50 Jahre in der Schweiz



Wir machen den Alltag unserer Gäste einfacher und bieten ihnen bei jedem Besuch ein überzeugendes Restauranterlebnis. Seit 50 Jahren in der Schweiz.

Wir leisten in der Schweiz einen wichtigen Beitrag zur lokalen Wirtschaft, denn wir unterstützen Arbeitsplätze und Unternehmen im ganzen Land. Dadurch entstehen wirtschaftliche Möglichkeiten für lokale Lizenznehmerinnen und Lizenznehmer, Mitarbeitende in den Restaurants und Lieferanten.

Gemeinsam wirtschaften und Wert schaffen

Wie bleibt McDonald's Schweiz langfristig erfolgreich, relevant und lokal verankert?

Managing Director Brad McMullen, Lizenznehmer Rajiv Khanna und Frigemo Geschäftsführer Beat Wittmer sprechen über Partnerschaft, regionale Stärke und das perfekte Gästeerlebnis.

Herr McMullen, was ist der zentrale Antrieb von McDonald's Schweiz?

Brad McMullen: Seit 50 Jahren sind wir in der Schweiz zu Hause. Wir richten unser Angebot konsequent an den Bedürfnissen der Gäste aus und erleichtern ihren Alltag – denn der Wunsch nach unkomplizierten, positiven Erlebnissen ist heute relevanter denn je.

Unseren Erfolg bauen wir gezielt auf drei Faktoren auf: ein überzeugendes Geschmackserlebnis, die gelebte Gastfreundschaft unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie starke, verlässliche Partnerschaften. Das Zusammenspiel zwischen unseren Lizenznehmerinnen und Lizenznehmern, die unsere Restaurants selbständig betreiben, unseren Lieferanten sowie uns – der sogenannte «dreibeinige Stuhl» – gibt Stabilität, schafft Flexibilität und treibt die Weiterentwicklung von McDonald's Schweiz aktiv voran.

> ***Unser Erfolg basiert auf dem ‹dreibeinigen Stuhl›: der engen Zusammenarbeit zwischen McDonald's, unseren Lizenznehmerinnen und Lizenznehmern sowie unseren Lieferanten.***

Gleichzeitig investieren wir kontinuierlich in unsere Restaurants, in moderne Technologien sowie in die Aus- und Weiterbildung unserer Teams.



Wie gelingt es, auch unter anspruchsvollen Bedingungen erfolgreich zu bleiben?

Brad McMullen: Gerade in herausfordernden Zeiten zeigt sich, wie entscheidend Zusammenarbeit ist. Wir handeln als ein Team – über alle Ebenen hinweg – und entwickeln unser Angebot konsequent weiter. Dabei leisten alle ihren Beitrag: unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Restaurant, das Management, unsere Lizenznehmerinnen und Lizenznehmer sowie unsere Partner entlang der gesamten Lieferkette. Diese enge Abstimmung ermöglicht es uns, schnell auf Veränderungen zu reagieren und gleichzeitig unsere hohen Qualitätsstandards zu sichern.

Herr Khanna, welche Bedeutung haben die Lizenznehmerinnen und Lizenznehmer für die lokale Verankerung?

Rajiv Khanna: Wir prägen McDonald's Schweiz direkt vor Ort und geben der Marke ein Gesicht in den Regionen. Als Unternehmerinnen und Unternehmer sind wir Teil des lokalen Lebens, schaffen Arbeitsplätze und engagieren uns aktiv – etwa durch die Unterstützung von Vereinen oder mit Initiativen wie Anti-Littering-Aktionen.

Der «dreibeinige Stuhl» gibt uns dabei eine wichtige Rolle: Wir bringen unsere Perspektiven in zentrale unternehmerische Fragen ein und gestalten die Weiterentwicklung aktiv mit. Gleichzeitig investieren wir in unsere Standorte und fördern unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gezielt, um langfristig Perspektiven zu schaffen.

> ***Als Lizenznehmerinnen und Lizenznehmer sind wir im Restaurant präsent – nah bei unseren Gästen, mit digitalen Bestellmöglichkeiten, die das Leben einfacher machen, und einem Angebot, das überzeugt.***



Daniel Jenni
CEO Frigemo

Herr Jenni, was zeichnet die Zusammenarbeit mit McDonald's Schweiz aus?

Daniel Jenni: Vor 50 Jahren durften wir die Pommes frites für die Eröffnung des ersten McDonald's in Genf liefern. Heute verarbeiten wir jährlich mehr als 20'000 Tonnen Kartoffeln für die über 190 Restaurants. Vertrauen, Qualität und der gemeinsame Wille zur Weiterentwicklung prägen unsere Zusammenarbeit. Mit unserer tiefen Verankerung in der Landwirtschaft und unserer ausgewiesenen Rohstoffkompetenz schaffen wir die Basis für Produkte von konstant hoher Qualität. Darüber hinaus entwickeln wir gemeinsam neue Produkte wie zum Beispiel die Black Pepper Wedges und optimieren Prozesse - immer mit dem Ziel, Qualität und Effizienz zu steigern..

> *Unsere Partnerschaft steht für Qualität und gelebte Swissness - dank ausgewiesener Rohstoffkompetenz und tiefer Verankerung in der Schweizer Landwirtschaft.*

Welche Rolle spielt diese Zusammenarbeit für die Zukunft?

Brad McMullen: Die Zusammenarbeit ist ein zentraler Pfeiler unseres Erfolgs. Gemeinsam mit unseren Partnern stärken wir unternehmerische Strukturen in der Schweiz, sichern Arbeitsplätze und entwickeln unser Wirken für Wirtschaft und Gesellschaft gezielt weiter.

> *Wir trugen als McDonald's Schweiz im letzten Jahr 1,1 Milliarden Franken zum Schweizer Bruttoinlandsprodukt bei, unterstützten 13'350 Arbeitsplätze und generierten 218,5 Millionen Franken an Einnahmen für die öffentliche Hand.*

Daniel Jenni: Diese enge Zusammenarbeit schafft die Grundlage für Fortschritt – sei es bei Innovationen, effizienteren Prozessen oder beim verantwortungsvollen Einsatz von Ressourcen. Sie ermöglicht es uns, gemeinsam nachhaltige Lösungen zu entwickeln und umzusetzen.



Rajiv Khanna
McDonald's Lizenznehmer

Wie entwickelt sich das Gästeerlebnis weiter?

Rajiv Khanna: Wir verbinden digitale Angebote mit persönlichem Service. So gestalten wir das Erlebnis für unsere Gäste einfach, schnell und angenehm – unabhängig vom Bestellweg. Gleichzeitig bleibt der direkte Kontakt entscheidend, denn er schafft Vertrauen und Nähe.

Brad McMullen: Wir kombinieren Innovation mit Gastfreundschaft und leisten gleichzeitig einen positiven Beitrag – für unsere Gäste, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Gesellschaft. Feedback ist uns dabei wichtig, denn es hilft uns, uns kontinuierlich weiterzuentwickeln und gemeinsam besser zu werden. So gestalten wir aktiv die nächsten 50 Jahre von McDonald's Schweiz.

Unsere Werte

Wir stellen den Menschen in den Mittelpunkt.

Wir heissen alle willkommen.

Wir tun das Richtige und tun dies wirkungsvoll.

Wir leben eine gute Nachbarschaft.

Wir sind gemeinsam stärker.

Unser Unternehmen

Seit 50 Jahren ist McDonald's Teil der Schweiz. Das erste Restaurant eröffnete am 4. November 1976 in Genf – mit acht Produkten und 25 Mitarbeitenden. Ende 2025 umfasste McDonald's Schweiz 190 Standorte, über 80 Produkte und rund 8'400 Mitarbeitende.

Als führende Restaurantmarke der Schweiz liegt der Fokus konsequent auf einheimischen Partnern: Über 85 Prozent des Einkaufsvolumens von 250 Millionen Franken fliessen in die Schweizer Wirtschaft. Mehr als 90 Prozent der Restaurants werden von selbständigen Lizenzpartnern betrieben.

Mitglied von GastroSuisse
Als langjähriges Mitglied von GastroSuisse engagieren wir uns zudem aktiv für die Weiterentwicklung der Gastronomiebranche hierzulande. Unsere Lizenznehmerinnen und Lizenznehmer bringen sich in kantonalen Gastroverbänden sowie in der Berufsbildung ein.

Nahe bei den Gästen
Im vergangenen Jahr kamen sieben neue Restaurants hinzu; für 2026 sind mindestens sechs weitere geplant.

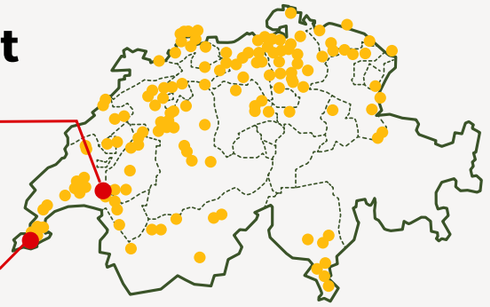
Seit 50 Jahr

85 %
der Zutaten von Schweizer Partnern

Einkaufsvolumen Lebensmitteln:
CHF **250 Mio.**

190. Restaurant
Châtel-St-Denis
26.12.2025

1. Restaurant
Genf Mont-Blanc
04.11.1976



1976 **Von 3'000 auf 275'000 Gäste pro Tag** 2026



8 Produkte
1 Lizenzpartner
3'000 Gäste am Eröffnungstag
25 Mitarbeitende



über **80** Produkte
45 Lizenzpartner
275'000 Gäste pro Tag
8'400 Mitarbeitende

50 Meilensteine mit Wirkung

In den letzten 50 Jahren haben wir gemeinsam mit unseren Lizenznehmerinnen und Lizenznehmern, Partnern, Behörden sowie Meinungsbildnern viel gelernt. Dieses Wissen hilft uns, jeden Tag besser zu werden – für unsere Gäste, Mitarbeitenden sowie für die Schweizer Wirtschaft und Gesellschaft.

Im gesamten Bericht verteilt zeigen 50 Meilensteine, welchen Impact McDonald's Schweiz in dieser Zeit erzielt hat.



Vielfältiges Servicekonzept
Unsere Gäste bestellen so, wie es am besten in ihren Alltag passt: im Restaurant mit Service direkt an den Tisch, in den fast 100 McDrive für die einfache Verpflegung unterwegs oder über McDelivery für die Lieferung nach Hause oder ins Büro. Eine zentrale Rolle spielen dabei unsere digitalen Kanäle. Die McDonald's App vereinfacht den Bestellprozess und stärkt gleichzeitig den direkten Austausch mit unseren Gästen. Immer mehr Gäste nutzen die App: Bereits bei jeder vierten Bestellung kommt sie zum Einsatz – vom Bestellen und Bezahlen über die Nutzung von Angeboten bis hin zum Sammeln und Einlösen von Punkten.

Corporate Governance
McDonald's Schweiz unterliegt als Tochtergesellschaft einer in den USA börsennotierten Muttergesellschaft den Vorgaben des Sarbanes-Oxley Act. Die Einhaltung der Menschenrechte gemäss UNO-Erklärung ist verbindlich in den «Standards of Business Conduct» sowie im «Supplier Code of Conduct» festgelegt. Ergänzende Richtlinien regeln u. a. den Umgang mit Geschenken und vertraulichen Informationen. Politische Zuwendungen sind untersagt.

Gastfreundschaft – jederzeit und überall

App mit Order&Pay
Bei jeder 4. Bestellung

Service an den Tisch
in allen Restaurants

McDrive
an jedem 2. Standort

Lieferservice
aus 165 Restaurants

Unser System

Unsere Lieferanten

1. Effizienzpotenziale erkennen & ausschöpfen
2. Lieferanten im Farmmanagement stärken
3. Natur schützen & Biodiversität gezielt fördern
4. Tierwohl verbessern & verantwortungsvoller Einsatz von Antibiotika
5. Entwaldung entlang der Lieferkette konsequent bekämpfen
6. Emissionsreduktion gemeinsam mit Lieferanten vorantreiben
7. Menschenrechte entlang der gesamten Lieferkette wahren
8. Wasserressourcen schonen & effizient nutzen
9. Lebensmittelsicherheit vom Ursprung bis zum Gast stets verbessern
10. Innovative Materialien einsetzen, Verpackungen reduzieren & Kreislaufwirtschaft fördern

Unsere Prozesse, Mitarbeitenden und Lizenzpartner

11 Angebot
- Ausgewogene Mahlzeiten für Kinder gezielt anbieten
- Marketing gegenüber Kindern verantwortungsvoll gestalten

12 Bürogebäude / Standorte
- Treibhausgasemissionen (THG) konsequent reduzieren

13 Lebensmittelsicherheit, Qualität, Forschung & Entwicklung
- Lebensmittelsicherheit entlang der gesamten Lieferkette stets verbessern

14 Verpackung, Forschung & Entwicklung
- Neue Materialien entwickeln, Verpackungen reduzieren & Abfälle vermeiden
- Kreislaufwirtschaft gezielt fördern



15 Mitarbeitende des Unternehmens
- Wettbewerbsfähige Vergütung & attraktive Zusatzleistungen sicherstellen

16 Alle Mitarbeitenden
- Sichere, respektvolle & inklusive Arbeitsumfelder fördern
- Kontinuierliche Weiterentwicklung & Lernmöglichkeiten ermöglichen

17 Restaurantstandorte
- Energieverbrauch gezielt senken
- Restaurants nachhaltiger gestalten
- Recycling von Verpackungen verbessern
- Einsatz neuer Kunststoffe aus fossilen Rohstoffen reduzieren

Unsere Gemeinschaften

18 Engagement für Familien
- Ronald McDonald Haus Schweiz gezielt unterstützen
- Partnerschaft mit Schweizer Sporthilfe leben

19 Beschäftigungschancen
- Lehrstellen & Ausbildung mit Berufsattest anbieten
- Arbeitsstellen für Flüchtlinge bereitstellen
- Arbeitsstellen für den Einstieg ohne Berufserfahrung oder Ausbildung

Unsere Wirkungsfelder

McDonald's betreibt Restaurants weltweit – sowohl eigenständig als auch gemeinsam mit Lizenznehmerinnen und Lizenznehmern – und ist in über 100 Ländern präsent. Dabei bieten die Restaurants ein lokal relevantes Angebot an qualitativ hochwertigen Menüs.

McDonald's richtet seinen Fokus gezielt auf jene ökologischen, sozialen und unternehmerischen Themen, die für seine Anspruchsgruppen besonders wichtig sind und bei denen das Unternehmen den grössten Beitrag leisten kann, um langfristig Wert zu schaffen. Die Impact-Strategie bündelt diese Aktivitäten in vier zentralen Handlungsfeldern.

In diesen Bereichen definiert McDonald's Kennzahlen, steuert damit seine Fortschritte und entwickelt seine Wirkung kontinuierlich weiter.

Umwelt

Verpackungen und Klimaschutz gehören zu unseren wichtigen Handlungsfeldern. Gemeinsam mit unseren Lizenznehmerinnen und Lizenznehmern sowie unseren Partnern arbeiten wir daran, Verpackungslösungen weiterzuentwickeln, Ressourcen verantwortungsvoll einzusetzen und unsere Umweltwirkungen kontinuierlich zu verbessern.

Essen

Die Herkunft der Zutaten und das Tierwohl sind uns wichtig. Es macht einen Unterschied, wie und von wem die Zutaten für unser Essen hergestellt werden.

Arbeiten

Die Einbindung und die Befähigung von Mitarbeitenden sind essenziell für uns. Zusammen mit unseren Lizenznehmerinnen und Lizenznehmern schaffen wir für unsere Talente Chancen und eine sichere Zukunft.

Gemeinschaft

Die Unterstützung von Familien und ihren Kindern liegt uns am Herzen. Denn ein guter Nachbar hilft und steht anderen bei, wenn es nötig ist.

Wir haben auch analysiert, inwieweit unser Kerngeschäft Auswirkungen auf relevante internationale Rahmenwerke hat und wo Bezüge zu den Zielen der United Nations bestehen. Dabei zeigt sich, dass zahlreiche unserer prioritären Themen mit den UN Sustainable Development Goals übereinstimmen, wie wir in diesem Bericht aufzeigen.



Stetig im Austausch

Der Dialog mit unseren Anspruchsgruppen ist für uns zentral. Wir stehen im Austausch, um Erwartungen frühzeitig zu erkennen und in unsere Entscheidungen einzubeziehen.

Im Fokus stehen unsere Gäste, unsere Mitarbeitenden, unsere Lizenznehmerinnen und Lizenznehmer, unsere Partner sowie Vertreterinnen und Vertreter aus Politik, Behörden, Medien, NGOs und Wissenschaft.

Unser Jahr 2025 in Zahlen

McDonald's Schweiz

- 1,1 Milliarden Franken zum Schweizer Bruttoinlandprodukt beigetragen
- Gesamtwirtschaftsleistung mit 2,2 Milliarden Franken unterstützt
- 13'350 Arbeitsplätze direkt und indirekt unterstützt
- 218,5 Millionen Franken Einnahmen für die öffentliche Hand generiert
- 7 neue Restaurants eröffnet und 20 Standorte gemeinsam mit der hiesigen Bauwirtschaft modernisiert
- 94 % der 189 McDonald's Restaurants durch lokale Lizenznehmerinnen und Lizenznehmer betrieben

Umwelt

- Serviceverpackungen zu 98 % aus erneuerbaren, rezyklierten oder zertifizierten Materialien eingesetzt
- Kunststoffanteil bei Serviceverpackungen auf unter 2 % gesenkt
- Teilnahme aller Restaurants am nationalen Clean-Up-Day sichergestellt
- Rund zwei Drittel der Güter CO_2-neutral in die Restaurants transportiert

Essen

- Über 85 % der Zutaten von Schweizer Partnerinnen und Partnern bezogen
- Mehr als 290 Millionen Franken Einkaufsvolumen bei Schweizer Lieferanten
- 50-jährige Zusammenarbeit mit Bell und Frigemo weitergeführt
- Mit 6'900 einheimischen Bäuerinnen und Bauern zusammengearbeitet
- Rund zwei Drittel des Rindfleisches aus RAUS-Haltung bezogen
- 100 % des Pouletfleisches aus benachbarten Ländern nach Schweizer Tierschutzstandards beschafft
- Verzicht auf künstliche Zusatzstoffe weiterhin konsequent umgesetzt
- Engagement im Swiss Pledge weitergeführt

Arbeiten

- 8'400 Mitarbeitende direkt bei McDonald's Schweiz
- Ausgewogene Geschlechterverteilung in der Geschäftsleitung
- 64 % der Restaurantteams sind Frauen
- 90 % des Restaurant-managements haben Laufbahn als Crewmitglied begonnen
- Lehrangebote erweitert: Berufsattest EBA eingeführt und Anzahl Lehrstellen Systemgastronomie EFZ erhöht
- Lohngleichheit zwischen Frauen und Männern sichergestellt
- Mitarbeiterzufriedenheit von über 85 % bei den Mit-arbeitenden sowie 95 % im Restaurantmanagement erreicht

Gemeinschaft

- 189 Patenschaften mit der Schweizer Sporthilfe für alle Restaurants umgesetzt
- Mehr als 1,9 Millionen Franken an die Ronald McDonald Kinderstiftung in der Schweiz gespendet – gemeinsam mit Lizenz-nehmerinnen und Lizenz-nehmern, Lieferantinnen und Lieferanten sowie Gästen

OXFORD ECONOMICS

Wirkungsschätzungen von Oxford Economics.
Siehe **mcdonalds.ch/engagement**

> ***McDonald's ist für uns ein wichtiges, aktives Mitglied und ein verlässlicher Partner innerhalb von GastroSuisse. Mit grossem Engagement, unternehmerischer Innovationskraft und dem Blick fürs Ganze setzt das Unternehmen wertvolle Impulse für die Weiterentwicklung unserer Branche.***



Beat Imhof
Präsident GastroSuisse