

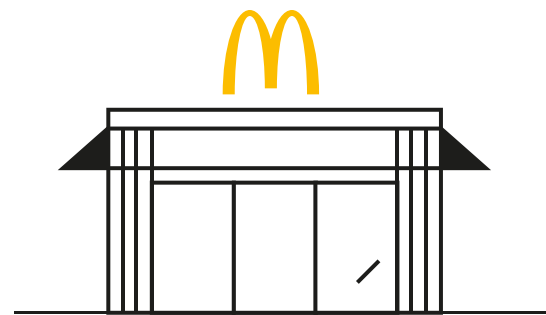
Welchen Mehrwert hat McDonald's für die deutsche Wirtschaft?



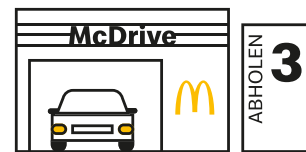
Eine Studie über den ökonomischen Einfluss der Marke



McDonald's Deutschland in Zahlen



1.385
Restaurants



1.068
Restaurants
mit McDrive



740
Delivery-
Restaurants

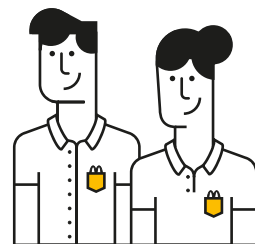


195
Franchise-
Nehmer:innen



165
Nationalitäten

rund
67.000
Mitarbeiter:innen*



1,84 Mio.
Gäste pro Tag



Alle Zahlen beziehen sich auf das Jahr 2023

Vorwort



„McDonald's spielt eine entscheidende Rolle in der deutschen Wirtschaft.“

Sehr geehrte Damen und Herren,

seit über 50 Jahren ist McDonald's ein fester Bestandteil der deutschen Gesellschaft. Das erste Restaurant haben wir 1971 in München eröffnet, seitdem ist viel passiert. Das Land hat sich verändert und auch wir haben uns gewandelt. Inzwischen ist McDonald's der Marktführer in der deutschen Systemgastronomie, mit landesweit 1.385 Restaurants und rund 67.000 Mitarbeiter:innen aus über 160 Nationen, die täglich mehr als 1,84 Millionen Gäste bedienen.

Doch welchen Einfluss hat McDonald's Deutschland tatsächlich auf die Wirtschaft in diesem Land? Um eben das herauszufinden – also wie groß der ökonomische Fußabdruck von McDonald's Deutschland ist –, haben wir von dem renommierten Wirtschaftsforschungsinstitut PESTEL eine Wertschöpfungsstudie erstellen lassen. Vereinfacht gesagt, geht es bei Wertschöpfung um die Wirkung nach einer Ausgabe. Beispielsweise löst ein Auftrag an einen unserer Kartoffellieferpartner bei diesem Umsatz und Gewinn aus, er bezahlt seine Mitarbeitenden, die mit ihrem Einkommen wiederum Waren und Dienstleistungen konsumieren und so weiter. Wir wollten also wissen, wie hoch die Summe ist, die allein durch unser Wirtschaften entsteht.

Einen ähnlichen Effekt gibt es natürlich auch bei den Arbeitsplätzen selbst – McDonald's ist mit seinen Franchise-Nehmer:innen nicht nur der größte Arbeitgeber in der Gastronomie in Deutschland, wir generieren indirekt und nachgelagert bundesweit auch zusätzliche Arbeitsplätze bei unseren Lieferpartnern. Die Ergebnisse der Studie wollen wir im Folgenden kurz vorstellen.

In den vergangenen Jahren haben wir intensiv daran gearbeitet, eine Wertschöpfungskette zu schaffen, die nicht nur effizient und produktiv ist, sondern auch nachhaltig. Wir sind in Deutschland nicht nur fester Teil der Gesellschaft, wir sind auch ein wichtiger Teil der hiesigen Wirtschaft. Das Land, in dem wir agieren, hat eine große Bedeutung für uns, und deshalb investieren wir hier ganz bewusst. Denn wir glauben an den Wirtschaftsstandort Deutschland. Gerade deshalb werden wir in den

kommenden Jahren nicht nur zahlreiche neue Restaurants bauen, sondern auch die bereits existierenden Standorte umfassend modernisieren (siehe Seite 4).

Ein Schlüsselaspekt liegt auch in der Schaffung von Arbeitsplätzen. Allein durch diese Expansion werden etwa 20.000 neue Stellen entstehen. Doch es geht nicht immer nur um die Steigerung von Produktivität, sondern auch darum, unsere Mitarbeiter:innen aus- und weiterzubilden (siehe Seite 6). Kompetente und engagierte Teams bilden das Fundament für unseren Erfolg, und wir sind stolz darauf, einen Beitrag zur beruflichen und persönlichen Entwicklung vieler Menschen hier in Deutschland zu leisten.

Darüber hinaus setzen wir auf lokale Partnerschaften und Lieferanten, um eine enge Verbindung zur deutschen Landwirtschaft aufrechtzuerhalten und weiter auszubauen (siehe Seite 8). Die Zusammenarbeit mit deutschen Unternehmen ermöglicht eine effizientere und nachhaltigere Logistik durch kürzere Wege und stärkt auch die Wirtschaft in unserer unmittelbaren Umgebung. Wir schätzen die Vielfalt und den Reichtum der deutschen Landwirtschaft und sind bestrebt, durch unsere Partnerschaften einen positiven Einfluss auf die lokale Wirtschaft zu nehmen.

Es geht immer auch darum, einen nachhaltigen und positiven Einfluss auf die Menschen und die Gemeinden zu haben, in denen wir tätig sind. Unsere Verantwortung geht über reine Geschäftstätigkeit hinaus.

Herzliche Grüße

Mario Federico

Vorstandsvorsitzender McDonald's Deutschland LLC

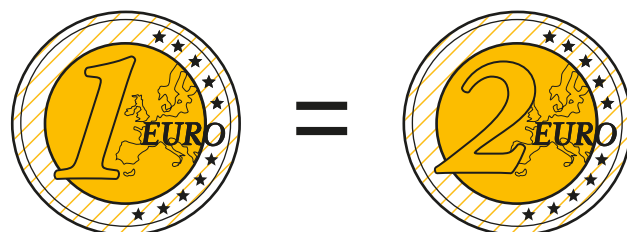
4,3 Mrd. Euro

Bruttowertschöpfung

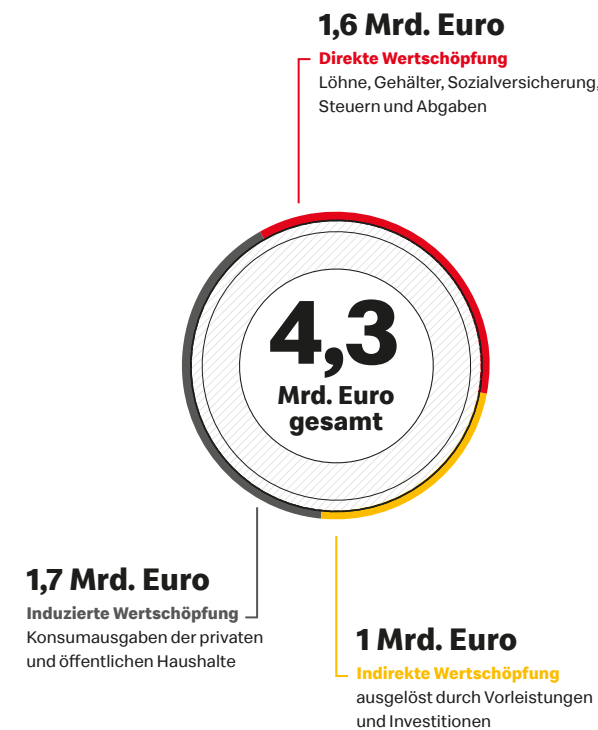
wird in Deutschland durch die Geschäftstätigkeit von McDonald's Deutschland und seinen Franchise-Nehmer:innen ausgelöst

Was bedeutet Wertschöpfung?

McDonald's und seine Franchise-Nehmer:innen haben im Jahr 2022 zusätzlich zur eigenen fast das Doppelte an indirekter und induzierter Wertschöpfung ausgelöst. Das bedeutet, jeder Euro an geschaffener Wertschöpfung durch McDonald's führt im Anschluss zu zwei Euro an Wertschöpfung bei Lieferanten, in der übrigen Wirtschaft und beim Staat.



Zusammensetzung Wertschöpfung



Einnahmen und Ausgaben



„Verantwortungsvoll wachsen – als Unternehmen und als Teil der Gemeinschaft.“

Dr. Christoph Gehrige

Vorstand Finanzen McDonald's Deutschland LLC

Wir haben die Zukunft und die damit verbundenen Anforderungen immer vor Augen. Und wir gehen dabei nicht nur mit der Zeit, wir sind ihr einen Schritt voraus. **In den nächsten Jahren planen wir die Eröffnung von 500 neuen Restaurants in Deutschland.** Zusätzlich werden viele der bestehenden Standorte umfassend modernisiert. Dabei sind wir uns unserer unternehmerischen Verantwortung vor Ort immer bewusst.

Wenn McDonald's in seine Standorte investiert, geht es vor allem um die Erfahrungen, die unsere Gäste machen – den speziellen McDonald's Moment. Neben einem besseren Erlebnis für die Gäste tun wir dies auch für die Erhöhung der Kapazität, die wiederum zu kürzeren Wartezeiten führt. In den Restaurants wenden wir nun eine moderne Farbpalette an und setzen auf zeitgemäße Materialien. So schaffen wir ein einladendes Ambiente.

Nachhaltigkeit ist ein integraler Bestandteil unserer Planungen. An zahlreichen Standorten arbeiten wir deshalb aktiv daran, die Auswirkungen auf die Umwelt noch weiter zu verringern, etwa durch den Bau von Fotovoltaik-Anlagen und von Playlands aus komplett recycelten Materialien.

Unsere Restaurants sind ein steter Anlaufpunkt im Alltag – deshalb ergibt es Sinn, dass sie in Zukunft auch Teil der emissionsfreien Infrastruktur werden. Unser Ziel ist deshalb, insgesamt 1.000 E-Ladestationen an unseren Standorten anzubieten. Dies führt zu nachhaltigem Wachstum – für McDonald's und unsere Gemeinschaft



der Arbeitsplätze

in der Gastronomie werden von McDonald's gestellt

Arbeitsplätze* in der deutschen Gastronomie



770.000 Arbeitsplätze gesamt



„Wir geben allen die Möglichkeit, sich mit uns zu entwickeln.“

Matthias Kutzer

Vorstand Personal McDonald's Deutschland LLC

Arbeit ist viel mehr als Beschäftigung. Arbeit gehört zu unserem Alltag. Sie bringt Menschen zusammen, vereint sie in einer gemeinsamen Mission. Arbeit stiftet Sinn und gibt uns Halt in unübersichtlichen Zeiten, sie treibt Innovationen voran und ist das Fundament unseres gesellschaftlichen Wohlstands.

Als größter Arbeitgeber in der deutschen Gastronomiebranche trägt McDonald's Deutschland deshalb eine besondere Verantwortung – nicht nur gegenüber seinen Mitarbeiter:innen, sondern auch gegenüber der Gesellschaft selbst. Denn der Bereich Beschäftigung unterliegt einem Pull-Effekt. Das bedeutet: McDonald's Deutschland und seine Franchise-Nehmer:innen generieren indirekt und nachgelagert bundesweit zusätzliche Arbeitsplätze, etwa bei unseren Lieferpartnern.

Als Arbeitgeber beschäftigen wir uns auch mit Werten. Unser Land ist bunt und vielfältig – und genau so sind wir bei McDonald's. Bei uns arbeiten Menschen aus mehr als 160 Nationen zusammen. Wir wollen diese Werte in der Gesellschaft und unserem Unternehmen fördern. Deshalb spielen Herkunft, Alter, Geschlecht, Bildungsweg oder sexuelle Orientierung für uns keine Rolle. Es heißt nicht „Woher kommst du?“, sondern „Was kannst du und wohin willst du?“. Als eines der ersten Unternehmen hat McDonald's Deutschland deshalb bereits im Jahr 2007 die Charta der Vielfalt unterzeichnet.

Damit verpflichteten wir uns, Maßnahmen zur Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Vielfalt in der Arbeitswelt umzusetzen.

McDonald's ist stolz darauf, seit mehr als 25 Jahren Teil des dualen Ausbildungssystems in Deutschland zu sein. An der Entwicklung der IHK-zertifizierten Berufsbilder mit Schwerpunkt Systemgastronomie haben wir maßgeblich selbst mitgearbeitet und passen sie weiterhin an die Erfordernisse unserer Zeit an. Je nach Motivation und Leistung stehen den Absolvent:innen alle Türen offen.

Jährlich werden zudem 8.000 Kolleg:innen intern zu verschiedenen Themen fortgebildet und außerdem bilden wir ca. 1.000 Mitarbeiter:innen zu Führungskräften aus. Besonders stolz darauf sind wir, dass Frauen über 50 Prozent der Führungspositionen in den Restaurants innehaben. Wir verstehen uns als Chancengeber. Genau wie die Menschen, die für McDonald's arbeiten, entwickelt sich auch das Unternehmen ständig weiter. Wir geben allen die Möglichkeit, mit uns zu wachsen. Dafür bieten wir unterschiedliche Arbeitszeitmodelle an: Egal, ob arbeiten in Voll- oder Teilzeit oder als Ferienjob, eine duale oder berufsbegleitende Ausbildung, ein duales Studium und umfassende Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten – wir schaffen Karrierewege, die zu den persönlichen Bedürfnissen unserer Mitarbeiter:innen passen.

Der Beschäftigungseffekt

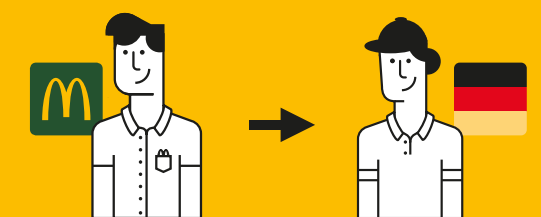
87.300

Arbeitsplätze* in Deutschland

werden direkt und indirekt durch McDonald's und seine Franchise-Nehmer:innen gesichert. Das entspricht in etwa der Einwohnerzahl einer mittelgroßen Stadt in Deutschland.



Unsere Bedeutung für den Arbeitsmarkt



Jeder Arbeitsplatz bei McDonald's schafft einen weiteren in Deutschland

Zusätzlich zu den eigenen Mitarbeiter:innen entstehen auch bei Lieferanten und Partnern Arbeitsplätze durch die Aufträge von McDonald's. Außerdem sorgen unsere Mitarbeiter:innen sowie die Beschäftigten der Lieferanten mit ihrer Kaufkraft für weitere Arbeitsplätze.

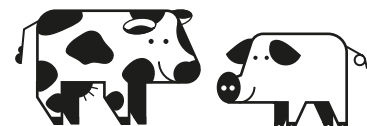
100%

Unser Ziel 2024

aus der Heimat

Unsere Milch und Eier
sowie unser Rind- und Schweinefleisch
stammen aus Deutschland

Unser Plan für mehr Tierwohl



Mehr als nur Standard

Seit dem Jahr 2024 nehmen wir an der Initiative Tierwohl (ITW) teil. Die ITW unterstützt Landwirt:innen finanziell dabei, über die gesetzlichen Standards hinausgehende Maßnahmen zum Tierwohl umzusetzen. Die Umsetzung wird durch neutrale Stellen kontrolliert.

100 Prozent Frühstück

Unsere Frühstückseier stammen zu 100 Prozent aus deutscher Freilandhaltung. Hier setzen wir ausschließlich auf Betriebe, die ohne Kükentöten und Schnabelkürzen sowie GMO-frei produzieren. Die Milch für unsere Kaffeespezialitäten, die wir zu 100 Prozent aus Deutschland beziehen, stellen wir gleichzeitig auf Haltungsform 3 (Außenklima) um.

Bessere Haltung bei Schwein und Rind

Mit unserem Beitritt zur Initiative Tierwohl werden wir unsere Schweinefleischprodukte bis Ende 2024 nach und nach auf Ware umstellen, die zu 100 Prozent den Kriterien der ITW entspricht. Auch unser vollständig QS-geprüftes Rindfleisch beziehen wir zu 100 Prozent aus Deutschland, 20 Prozent davon stammen außerdem aus unserem „BEST Beef“-Programm.



„Eine zukunftsfähige Landwirtschaft braucht nachhaltige Impulse.“

Diana Wicht

Supply Chain Lead, McDonald's Deutschland LLC

McDonald's ist einer der größten Abnehmer von Agrarprodukten aus Deutschland und ein starker Partner für die hiesige Landwirtschaft. Wir beziehen bereits über 60 Prozent unserer Rohwaren aus Deutschland und möchten unsere Investitionen in die heimische Landwirtschaft weiter ausbauen. Denn kürzere Transportwege und vertrauensvolle Lieferbeziehungen sind für uns auch ein Qualitätsgarant. In Abstimmung mit der Science Based Target Initiative hat McDonald's Zielsetzungen entsprechend dem 1,5 °C-Abkommen von Paris erarbeitet. Zur Erfüllung dieser Klimaziele investieren wir mit unseren Partnern in Restaurants und in eine klimafreundlichere deutsche Landwirtschaft. **Mit der Umstellung in 2024 werden beispielsweise 100 Prozent des Schweine- und Rindfleisches aus Deutschland kommen. Eier für die Frühstücksprodukte und Milch für die Kaffeespezialitäten stammen bereits seit längerem ausschließlich aus heimischen Betrieben.** Unsere Salzgurken beziehen wir bereits seit Jahren ausschließlich aus Deutschland.

Eine zukunftsste Landwirtschaft braucht nachhaltige Impulse und verlässliche Partnerschaften. Mit zahlreichen Maßnahmen trägt McDonald's Deutschland dazu bei – und macht dadurch gleichzeitig einen weiteren Schritt zu einem nachhaltigeren und verantwortungsvolleren Unternehmen.

Dazu zählt etwa das McDonald's „Young Farmers“-Programm. Hier stehen wir bereits seit 2017 in engem Austausch mit besonders engagierten Lieferanten und Landwirt:innen, um für die Herausforderungen in der Landwirtschaft innovative Lösungen zu finden. Das Ziel: den Einsatz von Dünger, Pestiziden und Wasser zu minimieren und die Umwelt zu schonen.

Bereits seit 2010 besteht außerdem unser „BEST Beef“-Programm. Damit werden gute landwirtschaftliche Praktiken und eine Verbesserung von Tierwohl und Tiergesundheit bei der Haltung von deutschen Milchkühen belohnt. BEST Beef ist eines der größten laufenden Tierwohlprogramme für Milchvieh in Deutschland und bietet den beteiligten Landwirt:innen eine Abnahmesicherheit. 2023 waren bereits knapp 5.000 landwirtschaftliche Betriebe in das Programm eingebunden.

Unter Berücksichtigung von Aspekten des Klimaschutzes und höheren Haltungsformen bauen wir das „BEST Beef“-Programm weiter aus. Als Branchenführer zeigen wir dadurch, dass Tierwohl und Nachhaltigkeit wichtige Themen für die Gastronomie sind. Davon profitieren nicht nur die Landwirt:innen, sondern auch unsere Gäste.

Der indirekte Arbeitplatzeffekt erklärt



120

Lieferpartner
versorgen McDonald's
mit Ware

dadurch entstehen

13.000

langfristig gesicherte
Arbeitsplätze bei unseren
Lieferanten



Zuverlässiger Partner der deutschen Landwirtschaft



65%
aller Rohwaren stammen
aus Deutschland

Die Qualität unserer Rohwaren und Produkte ist für uns nicht verhandelbar – vom Feld bis aufs Tablett. Langjährige Beziehungen und Vertrauen sind dafür unerlässlich. Deshalb arbeiten wir mit unseren Lieferpartnern teilweise schon jahrzehntelang zusammen.



„Zukunft geht nicht ohne Verantwortung.“

Markus Weiß

Unternehmenssprecher und Impact Lead, McDonald's Deutschland LLC

Was macht ein Unternehmen erfolgreich? Sicherlich sind es gute Umsätze und Finanzzahlen. Auch weitere Faktoren wie Zufriedenheit der Mitarbeitenden, Innovation und Sinn für Zukunft sowie gelungene Marketingkampagnen gehören dazu. Aber wir als McDonald's geben uns damit nicht zufrieden. Wir wollen darüber hinaus in den Gemeinden, in denen wir tätig sind, eine positive Wirkung entfalten. Bereits im Jahr 2020 haben wir deshalb unsere **globale Impact-Strategie** formuliert, die auf den unten genannten vier Säulen basiert.

Seitdem haben wir viel erreicht. Durch eine umfassende Strategie zur Reduzierung von Verpackungsmüll und Plastik konnten wir bereits mehr als 3.600 Tonnen Plastik einsparen. Bis 2025 werden dann alle McDonald's Gästeverpackungen für Burger, Pommes & Co. aus erneuerbaren, recycelten oder nachhaltig zertifizierten Materialien bestehen. Und das weltweit.

Über das gesamte System McDonald's hinweg arbeiten wir daran, Kreisläufe zu schließen oder neue Materialien einzuführen. Wir haben Plastikdeckel abgeschafft und bieten bereits seit vielen Jahren Mehrwegoptionen an – sogar schon, bevor die gesetzliche Verpflichtung dazu entschieden wurde. Selbst die Saucenverpackungen werden auf mehr Nachhaltigkeit optimiert. Durch unsere

Tragweite haben selbst kleine Veränderungen eine große Wirkung. Nachhaltiges Wirtschaften ist für uns nicht nur ein Prozess, der schnellstmöglich abgeschlossen wird. Nachhaltigkeit bedeutet für uns dauerhaftes Umdenken und langfristigen Einsatz. Gleichzeitig zeigen wir unseren Gästen, dass mehr Achtsamkeit und Müllvermeidung nicht automatisch mit weniger Komfort verbunden sein muss.

Einen großen Beitrag zu einem besseren McDonald's leisten auch unsere Franchise-Nehmer:innen. Sie sind unsere Vertreter:innen vor Ort und kümmern sich stets auch abseits des Kerngeschäfts um ihre Gemeinden – sei es durch das Sponsoring von lokalen Sportvereinen, Spenden- oder Müllsammelaktionen. Über 85 Prozent unserer Franchise-Nehmer:innen engagieren sich vor Ort im sozialen oder Umweltbereich.

Wir haben also schon viel erreicht, aber natürlich sind wir noch lange nicht am Ziel. Gemeinsam mit Stakeholder:innen arbeiten wir an Lösungen, die abseits von unserem Unternehmen einen positiven Impact auf die Gesellschaft und die Umwelt haben. Und wir suchen gezielt den Dialog, denn nur im Austausch können wir uns gemeinsam weiterentwickeln. Am Ende braucht es nicht immer viel. Aber es braucht viele, um zusammen etwas Großes zu bewegen.

Unsere Impact-Strategie

Uns geht es um mehr als nur darum, gute Burger zu servieren. Als Teil einer Gemeinschaft wollen wir unser Umfeld fördern und die Menschen bei dem unterstützen, was ihnen wichtig ist. Unser Fokus liegt dabei auf diesen vier Bereichen:



Qualität & Lieferkette

Hinter McDonald's stehen viele lokale, nationale und internationale Lieferanten, die genau den gleichen Anspruch haben wie wir: ein hohes Verständnis für Qualität und den Wunsch nach kontinuierlicher Verbesserung.

Umwelt & Verpackung

McDonald's arbeitet kontinuierlich an der Optimierung seiner Verpackungen, der Reduzierung von Verpackungsmaterialien und Plastik sowie an neuen Recyclingwegen.

Gesellschaftliches & lokales Engagement

Wir setzen uns ein für eine starke Gemeinschaft. Wir glauben an das Miteinander von Menschen. Egal, wo sie herkommen, was sie lieben und wen sie lieben. Dafür stehen wir – und dafür stehen wir auch ein.

Arbeitgeber & Vielfalt

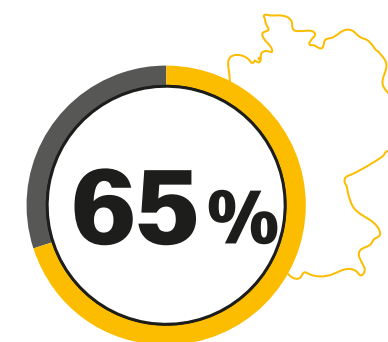
Als größter Arbeitgeber in der Gastronomie in Deutschland bieten wir unseren Mitarbeiter:innen flexible Arbeitszeitmodelle, einen fairen Umgang, eine der jeweiligen Tätigkeit angemessene Entlohnung und vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten.

Bruttowertschöpfung



Jeder Euro an geschaffener Wertschöpfung durch McDonald's führt zu zwei Euro an Wertschöpfung

Herkunft der Rohwaren

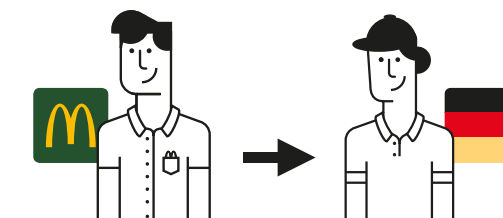


aller Rohwaren stammen aus Deutschland

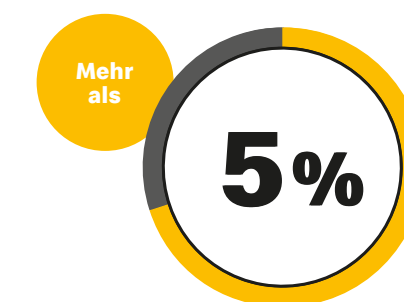


stammen zu **100%** aus Deutschland

Unsere Bedeutung für den Arbeitsmarkt



Jeder Arbeitsplatz bei McDonald's schafft einen weiteren in Deutschland



der Arbeitsplätze in der Gastronomie werden von McDonald's gestellt

Indirekter Arbeitsplatzeffekt

120

Lieferanten versorgen McDonald's mit Ware



dadurch entstehen

13.000

langfristig gesicherte Arbeitsplätze bei unseren Lieferanten



IMPRESSUM

Redaktion

McDonald's Deutschland LLC
Impact: Markus Weiß,
Katharina Müller,
Sabrina Drescher

Text & Gestaltung

DDB Germany
Blumenstraße 28
80331 München

Kontakt

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

T: +49 89 78594 413
F: +49 89 78594 479
E-Mail: verantwortung@mcdonalds.de
betterm.mcdonalds.de

Pressekontakt: presse@mcdonalds.de



Better 

Mehr Informationen unter
betterm.mcdonalds.de