRI-INHALTSINDEX

## ZEICHENERKLÄRUNG

**PDF** Nachhaltigkeitsbericht 2015

**☉** Nachhaltigkeitsbericht 2016  
kompakt – Daten & Fakten



Der vorliegende Bericht wurde in Übereinstimmung mit der Kernoption der G4-Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt.

### Allgemeine Standardangaben

Allgemeine Standardangaben	Seite	Externe Prüfung *	Beschreibung
<b>Strategie und Analyse</b>			
G4-1	<b>PDF</b> S. 3	-	Vorwort des Vorstandsvorsitzenden
<b>Organisationsprofil</b>			
G4-3	☉ S. 4	-	Name des Unternehmens
G4-4	☉ S. 4	-	Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen
G4-5	☉ S. 4	-	Hauptsitz des Unternehmens
G4-6	☉ S. 4	-	Länder der Geschäftstätigkeit
G4-7	☉ S. 4	-	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform
G4-8	☉ S. 4	-	Märkte
G4-9	☉ S. 4, 19	-	Größe des Unternehmens
G4-10	☉ S. 4, 19, 28		Gesamtzahl der Beschäftigten
G4-11	☉ S. 22	-	Von Kollektivvereinbarungen erfasste Beschäftigte
G4-12	☉ S. 7	-	Lieferkette des Unternehmens
G4-13	☉ S. 4	-	Wichtige Veränderungen des Unternehmens
G4-14	<b>PDF</b> S. 11	-	Umsetzung des Vorsorgeprinzips
G4-15	<b>PDF</b> S. 12	-	Unterstützung externer Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen
G4-16	☉ S. 22	-	Mitgliedschaften in Verbänden bzw. Interessenvertretungen
<b>Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen</b>			
G4-17	☉ S. 4	-	Im Jahresabschluss konsolidierte Unternehmen
G4-18	<b>PDF</b> S. 6	-	Verfahren zur Ermittlung wesentlicher Aspekte und Grenzen
G4-19	<b>PDF</b> S. 6	-	Auflistung der wesentlichen Aspekte
G4-20	<b>PDF</b> S. 6	-	Wesentliche Aspekte innerhalb des Unternehmens
G4-21	<b>PDF</b> S. 6	-	Wesentliche Aspekte außerhalb des Unternehmens
G4-22	<b>PDF</b> S. 5	-	Auswirkungen durch neue Darstellung von Informationen
G4-23	☉ S. 4	-	Wichtige Veränderungen gegenüber dem Vorjahr
<b>Einbindung von Stakeholdern</b>			
G4-24	<b>PDF</b> S. 8; ☉ S. 9, 11	-	Einbezogene Stakeholder-Gruppen
G4-25	☉ S. 9, 11	-	Grundlagen für die Auswahl der Stakeholder
G4-26	☉ S. 9, 11	-	Ansätze für die Einbeziehung von Stakeholdern
G4-27	☉ S. 9, 11	-	Themen und Anliegen der Stakeholder
<b>Berichtsprofil</b>			
G4-28	☉ S. 3	-	Berichtszeitraum
G4-29	☉ S. 3	-	Veröffentlichung des letzten Berichts
G4-30	☉ S. 3	-	Berichtszyklus
G4-31	☉ S. 37	-	Ansprechpartner
G4-32	☉ S. 3	-	In-Übereinstimmungs-Option
G4-33	☉ S. 3	-	Externe Berichtsprüfung
<b>Unternehmensführung</b>			
G4-34	☉ S. 5	-	Führungsstruktur des Unternehmens
<b>Ethik und Integrität</b>			
G4-56	<b>PDF</b> S. 11, 12	-	Werte, Grundsätze, Verhaltensstandards und -normen des Unternehmens

\* Alle mit " - " gekennzeichneten Indikatoren sind nicht geprüft.

Spezifische Standardangaben			
DMA (Disclosure on Management Approach) und Indikatoren	Seite	Externe Prüfung*	Beschreibung
Kategorie: Wirtschaftlich			
<b>Wesentlicher Aspekt: Wirtschaftliche Leistung</b>			
G4-DMA	<b>PDF</b> S. 9	-	
G4-EC1	☉ S. 4	-	Direkt erwirtschafteter Wert
<b>Wesentlicher Aspekt: Marktpräsenz</b>			
G4-DMA	<b>PDF</b> S. 46	-	
G4-EC5	☉ S. 22	-	Verhältnis der Standardeintrittsgehälter zum lokalen Mindestlohn
<b>Wesentlicher Aspekt: Beschaffung</b>			
G4-DMA	<b>PDF</b> S. 16	-	
G4-EC9	☉ S. 7	-	Ausgaben für lokale Lieferanten
G4-FP2	☉ S. 9, 10, 17	-	Einkaufsvolumen, das international anerkannten Beschaffungsstandards entspricht
Kategorie: Ökologisch			
<b>Wesentlicher Aspekt: Materialien</b>			
G4-DMA	<b>PDF</b> S. 16, 36, 41	-	
G4-EN1	☉ S. 7, 9, 10, 13, 17, 23, 26	<small>GEPRÜFT</small> ☑	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen
<b>Wesentlicher Aspekt: Energie</b>			
G4-DMA	<b>PDF</b> S. 36	-	
G4-EN3	☉ S. 15, 26	<small>GEPRÜFT</small> ☑	Energieverbrauch innerhalb der Organisation
G4-EN4	☉ S. 16	-	Energieverbrauch außerhalb der Organisation
<b>Wesentlicher Aspekt: Emissionen</b>			
G4-DMA	<b>PDF</b> S. 36	-	
G4-EN15	☉ S. 14, 24	<small>GEPRÜFT</small> ☑	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)
G4-EN16	☉ S. 14, 24	<small>GEPRÜFT</small> ☑	Indirekte energiebezogene Treibhausgasemissionen (Scope 2)
G4-EN17	☉ S. 9, 14, 16, 24	<small>GEPRÜFT</small> ☑	Weitere indirekte Treibhausgasemissionen (Scope 3)
G4-EN18	☉ S. 14, 24	<small>GEPRÜFT</small> ☑	Intensität der Treibhausgasemissionen
<b>Wesentlicher Aspekt: Abwasser und Abfall</b>			
G4-DMA	<b>PDF</b> S. 36	-	
G4-EN23	☉ S. 17, 27	<small>GEPRÜFT</small> ☑	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode
<b>Wesentlicher Aspekt: Transport</b>			
G4-DMA	<b>PDF</b> S. 40	-	
G4-EN30	☉ S. 16	-	Ökologische Auswirkungen durch den Transport von Produkten und anderen Gütern und Materialien

\* Alle mit "-" gekennzeichneten Indikatoren sind nicht geprüft.

Kategorie: Gesellschaftlich

Kategorie: Gesellschaftlich – Unterkategorie: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung

**Wesentlicher Aspekt: Beschäftigung**

G4-DMA	<b>PDF</b> S. 46	-	
G4-LA2	<b>☉</b> S. 22	-	Betriebliche Standardleistungen für Vollzeitbeschäftigte

**Wesentlicher Aspekt: Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis**

G4-DMA	<b>PDF</b> S. 46	-	
G4-LA4	Die Mindestmitteilungsfristen von betrieblichen Änderungen liegen bei vier Wochen (gesetzlich geregelt, nicht im bestehenden Tarifvertrag festgelegt).	-	Mindestmitteilungszeitraum bei betrieblichen Änderungen

**Wesentlicher Aspekt: Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz**

G4-DMA	<b>PDF</b> S. 53	-	
G4-LA6	<b>☉</b> S. 22	-	Verletzungen und Berufskrankheiten
G4-LA7	<b>☉</b> S. 22	-	Arbeiter mit hoher Erkrankungsrate und -gefährdung

**Wesentlicher Aspekt: Aus- und Weiterbildung**

G4-DMA	<b>PDF</b> S. 46	-	
G4-LA9	<b>☉</b> S. 21	-	Jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung
G4-LA10	<b>☉</b> S. 20, 21	-	Programme zur Unterstützung der Beschäftigungsfähigkeit und des Berufsausstiegs

**Wesentlicher Aspekt: Vielfalt und Chancengleichheit**

G4-DMA	<b>PDF</b> S. 46	-	
G4-LA12	<b>☉</b> S. 5, 20, 28		Mitarbeiter nach Geschlecht, Altersgruppe, Minderheiten

Kategorie: Gesellschaftlich – Unterkategorie: Gesellschaft

**Wesentlicher Aspekt: lokale Gemeinschaften**

G4-DMA	<b>PDF</b> S. 44, 55	-	
G4-SO1	<b>☉</b> S. 6, 20	-	Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzung und Förderprogramme

**Wesentlicher Aspekt: Korruptionsbekämpfung**

G4-DMA	<b>PDF</b> S. 12	-	
G4-SO4	<b>PDF</b> S. 12	-	Informationen & Schulungen zu Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung

Kategorie: Gesellschaftlich – Unterkategorie: Produktverantwortung

**Wesentlicher Aspekt: Kundengesundheit und -sicherheit**

G4-DMA	<b>PDF</b> S. 27	-	
G4-PR1	<b>☉</b> S. 11	-	Produkte, deren Auswirkungen auf Gesundheit und Sicherheit geprüft wurden
G4-FP5	<b>☉</b> S. 9, 11	-	Produkte aus sicherheitszertifizierten Produktionsanlagen
G4-FP6	<b>PDF</b> S. 30	-	Produkte mit reduzierten Fett-, Salz- & Zuckergehalten

\* Alle mit " - " gekennzeichneten Indikatoren sind nicht geprüft.



<b>Wesentlicher Aspekt: Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen</b>			
G4-DMA	<b>PDF</b> S. 27	-	
G4-PR3	<b>PDF</b> S. 32	-	Verpflichtende Produktinformationen
G4-PR5	<b>©</b> S. 11	-	Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit
<b>Wesentlicher Aspekt: Marketing</b>			
G4-DMA	<b>PDF</b> S.34	-	
G4-PR6	<b>PDF</b> S. 32	-	Verkauf verbotener oder umstrittener Produkte
G4-PR7	<b>PDF</b> S. 34	-	Nichteinhaltung von Vorschriften in Bezug auf Werbung
<b>Wesentlicher Aspekt (Sector Supplement): Tierwohl</b>			
G4-DMA	<b>PDF</b> S. 16, 21, 23	-	
G4-FP9	<b>©</b> S. 7, 9	-	Anzahl Tiere nach Arten
G4-FP10	<b>PDF</b> S. 21, 23	-	Körperliche Veränderungen & Einsatz von Narkotika
G4-FP11	<b>PDF</b> S. 21, 23	-	Anzahl Tiere nach Haltungstyp
G4-FP12	<b>PDF</b> S. 21, 23	-	Einsatz von Antibiotika, entzündungshemmenden Mitteln, Hormonen und/oder Wachstumshormonen
G4-FP13	<b>PDF</b> S. 21, 23	-	Verstöße gegen Vorschriften und Einhaltung freiwilliger Standards zum Umgang mit Tieren, zum Transport oder zur Schlachtung

\* Alle mit "-" gekennzeichneten Indikatoren sind nicht geprüft.


# VERMERK DES UNABHÄNGIGEN WIRTSCHAFTSPRÜFERS ÜBER EINE PRÜFUNG ZUR ERLANGUNG BEGRENZTER SICHERHEIT ÜBER NACHHALTIGKEITS- INFORMATIONEN

An den Vorstand der McDonald's Deutschland LLC, Zweigniederlassung München

Wir haben die mit dem Symbol <sup>GERECHT</sup>  kenntlich gemachten Kennzahlen zur Nachhaltigkeitsleistung

- „Menge eingesetzter Rohwaren (2016)“ und „Herkunft eingesetzter Rohwaren (2016)“
- „Verpackungsmenge nach Material“ und „Verpackungsmenge pro Restaurantbesuch“
- „Energieverbrauch Restaurants gesamt“, „Durchschnittlicher Energieverbrauch eines vergleichbaren Restaurants“ und „Strom aus erneuerbaren Energien“
- „Abfallmengen nach Material“
- „CO<sub>2</sub>-Fußabdruck McDonald's Deutschland“, „CO<sub>2</sub>-Emissionen aus Stromverbrauch Restaurants nach GHGP Scope 2 (2016)“, „CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Restaurantbesuch“ und „CO<sub>2</sub>-Emissionen Fuhrpark“
- „Anzahl Mitarbeiter“, „Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnis 2016“, „Mitarbeiter nach Geschlecht, Alter und Staatsangehörigkeit 2016“, „Frauen in Führungspositionen“, „Mitarbeiter mit Behinderung“ und „Zusammensetzung der Führungsgremien (2016)“

sowie die begleitenden Erläuterungen der McDonald's Deutschland LLC, Zweigniederlassung München (im Folgenden „McDonald's“) des Geschäftsjahres 2016, veröffentlicht im Nachhaltigkeitsbericht 2016 (im Folgenden „Bericht“) einer Prüfung zur Erlangung begrenzter Sicherheit unterzogen.

Unser Auftrag bezieht sich dabei ausschließlich auf die mit dem Symbol  gekennzeichneten Kennzahlen und die begleitenden Erläuterungen.

### **Verantwortung der gesetzlichen Vertreter**


Die gesetzlichen Vertreter von McDonald's sind verantwortlich für die Aufstellung des Berichts in Übereinstimmung mit den in den G4-Leitlinien zur Nachhaltigkeitsberichterstattung der Global Reporting Initiative genannten Grundsätze und Standardangaben, dem Corporate Accounting and Reporting Standard (Scope 1 und 2) sowie dem Corporate Value Chain Standard (Scope 3) der Greenhouse Gas Protocol Initiative von dem World Resources Institute (WRI) und dem World Business Council for Sustainable Development (WBCSD), in Verbindung mit internen Richtlinien, wie im Abschnitt „Über diesen Bericht“ sowie den begleitenden Erläuterungen beschrieben (im Folgenden: „Berichtskriterien“), sowie für die Auswahl der zu beurteilenden Angaben.


Diese Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft umfasst zum einen die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind. Ferner sind die gesetzlichen Vertreter verantwortlich für die internen Kontrollen, die sie als notwendig bestimmt haben, um die Aufstellung eines Berichts zu ermöglichen, der frei von wesentlichen – beabsichtigten oder unbeabsichtigten – falschen Angaben ist.

### **Erklärung des Wirtschaftsprüfers in Bezug auf die Unabhängigkeit und Qualitätssicherung**

Wir sind von dem Unternehmen unabhängig in Übereinstimmung mit den deutschen handelsrechtlichen und berufsrechtlichen Vorschriften und wir haben unsere sonstigen beruflichen Pflichten in Übereinstimmung mit diesen Anforderungen erfüllt. Unsere Prüfungsgesellschaft wendet die nationalen gesetzlichen Regelungen und berufsständischen Verlautbarungen zur Qualitätssicherung an, insbesondere die Berufssatzung für Wirtschaftsprüfer und vereidigte Buchprüfer sowie den IDW Qualitätssicherungsstandards: Anforderungen an die Qualitätssicherung in der Wirtschaftsprüferpraxis (IDW QS 1), die in Einklang mit den vom International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB) herausgegebenen International Standard on Quality Control stehen.

### **Verantwortung des Wirtschaftsprüfers**


Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Prüfung ein Prüfungsurteil mit begrenzter Sicherheit über die mit  gekennzeichneten Kennzahlen im Bericht abzugeben.

Wir haben unsere Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 (Revised): "Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information", herausgegeben vom IAASB, durchgeführt. Danach haben wir die Prüfung so zu planen und durchzuführen, dass wir mit einer begrenzten Sicherheit aussagen können, dass uns keine Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die mit einem  gekennzeichneten Kennzahlen im Bericht der Gesellschaft für den Zeitraum vom 1. Januar bis 31. Dezember 2016 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den relevanten Berichtskriterien aufgestellt worden sind. Dies bedeutet nicht, dass zu jeder gekennzeichneten Angabe jeweils ein separates Prüfungsurteil abgegeben wird. Bei einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine erheblich geringere Prüfungssicherheit erlangt wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer Prüfung haben wir unter anderem folgende Prüfungshandlungen und sonstige Tätigkeiten durchgeführt:

- Eine Risikoeinschätzung, einschließlich einer Medienanalyse, zu relevanten Informationen über die ausgewählten Kennzahlen zur Nachhaltigkeitsleistung von McDonald's in der Berichtsperiode
- Einschätzung der Konzeption und der Implementierung von Systemen und Prozessen für die Ermittlung, Verarbeitung und Kontrolle der im Prüfungsumfang enthaltenen Kennzahlen zur Nachhaltigkeitsleistung, einschließlich der Konsolidierung der Daten
- Befragungen von Mitarbeitern, die für die Ermittlung und Konsolidierung der Daten sowie für die Durchführung der diesbezüglichen internen Kontrollhandlungen verantwortlich sind
- Beurteilung interner und externer Dokumente, um zu bestimmen, ob die Kennzahlen zur Nachhaltigkeitsleistung durch ausreichende Nachweise hinterlegt sind
- Analytische Beurteilung der Daten und Trends
- Einholen von Bestätigungsschreiben von ausgewählten Rohwarenlieferanten bezüglich der Zuverlässigkeit der an McDonald's gemeldeten Daten
- Einschätzung der Gesamtdarstellung der im Prüfungsumfang enthaltenen Kennzahlen zur Nachhaltigkeitsleistung

### **Prüfungsurteil**

Auf Grundlage der durchgeführten Prüfungshandlungen und der erlangten Prüfungsnachweise sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Auffassung gelangen lassen, dass die mit einem  gekennzeichneten Kennzahlen im Nachhaltigkeitsbericht 2016 von McDonald's für das Geschäftsjahr 2016, in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Berichtskriterien aufgestellt worden sind.

### **Empfehlung**

Ohne unser oben beschriebenes Prüfungsurteil einzuschränken, empfehlen wir McDonald's bei der Berechnung des CO<sub>2</sub>-Fußabdrucks spezifischere Emissionsfaktoren für eingesetzte Rohwaren zu verwenden.

### **Verwendungszweck des Vermerks**

Wir erstellen diesen Vermerk auf Grundlage des mit McDonald's geschlossenen Auftrags. Die Prüfung wurde für Zwecke von McDonald's durchgeführt und der Vermerk ist nur zur Information für McDonald's über das Ergebnis der Prüfung bestimmt.

### **Begrenzung der Haftung**

Der Vermerk ist nicht dazu bestimmt, dass Dritte hierauf gestützt (Vermögens-) Entscheidungen treffen. Unsere Verantwortung besteht allein McDonald's gegenüber. Dritten gegenüber übernehmen wir dagegen keine Verantwortung.

Frankfurt am Main, den 26. Juli 2017  
KPMG AG  
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Fischer  
Wirtschaftsprüferin

ppa. Auer

# iMPRESSUM

## **HERAUSGEBER UND VERANTWORTLICH**

### **FÜR DEN INHALT**

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

### **REDAKTION**

McDonald's Deutschland LLC  
**Sustainability**  
Diana Wicht  
**Corporate Affairs**  
Markus Weiß, Birgit Höfler-Schwarz

### **GESTALTUNG**

Klaas Horeis – vingervlug  
Sebastian Iwohn – Illustration  
Weidenallee 10B  
20357 Hamburg

### **KONTAKT**

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

©2017 McDonald's  
Vervielfältigung/Abdruck auch einzelner Grafiken,  
Bilder und Texte ist ohne schriftliche Einwilligung der  
McDonald's Deutschland LLC nicht erlaubt.

---

**GRI-Indikatoren:**

G4-31