



Angebot und Einkauf

Wir kaufen in der Schweiz ein und achten auf das Tierwohl

Der Genuss liegt uns am Herzen. Deshalb setzen wir auf hochwertige Zutaten und beziehen den grössten Teil davon bei Schweizer Lieferanten und Bauern, die nach hohen Standards produzieren. So sind wir gleichzeitig ein relevanter Partner der heimischen Landwirtschaft und Lebensmittelbranche. Genuss allein reicht aber nicht, denn wir tragen Verantwortung für die rund 300'000 Gäste, die wir täglich bedienen dürfen. Deshalb bieten wir Produkte mit feinen, einfachen Rezepturen ohne künstliche Zusatzstoffe und reduzieren, wo möglich, Salz und Zucker.

Unsere nachhaltige Einkaufsstrategie

Beim Einkauf orientieren wir uns an drei Punkten: erstens wollen wir das Tierwohl fördern, zweitens das Klima schützen und die Ressourcen schonen – speziell bei Verpackungen und Food Waste – und drittens Arbeitsplätze im Inland unterstützen. Um diese nachhaltige Einkaufsstrategie zu leben, setzen wir auf langjährige Partnerschaften mit Schweizer Lieferanten.

Langjähriger Partner der Schweizer Wirtschaft

Mehr als zwei Drittel unseres Einkaufsvolumens stammen von 40 Lieferanten, mit denen wir seit über 45 Jahren zusammenarbeiten. Darunter sind zahlreiche Schweizer Firmen wie Bell, Eisberg, Emmi, Florin, Fortisa, Frigemo, Nestlé und Ospelt. 2020 haben wir für 134 Millionen Franken Zutaten von Schweizer Lieferanten eingekauft. Das entspricht 86% des Einkaufsvolumens für Lebensmittel.

Zutaten von Schweizer Bauern

Unsere Passion für hochwertige Zutaten teilen wir mit den Schweizer

Landwirten, die unsere Hersteller beliefern. Rund 6'900 Bauern aus allen Landesteilen zählen wir zu unseren Partnern.

Rindfleisch und Eier von Tieren mit Auslauf

Bereits den ersten Big Mac vor 45 Jahren haben wir mit Rindfleisch von Bell aus Oensingen zubereitet. 2020 haben wir 4'465 Tonnen Rindfleisch von Bell bezogen und der verfügbare Anteil an RAUS-Kühen (regelmässiger Auslauf ins Freie) lag bei 66%. Zusätzlich zum regulären Marktpreis erhalten die Bauern für diesen Standard eine Prämie pro Tier.

Seit mehreren Jahren verfolgen wir mit Ospelt aus Sargans (SG) ein Tierwohlprojekt bei den französischen und ungarischen Pouletfleisch-Lieferanten. Wir verlangen und stellen sicher, dass bei den Hühnern die Schweizer Tierschutzstandards in Bezug auf Haltung, Fütterung und Besatzdichte eingehalten werden. Und für unsere Burger verwenden wir nur Malbuner-Speck aus Schweizer Schweinefleisch, und die Eier für den Egg McMuffin stammen aus Freilandhaltung.



«Wir sind stolz, dass wir seit der Eröffnung des ersten Restaurants vor 45 Jahren bis heute das Rindfleisch für McDonald's Schweiz liefern dürfen. Das nenne ich eine echte Partnerschaft. Das Tierwohl ist wichtig, deshalb setzen wir für McDonald's seit 2010 auf Rindfleisch von Tieren mit regelmässigem Auslauf ins Freie.»

Lorenz Wyss, CEO der Bell Food Group

Mehl, Fisch und Kaffee aus nachhaltigen Quellen

Seit 1999 arbeiten wir mit der Vereinigung integriert produzierender Bäuerinnen und Bauern (IP-Suisse) zusammen. Neben einem Teil des Rapsöls beziehen wir 100% des Mehls für die Brötchen von Fortisa nach IP-Suisse-Standard. Der Filet-O-Fish mit pazifischem Pollack-Filet trägt das

Gütesiegel des Marine Stewardship Councils (MSC), und für die Kaffeegetränke verwenden wir konsequent Bohnen mit dem Fairtrade-Label der Rainforest Alliance vom Familienbetrieb Rast aus Ebikon (LU). Palmöl kommt bei uns nur noch in der Apfeltasche und in einzelnen McFlurry Toppings zum Einsatz, weil es dort technologisch zwingend nötig ist. Es stammt aus zertifizierter, nachhaltiger Quelle.

Weniger Salz und Zucker

2020 haben wir daran gearbeitet, die Rezepturen unserer Saucen zu vereinfachen und konsequent natürliche Zusätze zu verwenden. In den nächsten Jahren fokussieren wir wieder auf die Reduktion von Salz und Zucker. Bereits 2012 haben wir die Salzmenge bei den Pommes pro Portion von 5 auf 4 Gramm gesenkt. In den nächsten fünf Jahren wollen wir diese Menge nochmals um 35% reduzieren. Beim Big Mac Brötchen ist unser Ziel, 22% weniger Zucker zu verwenden, ohne Einbussen beim Geschmack.

Happy Meal ohne künstliche Aromen und Farbstoffe

Alle Produkte in den Happy Meal-Kombinationen sind frei von künstlichen Aroma-, Farb- und Zusatzstoffen. Seit 15 Jahren bieten wir Früchte als Beilage im Happy Meal an und seit 2015 gehört eine Fruchtportion fix dazu. Seit dieser Lancierung haben wir über 20 Millionen Fruchtportionen an Kinder serviert. 2004 haben wir auch unser Salatangebot ausgebaut. Seitdem können die Gäste zu jedem Menu anstelle von Pommes zum gleichen Preis einen kleinen Salat bestellen.

Immer mehr vegetarische Varianten

1996 haben wir unseren ersten Vegi-Burger lanciert. Im letzten Jahr haben wir unser Angebot auf drei Vegi-Burger sowie einen Vegi Caesar Salat weiter ausgebaut. So ist jeder Pouletburger auch als vegetarische Variante erhältlich.

Mehr über unser Engagement: mcdonalds.ch/engagement

Unsere Wirkung im 2020

86% der Zutaten von Schweizer Lieferanten eingekauft

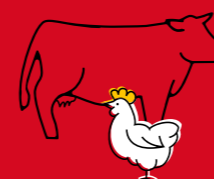
6'900 einheimische Bauernbetriebe liefern für uns

66% des Rindfleisches von Tieren mit regelmässigem Auslauf ins Freie (RAUS-Standard)

100% des Pouletfleisches aus Frankreich und Ungarn nach Schweizer Tierschutzstandards

3,7 Mio. Fruchtportionen serviert – vorwiegend mit dem Happy Meal

Seit 2013 Mitglied des Swiss Pledge für verantwortungsvolle Werbung



Unsere Ziele bis 2025

Einkaufsvolumens bei Schweizer Lieferanten bei 85% stabil halten

Rindfleischanteil von Tieren von 66% auf 75% steigern nach RAUS-Standard

Pouletfleisch für Chicken McNuggets und McChicken weiterhin zu 100% aus Frankreich und Ungarn nach Schweizer Tierschutzstandards beziehen

Den Salzgehalt der Pommes pro Portion von 2021 bis 2023 von 4 g auf 2,5 g – also um 35% – reduzieren

Die Zuckermenge im Big Mac von 2021 bis 2023 um 22% senken – ohne Einbussen beim Geschmack

Keine künstlichen Zusatzstoffe in bestehenden und neuen Produkten einsetzen

Unser Beitrag zu den SDGs



SDGs = Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN)

Diese Zutaten haben wir im Jahr 2020 eingekauft

