

Better 

NACHHALTIGKEITSUPDATE

2023





„NUR WENN WIR UNS IMMER WIEDER NEU ERFINDEN, BLEIBEN WIR ZUKUNFTS-FÄHIG.“

Mario Federico
Vorstandsvorsitzender McDonald's Deutschland LLC

Ein noch besseres Frühstücksangebot, modernere Restaurants, in denen sich Gäste wie auch Mitarbeitende wohlfühlen, dazu ein Bekenntnis zur deutschen Landwirtschaft: Mario Federico, Vorstandsvorsitzender McDonald's Deutschland LLC, und Arndt Heiderich, Sprecher des McDonald's Franchisee Leadership Councils, sprechen im Interview über große und kleine Veränderungen im McDonald's Kosmos.

Herr Federico, können Sie uns beschreiben, wie McDonald's in der Zukunft aussehen wird?

Mario Federico: Wir werden auf jeden Fall weiterwachsen. In den nächsten Jahren eröffnet McDonald's in Deutschland bis zu 500 weitere Restaurants. Außerdem werden wir bestehende Restaurants umfassend modernisieren. Wir wollen den hohen Erwartungen, die nicht nur unsere Gäste, sondern auch unsere Mitarbeitenden an uns haben, gerecht werden. Es geht um schnelleren Service, eine noch höhere Qualität, mehr Nachhaltigkeit und modernere Arbeitsplätze. Denn eines steht fest: Nur wenn wir uns immer wieder neu erfinden, bleiben wir zukunftsfähig.

Was bedeutet das konkret?

Mario Federico: Verantwortung für Mensch und Umwelt ist für uns kein leeres Versprechen. Ob bei der Planung

neuer Standorte, bei der Weiterentwicklung unseres Produktangebots oder bei der täglichen Arbeit in den Restaurants: Natürliche Ressourcen verantwortungsvoll einzusetzen, ist für uns die Grundlage unseres Handelns. Dazu gehört auch, dass wir an unseren Standorten ein guter Nachbar sind. Wir müssen sorgsam mit Verpackungen umgehen, in unseren Restaurants ebenso wie in ihrem Umfeld. Unser Ziel ist es, die Beschaffenheit und den Einsatz von Verpackungsmaterial weiter zu verbessern sowie Wertstoffkreisläufe noch enger zu schließen.

An allen unseren Standorten wollen wir einen positiven Beitrag leisten, beispielsweise auch durch den Bau von Photovoltaikanlagen auf neuen Restaurants, Playlands aus komplett recycelten Materialien oder den Ausbau unseres Angebots an Schnellladestationen für Elektrofahrzeuge. Rund 600 haben wir bereits aufgestellt. Unser Ziel ist es, in den nächsten Jahren an nahezu allen McDrive® Standorten Ladestationen für Elektroautos zu installieren.

Herr Heiderich, was bedeutet die Modernisierung der Restaurants aus Sicht der Franchise-Nehmenden und wie profitieren Ihre Gäste davon?

Arndt Heiderich: Das bedeutet vor allem, dass wir ganzheitlich denken. Wir möchten nicht nur, dass unsere Gäste sich wohlfühlen bei uns, auch unsere Mitarbeitenden profitieren beispielsweise von vereinfachten

„JEDEN TAG BESONDERE MOMENTE FÜR UNSERE GÄSTE – DAS IST UNSER ANSPORN.“

Arndt Heiderich
Sprecher des McDonald's Franchisee Leadership Council

Arbeitsabläufen. Das neue Küchen- und Servicekonzept macht es uns möglich, mehr Gäste schneller zu bedienen. Darüber hinaus bieten wir unseren Gästen in den modernisierten Restaurants mit den digitalen Bestellterminals, der McDonald's App sowie einem McDrive® mit zwei Spuren zeitgemäße und vielfältige Bestellmöglichkeiten. Der Weg für den Gast von der Bestellung bis zum Biss in den Burger ist nun noch einfacher. Neben aller Digitalisierung gilt natürlich nach wie vor: Gastlichkeit ist Trumpf. So gibt es selbstverständlich auch künftig unseren beliebten Tischservice.

Auch an den McDrive® gibt es spürbare Veränderungen: Beispielsweise können die Gäste dort eine zweite Spur nutzen, sodass sie die geordneten Produkte schneller in Empfang nehmen können. Denn natürlich gehört zu einem guten Restaurantlebnis auch, dass die Bestellungen zügig abgearbeitet werden.

Auf was können sich die Gäste noch freuen?

Mario Federico: Ganz grundlegend auf eine hohe Qualität der für unsere Produkte eingesetzten Rohwaren, die unter anderem auf der engen Partnerschaft mit der deutschen Landwirtschaft beruht. Schließlich beziehen wir immer mehr Rohwaren zu 100 Prozent aus Deutschland, darunter das Rindfleisch für unsere Burger und die Milch für unsere Kaffeespezialitäten. Eng damit verbunden ist das gemeinsame Engagement mit unseren Lieferanten



und Landwirt:innen für mehr Tierwohl. So sind wir seit 2024 Partner der ITW (Initiative Tierwohl) und haben in unserem neuen Frühstücksangebot Produkte mit entsprechender Herkunft und Kennzeichnung. Stichwort Frühstück: Dieses ist eine unserer Top-Prioritäten für 2024.

Arndt Heiderich: Mit unserem neuen Frühstücksangebot bieten wir unseren Gästen ein umfassendes Versprechen. Das beginnt bei deutschlandweit einheitlichen Öffnungszeiten am Morgen und natürlich mit einem vielfältigen Angebot, das auch bestens zum Mitnehmen geeignet ist. Mit unserem neuen Frühstück decken wir alle Bedürfnisse für die erste Mahlzeit des Tages ab – vom klassischen McMuffin® bis hin zu unseren absoluten Highlights wie etwa dem Big Morning Egg mit knackigem Körnerbrötchen und frisch aufgeschlagenem, gegartem Ei aus 100 Prozent deutscher Freilandhaltung. Es gibt auch leckere süße Alternativen – und was nie fehlen darf, ist eine unserer hochwertigen Kaffeespezialitäten. All das gibt es bei uns für einen bezahlbaren Preis. Verbunden mit unserem Fokus auf Qualität bietet McDonald's also nicht nur guten Geschmack, sondern auch ein gutes Gefühl beim Genuss – und das schon beim Start in den Tag!

McDONALD'S DEUTSCHLAND IN ZAHLEN

195
FRANCHISE-
NEHMER:INNEN

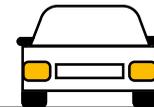
1.385
RESTAURANTS

+ ca. 500
in den nächsten
Jahren



1.068
RESTAURANTS
MIT McDRIVE®

McDrive



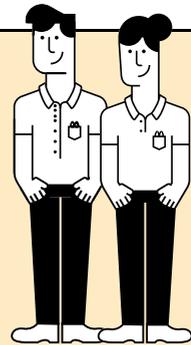
ABHOLEN
3

740
McDELIVERY®
RESTAURANTS



Better 

Alles über unsere Maßnahmen
erfährst du auf den nächsten
Seiten oder auf:
bettermcdonalds.de



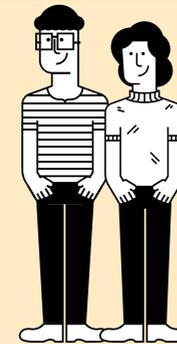
66.686

MITARBEITER:INNEN
IN RESTAURANTS UND
VERWALTUNG



120

LIEFERPARTNER
VERSORGEN
McDONALD'S
MIT WARE



1,84 Mio.
GÄSTE PRO TAG

Alle Zahlen in dieser Broschüre beziehen sich, wenn
nicht anders angegeben, auf den 31.12.2023.

UNSER FOKUS: 4D!



Drive

Mittlerweile haben wir 1.068 Restaurants mit McDrive®. Gleichzeitig bauen wir die Kapazität der bestehenden McDrive® kontinuierlich aus: Ein zusätzlicher Bestellpunkt verkürzt die Wartezeit. Auch ein drittes Fenster im McDrive® sorgt dafür, das Gästelerlebnis weiter zu verbessern.



Digital

Die Welt wird digitaler und mit ihr selbstverständlich auch McDonald's. Allein im Jahr 2023 haben über 13 Millionen Menschen in Deutschland unsere McDonald's App heruntergeladen. Die Treue unserer Fans wollen wir belohnen – mit Angeboten, die ihre Wünsche widerspiegeln. Das machen wir etwa über unser Bonusprogramm MyMcDonald's Rewards. Schon über 17 Millionen Menschen haben sich registriert.



Delivery

Mit Lieferservices können sich unsere Gäste ihren persönlichen McDonald's Moment auch nach Hause bringen lassen. Deshalb haben wir bereits 740 Restaurants mit Delivery-Option.



Development

Unsere Restaurants entwickeln wir stetig weiter und passen sie den sich ändernden Gästewerwartungen an. Unser neues Restaurantkonzept beinhaltet neben erweiterten Servicemöglichkeiten auch mehr Kapazität in der Küche. Damit können unsere Gäste ihre Bestellungen noch einfacher aufgeben und schneller bekommen. Auch unsere Restaurant-Teams profitieren von den Neuerungen, etwa durch optimierte Abläufe, die die Arbeit vereinfachen. Zudem haben wir schon 23 Restaurants mit Photovoltaikanlagen ausgestattet. Im Jahr 2023 wurden 16 Standorte neu eröffnet und 12 bestehende Restaurants umgebaut.

IN DEINER NÄHE. AUS DEINER NÄHE.

Wir setzen auf beste Qualität unserer Rohwaren und eine enge Partnerschaft mit der deutschen Landwirtschaft. Denn guter Geschmack und Nachhaltigkeit gehören für uns zusammen.

McDonald's ist einer der größten Abnehmer von Agrarprodukten aus Deutschland und somit ein starker Partner für die hiesige Landwirtschaft. Wir beziehen bereits 65 Prozent unserer Rohwaren aus Deutschland und möchten unsere Investitionen in die heimische Landwirtschaft noch weiter steigern. Viele wichtige Waren wie Rindfleisch, Milch und Eier beziehen wir schon jetzt zu 100 Prozent aus Deutschland. Denn möglichst kurze Transportwege und vertrauensvolle Lieferbeziehungen sind für uns auch ein Qualitätsgarant.

Eine zukunftsfeste Landwirtschaft in Deutschland braucht nachhaltige Impulse – und verlässliche Partnerschaften. Mit zahlreichen Maßnahmen trägt McDonald's Deutschland dazu bei. Dazu zählt auch unser Beitrag Anfang 2024 zur Initiative Tierwohl, die sich für bessere Haltungsbedingungen einsetzt. Die ITW unterstützt Landwirt:innen finanziell dabei, über die gesetzlichen Standards hinausgehende Maßnahmen zum Wohl von

Nutztieren zu ergreifen. Die Umsetzung dieser Maßnahmen wird durch neutrale Kontrollstellen regelmäßig kontrolliert. Dadurch machen wir gleichzeitig einen weiteren Schritt, um zu einem noch nachhaltigeren und verantwortungsvolleren Unternehmen zu werden.

Diese wichtigen Botschaften wollen wir vor allem für unsere Gäste erlebbar machen. Deshalb kommunizieren wir 2024 unter dem Motto „In deiner Nähe. Aus deiner Nähe.“ in den Restaurants wie auch in der digitalen Welt und auf Werbeträgern im öffentlichen Raum rund um Qualität und Herkunft unserer Rohwaren. Wir zeigen damit, dass unsere Gäste sich jederzeit auf die hohe Qualität der Produkte in unseren Restaurants verlassen können, vom Feld bis aufs Tablett. Um die Ernsthaftigkeit und Glaubwürdigkeit der Kampagne zu unterstreichen, sind auf den Motiven ausschließlich „echte“ Mitarbeiter:innen und Landwirt:innen abgebildet.

120 Lieferpartner versorgen McDonald's Deutschland mit Ware



UNSERE ROHWAREN IM FOKUS

Wir setzen auf nachhaltige Lieferketten und noch mehr Qualität

MILCH



Seit April 2024 haben wir die Kuhmilch für unsere Kaffeespezialitäten, die bereits seit vielen Jahren zu 100 Prozent aus Deutschland kommt, auf Haltungsform 3 (Außenklima) umgestellt. Dies bedeutet unter anderem, dass für jede Milchkuh ein Liegeplatz vorhanden ist und die Kühe im Offenfrontlaufstall oder im Laufstall mit Weidegang bzw. Laufhof gehalten werden.

SCHWEIN



Im Lauf des Jahres 2024 stellen wir unsere Schweinefleischprodukte nach und nach auf Ware um, die zu 100 Prozent den Kriterien der ITW und damit der Haltungsform 2 (Stallhaltung plus) entspricht. Damit haben die Schweine unter anderem mehr Platz im Stall. Das erste auf 100 Prozent ITW umgestellte Produkt ist das sogenannte „Sausage Patty“, das wir für unser neues Frühstück eingeführt haben. Ab Ende 2024 gilt für alle unsere Schweinefleischprodukte: 100 Prozent ITW-Ware, 100 Prozent aus Deutschland. Dies bedeutet, dass Aufzucht und Mast der Schweine in Deutschland erfolgen müssen.



EIER

Die Eier für unsere Frühstücksprodukte wie den McMuffin® Egg kommen nicht nur zu 100 Prozent aus Freilandhaltung, sondern auch aus Deutschland. Zudem werden die Eier durch Bruderhahnaufzucht oder Geschlechtsfrüherkennung im Ei ohne Kükenötung produziert. Ebenso ist das Kürzen der Schnäbel tabu. Das Futtersoja stammt bereits seit 2017 ausschließlich aus europäischem und entwaldungsfreiem Anbau. Mit unserem Eierlieferanten ovofit aus Neumarkt-Sankt Veit in Oberbayern verbindet uns seit 1986 eine enge Partnerschaft.



RIND

Das Rindfleisch für unsere Burger kommt zu 100 Prozent aus Deutschland und von Rindern, die zu 100 Prozent gemäß den Anforderungen des QS-Prüfsystems gehalten wurden. Und: Mit unserem „BEST Beef“-Programm erhalten Milchkühe beispielsweise mehr Platz im Stall oder werden vermehrt auf der Weide gehalten. Aktuell stammen bereits 20 Prozent unseres Rindfleisches aus dem „BEST Beef“-Programm (siehe folgende Seite).



HUHN



Für das hierzulande bezogene Hühnerfleisch haben wir uns zum Ziel gesetzt, 2025 auf 100 Prozent ITW-Ware/Haltungsform 2 umzustellen, was auch hier mehr Platz im Stall bedeutet. Darüber hinaus bekommen die Hähnchen gemäß McDonald's eigenen Standards Beschäftigungsmaterial bereitgestellt.

KAFFEE

Die Bohnen für unsere Kaffeespezialitäten sind nicht nur 100 Prozent Arabica, sondern auch 100 Prozent Rainforest Alliance-zertifiziert. Das Siegel mit dem grünen Frosch besagt, dass das zertifizierte Produkt oder eine seiner Zutaten nach Methoden hergestellt wurde, welche die drei Säulen der Nachhaltigkeit stützen: sozial, wirtschaftlich und ökologisch.

BESTES FLEISCH

McDonald's ist weltweit und auch in Deutschland einer der größten Abnehmer für Rindfleisch und trägt deshalb eine besondere Verantwortung. Diesem Anspruch werden wir gerecht und arbeiten mit unterschiedlichen Programmen daran, die Entwicklung einer nachhaltigen und zukunftsfähigen Fleischerzeugung voranzutreiben. Aus diesem Grund haben wir bereits 2010 gemeinsam mit Partner:innen aus Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Wissenschaft ein Bonusprogramm entwickelt: „BEST Beef“ ist ein Programm für deutsche Milchkühe und steht für „Bündnis für Exzellenz, Sicherheit und Transparenz in der Wertschöpfungskette“ in der Rinderhaltung. Ende 2023 stammten 20 Prozent des Rindfleisches aus dem „BEST Beef“-Programm. Das entspricht beinahe einer Verdoppelung gegenüber dem Vorjahr.

Diese Ausweitung zeigt deutlich den nachhaltigen Weg, den wir mit der deutschen Landwirtschaft gehen. Landwirt:innen, die an dem Programm teilnehmen, werden mit einer Prämie und Abnahmesicherheit belohnt. Über 7 Millionen Euro wurden in über 10 Jahren an die Programtteilnehmer:innen ausgezahlt. Darüber hinaus bietet das „BEST Beef“-Programm Landwirt:innen die Möglichkeit zur Teilnahme an Workshops und Netzwerkveranstaltungen oder auch Projektunterstützung.

Im Gegenzug müssen die Landwirt:innen diverse Anforderungen erfüllen. Beispielsweise haben die Milchkühe aus dem „BEST Beef“-Programm mehr Platz im Stall



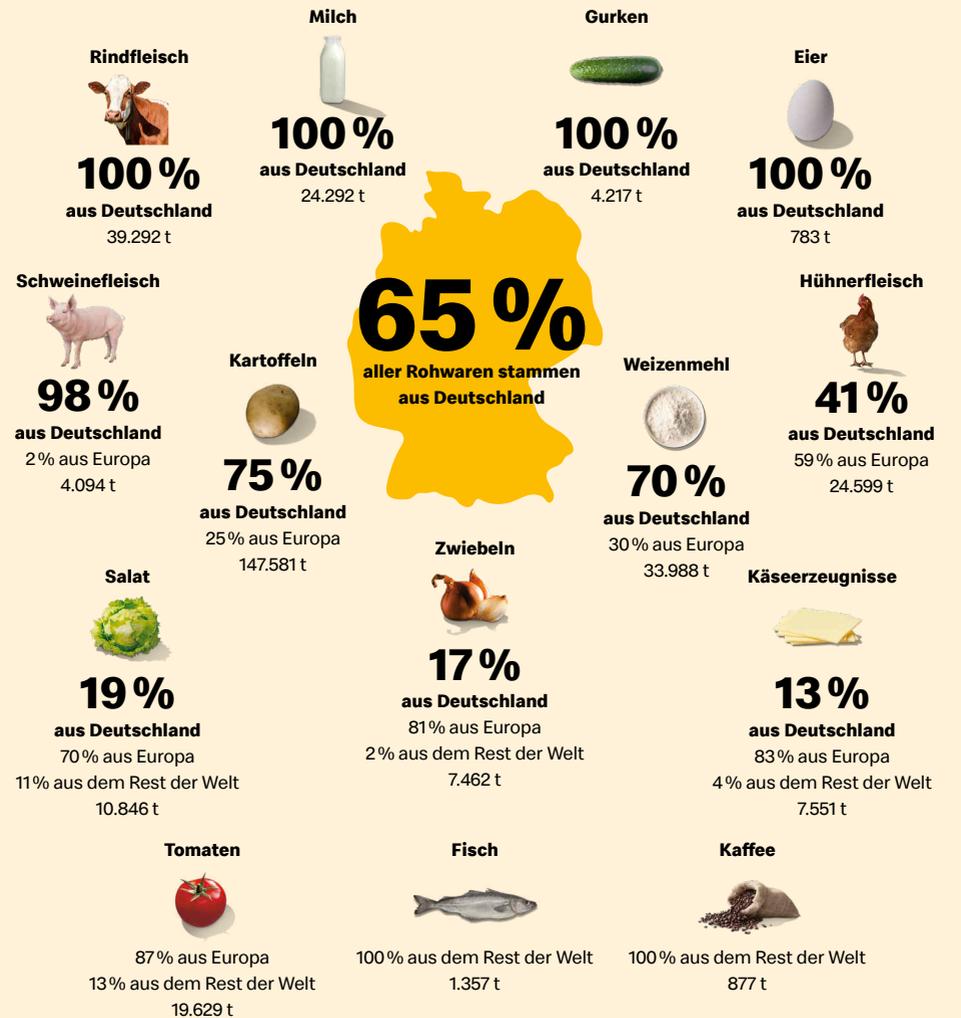
20 %
„BEST Beef“-
Anteil beim
Rindfleisch

oder werden vermehrt auf der Weide gehalten. Sie leben länger am Hof und weisen dadurch eine verbesserte Klimabilanz ihrer Milch und ihres Fleisches auf. Auch in den kommenden Jahren werden wir „BEST Beef“ weiter ausbauen und haben dabei auch aktuelle Entwicklungen sowie Anforderungen wie zum Beispiel die Entwicklung des staatlichen Tierwohllabels im Blick. 2023 wurde beispielsweise die Haltungsform 3 immer weiter im System gefestigt. Für die Zukunft wird auch Haltungsform 4 berücksichtigt und das Programm vermehrt auf Klimafaktoren eingehen. So stellen wir sicher, dass bei der Milchkühhaltung nicht nur Tierwohl und Tiergesundheit verbessert werden, sondern auch die Klimabilanz positiv beeinflusst wird.



4.898
Landwirt:innen
beteiligen sich
am „BEST Beef“-
Programm von
McDonald's

UNSERE ROHWAREN



QUALITÄT MIT SIEGEL



Unser Fisch – zu 100% aus zertifiziert nachhaltiger Fischerei



Unsere Shrimps – zu 100% aus zertifiziert verantwortungsvoller Aquakultur



Unser Happy Meal® – mit drei zertifizierten Bio-Produkten zur Auswahl



Der Kaffee für unsere Heißgetränke – zu 100% Rainforest Alliance-zertifiziert

Nähere Informationen unter ra.org

QUALITÄT UND LIEFERKETTE

DIE ZUKUNFT DER LANDWIRTSCHAFT



Als Branchenführer zeigen wir, dass Tierwohl und Nachhaltigkeit wichtige Themen für die Gastronomie sind. Mit unserem „Young Farmers“-Programm fördern wir innovative Praktiken und Standards – und zwar über die gesamte Lieferkette hinweg. Hier stehen wir bereits seit

2017 in engem Austausch mit besonders engagierten Lieferanten und Landwirt:innen, um für die Herausforderungen in der Landwirtschaft zukunftsfähige Lösungen zu finden, aber auch politische Anforderungen umzusetzen.

In regelmäßigen Treffen tauschen sich die Teilnehmer:innen des Programms intensiv darüber aus, welche Herausforderungen in der Landwirtschaft heutzutage bestehen und wie ihnen proaktiv begegnet werden kann. Zum Beispiel ist die Nutzung von Kamerasystemen und digitalen Kontrollmethoden im Hühnerstall ein effektives Mittel, um das Verhalten und das Wohlergehen der Tiere jederzeit im Blick zu haben. Aber auch Themen wie Wasserschutz, Versuche mit an Klimaänderungen angepassten Getreidesorten und die Minimierung des Einsatzes von Dünger, Pestiziden und Treibstoff werden in der Gruppe rege diskutiert.

Und so mancher innovative Lösungsansatz wurde auch schon in die Tat umgesetzt: Durch die enge Zusammenarbeit des Pommee-Lieferanten Agrarfrost mit unserem Bun-Lieferanten Lieken werden Kartoffeln und Weizen im Wechsel auf demselben Feld angebaut und damit auf dem Acker ein Kreislauf für McDonald's geschlossen. Zudem konnten mittlerweile weitere Lieferanten in das Fruchtwechselprojekt integriert werden. Ein schönes Beispiel, um nachhaltige Landwirtschaft zu fördern.



Juliane Menke
Landwirtin

Wenn Juliane über ihren Beruf als Landwirtin redet, dann wird schnell klar, mit wie viel Passion sie bei der Sache ist. Seit 2 Jahren ist sie Teil des „Young Farmers“-Programms von McDonald's Deutschland.

Schon als Kind hat sie auf dem elterlichen Hof mitgeholfen und ihren Vater tatkräftig unterstützt. Während des Studiums des Wirtschaftsingenieurwesens im Agrarbereich ergriff sie die Chance, einen Stall zu pachten. Seitdem

betreibt sie ihren eigenen Betrieb mit Hähnchenmast und Ackerbau. Das Wohlergehen der Hähnchen liegt der Landwirtin sehr am Herzen. Schon bei den Stallvorbereitungen wird sehr viel Wert auf Hygiene gelegt. Mindestens zweimal am Tag erfolgen Tierkontrollen. Sehen, fühlen, riechen, hören – alle Sinne werden bei den täglichen Kontrollgängen eingesetzt. Unterstützt wird Juliane von der Stalltechnik.

„Das Wohl der Tiere ist für mich das Wichtigste.“

Von der Fütterung über die Wasserspülung bis hin zur Lüftung, alles wird automatisch geregelt. Dennoch ist die tägliche Feinjustierung der Funktionen notwendig, um zum Beispiel die Lüftung an das Wetter anzupassen. Werden die Sollwerte über- oder unterschritten, erhält Juliane einen Alarm – dann ist sofortiges Handeln erforderlich.

„Der Alarm kann um 3 Uhr morgens oder beim Einkaufen erfolgen. Da muss man flexibel sein.“

Die Teilnahme am „Young Farmers“-Programm ermöglicht ihr den direkten Austausch mit anderen Landwirt:innen. „Es entstehen Synergien, von denen ich auch für meinen eigenen Betrieb profitiere. Zudem finde ich es wichtig, gemeinsam mit McDonald's über Herausforderungen und Lösungen in der Landwirtschaft zu diskutieren.“ Juliane schätzt die Projekte, die McDonald's Deutschland ins Leben ruft. Die Möglichkeit, Neues zu lernen und Technologien zu implementieren, die bereits in anderen Betrieben eingesetzt werden, empfindet Juliane als besonders wertvoll.

Für die Zukunft wünscht sich Juliane eine noch engere Zusammenarbeit mit McDonald's, um sich weiterhin in Projekten für mehr Nachhaltigkeit und Tierwohl einzusetzen.

QUALITÄT ALS GEMEINSAMER WACHSTUMSMOTOR



Margit Kurz-Rotmaier
Geschäftsführerin ovofit

„Das gemeinsame Wachstum von ovofit und McDonald's wäre ohne Vertrauen nicht möglich gewesen.“

Aus heutiger Sicht kaum vorstellbar, aber angefangen hat ovofit 1971 mit dem Verkauf von bunten Eiern auf dem Wochenmarkt. Als McDonald's 1986 den damaligen mit Ei garnierten Chefsalat einführte, suchte das Unternehmen nach einem Lieferanten, der seine für die damalige Zeit äußerst fortschrittlichen Anforderungen an die Qualität der Eier erfüllen konnte.

ovofit war bereit, darauf einzugehen und seinen Betrieb von Grund auf umzustellen. Und mit diesem beiderseitigen Qualitätsverständnis sind beide Unternehmen in den darauffolgenden fast vier Jahrzehnten an- und miteinander gewachsen. Der nächste große Schritt war die Einführung des ersten Frühstücksangebots bei McDonald's Anfang der 1990er-Jahre, zu dem der Systemgastronom mit seinem Eierlieferanten ein für Deutschland neuartiges Sandwich mit einem runden Ei kreierte: den Egg McMuffin®. Es folgten weitere Meilensteine in der Weiterentwicklung der Qualitätsstandards: 1991 führte der Spezialist für Eiprodukte auf Initiative von McDonald's hin das HACCP-Konzept ein, das seither für ein Höchstmaß an Lebensmittelsicherheit im Betrieb sorgt.

Dann, vor über 25 Jahren, fiel die zukunftsweisende Entscheidung von McDonald's, nur noch Freiland Eier für die Frühstücksprodukte und Salate zu verwenden. Auch hier beschloss ovofit mitzugehen, suchte Landwirt:innen, die bereit waren, in die neue Haltungsform zu investieren und komplett neuartige Stallungen zu bauen.

Einer der landwirtschaftlichen Betriebe, der 1998 direkt einen Legehennenstall auf Freilandhaltung umstellte und 1999 in die McDonald's Lieferkette einstieg, ist die „Thanninger Freiheit“ der Familie Aigner. Gerhard Aigner führt den Betrieb schon in der 3. Generation. Für ihn steht ganz klar die Freude an der Arbeit und am

Umgang mit den Tieren im Vordergrund.

Ohne die Zusammenarbeit wäre die Thanninger Freiheit niemals zu einem so großen und qualitätsorientierten Betrieb geworden. Apropos Qualität: Sie steht bei dem Eierproduzenten ganz oben, Auszeichnungen wie die KAT-Zertifizierung belegen, dass die Tiere in diesem Betrieb weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus gehalten werden. Für Gerhard Aigner gilt der Grundsatz: Den Tieren muss es gut gehen.

Die Hennen, von denen die Eier für das McDonald's Frühstück kommen, leben auf der Thanninger Freiheit in Freilandhaltung. So können sie tagsüber an der frischen Luft umherlaufen, picken und scharren, darüber hinaus haben sie auch im Stall viel Platz, mehr als gesetzlich vorgeschrieben. Das Kürzen der Schnäbel ist tabu. Und schließlich sorgt der Einsatz moderner Technik dafür, dass männliche Küken gar nicht erst ausgebrütet werden. Alternativ werden sie aufgezogen und danach vermarktet. Gerhard Aigner baut sogar Feldfrüchte wie Mais und Weizen als Futter für die Hühner selbst am Hof an. Damit noch nicht genug: Über eine hauseigene Biogasanlage nutzt er den Hühnermist zur Energiegewinnung, die Gärreste aus der Anlage dienen als Dünger für seine Felder. Wenn das mal keine perfekte Kreislaufwirtschaft ist.

2023 trat Gerhard Aigner dem „Young Farmers“-Programm bei. Daran schätzt er den Austausch mit Landwirt:innen aus allen Bereichen. Beispielsweise interessiert er sich vor allem für gentechnikfreie Fütterung, schließlich hat er schon vor 10 Jahren das sogenannte Donausoja, also Soja, das entlang der Donau angebaut wird, bei sich eingesetzt. Was Aigner besonders am Herzen liegt? Langjährige Lieferbeziehungen, denn die gehören für ihn auf jeden Fall zu einer nachhaltigen Betriebsführung.

Das Bewusstsein in der Gesellschaft für sichere Lebensmittel und gutes Essen ist in den letzten Jahren gestiegen. Aber es ist nach wie vor viel zu wenig.



Gerhard Aigner
Eierproduzent und Lieferant für ovofit

„Langjährige Lieferbeziehungen gehören für mich ganz klar zu einer nachhaltigen Betriebsführung.“

DIE KRAFT DER DREI R

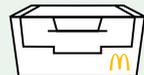
Bei McDonald's halten wir uns an das Prinzip der drei R. Das steht für Reduce, Reuse und Recycle. Es geht also darum, Verpackungsmengen so weit wie möglich zu reduzieren, Verpackungen wiederzuverwenden und das Recycling sowie die Recyclingfähigkeit unserer Verpackungen zu erhöhen. Dazu arbeiten wir ständig

daran, unsere Verpackungen zu verbessern. Gemeinsam mit unseren Gästen und Mitarbeitenden gehen wir umsichtig mit gebrauchten Verpackungen um und schließen Wertstoffkreisläufe: So sind die drei R eine wichtige Strategie im nachhaltigen Umgang mit unseren Ressourcen.

Unsere Maßnahmen für weniger Verpackungen



Seit April 2023 verzichten wir vollständig auf die Plastikdeckel für unsere Getränke – für Außer-Haus-Bestellungen gibt es eine Alternative aus Papier. Dadurch haben wir rund 559 Tonnen Plastik im Jahr 2023 eingespart.



Durch die Umstellung von Plastik- auf Papierboxen mit integriertem Deckel bei unseren Salaten konnten wir 2023 mehr als 248 Tonnen Plastik einsparen.



Auch im Happy Meal® wollen wir immer nachhaltiger werden. Seit Ende 2020 werden die ausgegebenen Spielzeuge deshalb in Papier statt in Plastik verpackt. Im Frühjahr 2024 gab es im McDonald's Happy Meal® hochwertige Tierfiguren von Playmobil, bei deren Herstellung ein Kunststoff zum Einsatz kam, der zu 95 Prozent auf Zuckerrohr basiert.



Ebenfalls seit April 2023 geben wir Trinkhalme für unsere Softgetränke nur noch auf Nachfrage aus und sparen damit mehr als 500 Tonnen Papier pro Jahr ein.

Zusammengenommen haben wir 2023 durch diese Maßnahmen im Bereich der Gästeverpackungen 738 Tonnen Plastik im Vergleich zum Vorjahr eingespart – und das, obwohl wir täglich im Schnitt knapp 150.000 Gäste mehr bedienen.

EINFACH NUR PAPIER



Seit April 2024 setzen wir beim Verpacken ausgewählter Produkte auf ein neues Wickelpapier. Da es dank neuer Materialzusammensetzung ohne den Einsatz von Plastik* auskommt, kann es dem Papierrecyclingkreislauf zugeführt werden – und wir sparen jährlich 128 Tonnen Plastik ein! Dadurch bestehen nun 98,5 Prozent unserer Gästeverpackungen, die im Restaurant befüllt werden, Vorverpacktes ausgenommen, aus erneuerbaren, recycelten oder zertifizierten Materialien.

GEMEINSAM GEHT'S BESSER



Abfall richtig trennen? Das machen wir schon seit den 1990er-Jahren in jedem Restaurant! So können Verpackungen und sonstige Wertstoffe optimal recycelt werden. Recycling fängt bei uns aber schon im Gästebereich an! Deshalb testen wir seit verganginem Jahr in ausgewählten Restaurants neue Mülltrennstationen, damit uns unsere Gäste bei der korrekten Trennung und späteren Wiederverwertung von Abfällen unterstützen können.

BRINGT UNS EURE BECHER!



Der beste Abfall ist der, der gar nicht erst anfällt. Basierend auf den gesetzlichen Vorgaben hat McDonald's im Dezember 2022 ein eigenes Mehrwegsystem eingeführt. Gegen ein Pfand von 2 Euro können unsere Gäste ihre Getränke und Eis im Mehrwegbecher bestellen. Selbstverständlich besteht auch die Option, den eigenen Becher von zu Hause mitzunehmen und im McCafé® mit Heißgetränken auffüllen zu lassen. Dafür gibt's dann sogar 10 Cent Rabatt.

JEDE:R TUT IHREN/ SEINEN TEIL



Richtig entsorgt, enden Einwegbecher nicht einfach als Müll, sondern liefern einen wertvollen Rohstoff, aus dem mit innovativen Verfahren etwas Neues geschaffen werden kann. Deshalb ist McDonald's Teil der Nachhaltigkeitsinitiative „It's Your Part“. Das Netzwerk aus Systemgastronom:innen, Verpackungsherstellern, Verbänden sowie Kommunen arbeitet daran, im öffentlichen Raum ein dauerhaftes, flächendeckendes Sammelsystem für Papier-Einwegbecher zu schaffen. Dazu gehört unter anderem die Einrichtung von neuen Sammelstellen. Aus den gesammelten Bechern entsteht vielfältig nutzbares Recyclingpapier.

VOM ABFALL ZUR RESSOURCE

Recycling ist neben Verpackungsreduktion und Mehrweglösungen ein wichtiger Schlüssel zu einer nachhaltigen Zukunft. Das setzen wir nicht nur bei unseren Verpackungen um, sondern soweit möglich auch bei allen anderen verwendeten Materialien.



3.083 t
Sonstige Abfälle



37.179 t

Papier, Pappe, Kartonagen

100 Prozent der Papierabfälle, die in unseren Restaurants anfallen, sind grundsätzlich recyclingfähig. Trotz der unvermeidbaren Lebensmittelreste, die den Papierabfällen anhaften, übertreffen wir die gesetzliche Recyclingquote von 90 Prozent.



14.332 t

Speisereste

Die Speisereste bei McDonald's werden nicht einfach weggeworfen, sondern können in Biogasanlagen zur Strom- und Wärmeerzeugung genutzt werden.



11.758 t

Leichtstoffverpackungen

Die in unseren Restaurants anfallenden Leichtstoffverpackungen führen wir im Rahmen unserer eigenen Branchenlösungen dem Recycling zu.



12.842 t

Altspisefett

Das Alt fett aus unseren Restaurants, in dem unsere Pommes frites & Co. frittiert wurden, ist ein wertvoller Rohstoff. Spezielle Dienstleister können es zu Biodiesel weiterverarbeiten.

SAUBERE SACHE

Verpackungen sind nötig, um einen schnellen, hygienischen und unkomplizierten Service zu bieten. Doch verschmutzte Plätze und Grünanlagen sind nicht nur für viele unserer Gäste, sondern auch für uns ein Ärgernis.

Mit beinahe 1.400 Restaurants ist McDonald's so gut wie überall in Deutschland vertreten und tief verwurzelt in den jeweiligen Kommunen. Ein sauberes Restaurantumfeld ist McDonald's deshalb im Sinne der guten Nachbarschaft immer schon ein wichtiges Anliegen. Achtloses Wegwerfen zu verhindern, ist deshalb ein wichtiger Baustein in unserer Strategie zur Müllvermeidung, die wir mit zahlreichen Projekten und Initiativen umsetzen. Dazu zählt zum Beispiel unsere Kampagne „Gib Müll 'nen Korb“, zu der unter anderem spezielle Müllwurfkörbe an McDrive® Ausfahrten ausgewählter Restaurants installiert wurden. Dadurch machen wir es unseren Gästen leicht, das Richtige für die Umwelt zu tun.



GEMEINSAM GEGEN MÜLL

Unsere Mitarbeiter:innen sammeln bei Außenrundgängen regelmäßig achtlos weggeworfenen Müll rund um die Restaurants, die umliegenden Parkplätze, Bushaltestellen oder Grünanlagen ein. Die Durchführung bedarfsgerechter Abfallsammelrundgänge ist seit jeher in unseren Standards fest vorgeschrieben. Über den McDonald's Gästeservice können unsere Gäste außerdem auf „Müll-Hotspots“ hinweisen. Zusammen mit dem Restaurant vor Ort prüfen wir die Situation und arbeiten gemeinsam an einer Verbesserung. Zusätzlich unterstützen unsere Franchise-Nehmer:innen und Restaurantmitarbeiter:innen vielerorts lokale Abfallsammelaktionen. Gemeinsam mit Kommunen, Vereinen oder anderen Unternehmen setzen sie lokale Aktionen um, die auf die Bedürfnisse vor Ort eingehen. Anlässlich des World Cleanup Day 2023 wurden auch die Verwaltungsmitarbeiter:innen des Service-Centers in München aktiv. An nur einem Nachmittag sammelten sie rund um das McDonald's Bürogebäude im Münchner Süden mehr als 100 Kilogramm Müll.

ALLE MACHEN MIT

Pünktlich zum World Cleanup Day 2023 haben wir unsere Restaurants zu einem ganz besonderen Wettbewerb aufgerufen: die McDonald's Better M Crew Competition. Im Rahmen dieses Team-Wettbewerbs konnten die Belegschaften zeigen, was sie in Sachen Nachhaltigkeit draufhaben. Aufgabe war es, vor Ort eine Abfallsammelaktion zu organisieren und Bilder oder Videos sowie eine kurze Beschreibung einzureichen. Für die zweite Aufgabe war Kreativität gefragt: Jede Crew sollte ein nachhaltiges Motiv für einen Getränkebecher entwerfen.

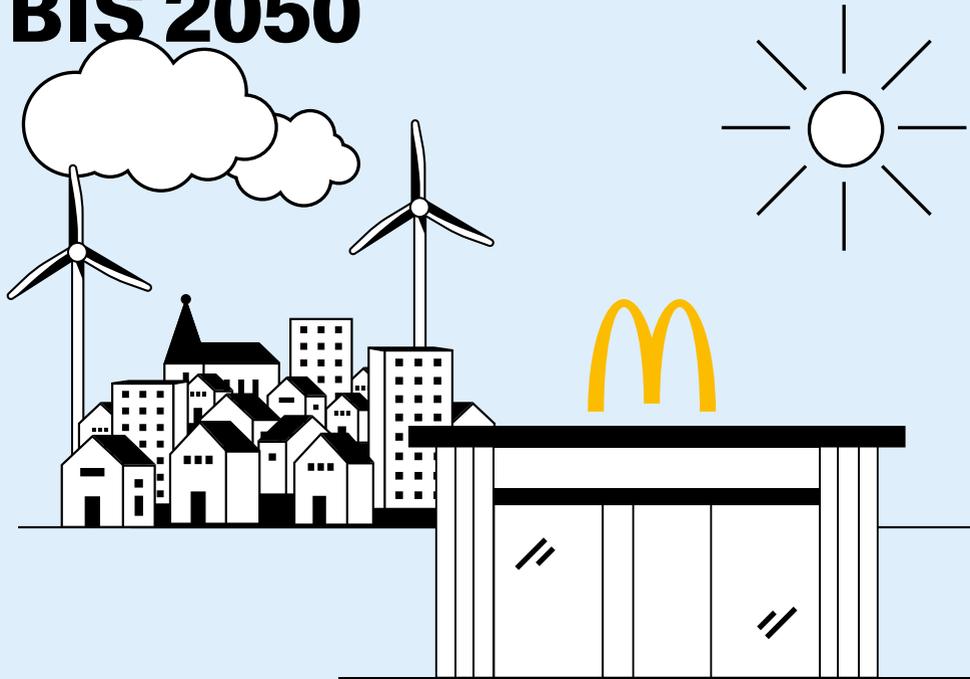
Die zahlreichen Einsendungen haben uns überwältigt! Die Restaurant-Teams organisierten die Sammelaktionen teils in Zusammenarbeit mit Landwirt:innen, städtischen Betrieben oder auch Verwandten von Mitarbeitenden. Auch die Becher-Designs waren höchst kreativ und sind teils richtig professionell gestaltet worden. Immer dabei: jede Menge Spaß bei den Teilnehmenden. Und die Gewissheit, die Welt in vielen kleinen Schritten ein bisschen sauberer zu halten.

VIEL ZU SCHADE



Vermeidbare Lebensmittelabfälle haben auch in Deutschland einen großen Einfluss auf den Klimafußabdruck. Ein Problem, das uns alle angeht. Deshalb kooperiert McDonald's seit Herbst 2023 in einem Pilotprojekt in Berlin mit dem App-Betreiber „Too Good To Go“. Die Nutzer:innen können mithilfe der App Essen, welches sonst weggeworfen werden müsste, zu einem verringerten Preis vor dem Müll retten. Schon in den ersten Wochen des Projekts wurde das McCafé® Angebot über 23.000-mal aufgerufen, von November 2023 bis Juni 2024 konnten knapp 1.300 Portionen McCafé® Produkte gerettet werden. Auch so können wir helfen, Lebensmittelabfälle zu vermeiden, und damit einen weiteren Beitrag zum Klimaschutz leisten.

UNSER ZIEL: NETTO-NULL-EMISSION BIS 2050



Beim Thema Klimaschutz hat sich die McDonald's Corporation weltweit viel vorgenommen: 2021 trat das Unternehmen der „Race to Zero“-Kampagne der Vereinten Nationen bei und bekennt sich damit zu dem Ziel, seine Emissionen bis 2050 weltweit zu reduzieren und die verbleibenden Emissionen auszugleichen.

In diesem Zuge hat die McDonald's Corporation ihre bisherigen für 2030 festgelegten CO₂-Reduktionsziele angepasst und sie auch diesmal von der SBTi (Science Based Targets Initiative) genehmigen lassen. Den globalen Temperaturanstieg unter 1,5 Grad zu halten ist eine gewaltige Aufgabe, die wir nur zusammen meistern können – wir von McDonald's und unsere Lieferpartner. Deshalb investiert McDonald's zur Erfüllung der Scope 1, 2 & 3 Klimaziele mit seinen Partner:innen in die Restaurants

und zusammen mit seinen Lieferpartnern in Produktion und Logistik sowie in eine klimafreundlichere Landwirtschaft.

In den letzten Jahren haben wir auf Basis einer globalen Grundlage in den einzelnen Ländern Berechnungen der landesspezifischen Klimafußabdrücke erstellt. So schafft McDonald's weltweit eine einheitliche Datenbasis und damit die Möglichkeit einer Vergleichbarkeit bezüglich der Planung von Maßnahmen zur Reduktion des Klimafußabdrucks. In Deutschland nutzen wir die Berechnung unseres Klimafußabdrucks 2024 erstmalig, um daraus einen Aktionsplan mit Reduktionsmaßnahmen zu erstellen und damit auch unsere bisherigen Maßnahmen für den Klimaschutz, an denen wir bereits arbeiten, strategisch einzubetten.

100% ÖKOSTROM IN UNSEREN RESTAURANTS



Alle reden davon, wir tun es – und das schon seit 10 Jahren! Denn in beinahe all unseren Restaurants in Deutschland nutzen wir seit 2014 ausschließlich Ökostrom aus Wasserkraft. Ein sauberes Jubiläum! Außerdem setzen wir in unseren firmeneigenen Restaurants sowie unseren Verwaltungen auf ein zertifiziertes Energiemanagement-System nach DIN EN ISO 50001.

Dadurch sind wir in der Lage, den Stromverbrauch stetig zu kontrollieren sowie energetische Optimierungspotenziale für die Restaurants und die Verwaltungsgebäude zu identifizieren.

STROMTANKEN AM McDRIVE®



Die Zusammenarbeit mit unserem Partner EWE Go ermöglicht es uns, seit Ende 2020 das Schnellladenetze für Elektrofahrzeuge deutschlandweit auszubauen und damit einen positiven Einfluss auf unser Klima zu nehmen. Während EWE Go sich um den Aufbau und Betrieb der Schnellladesäulen kümmert, stellen wir die notwendige Fläche an unseren Restaurants bereit. Selbstverständlich laden die E-Autos bei McDonald's ausschließlich Ökostrom.

Unser Ziel ist es, Stromtankstellen an möglichst allen McDrive® Restaurants zu errichten. Rund 600 Standorte konnten bis Mitte 2024 bereits mit Schnellladestationen ausgestattet werden. Bis Ende 2026 sollen es 800 McDrive® sein, an denen wir eine doppelte Lademöglichkeit anbieten – für Fahrer:in und Fahrzeug.



Bildnachweis: EWE Go GmbH

„Unsere Kundinnen und Kunden nehmen das Angebot, während des Restaurantbesuchs aufzuladen, sehr gut an. Die Nachfrage steigt sogar. Wir freuen uns daher, diesen Lade-Service anbieten zu können und damit gleichzeitig unser Engagement für den Klimaschutz weiter voranzutreiben.“

Hans-Otto Westphal
Franchise-Nehmer und Geschäftsführer
von 13 McDonald's Restaurants

ARBEITGEBER UND VIELFALT



ICH HABE DEFINITIV KETCHUP IM BLUT.

Olga Vos
McDonald's
Franchise-Nehmerin

Ihre Erfolgsgeschichte begann 2002 mit einer Ausbildung bei McDonald's. Ihr Ziel war immer klar: Sie wollte unbedingt eines Tages Restaurantmanagerin werden. Nach einigen Jahren und einem Abstecher in die Hotelbranche konnte Olga diesen Traum in die Tat umsetzen. Schnell wurde sie zur Bezirksleiterin und leitete 6 Teams

in ihrem Umkreis. Im August 2023 reichte Olga Vos ihre Bewerbung zur Franchise-Nehmerin ein. Zum 1. April 2024 hat sie ihr erstes Restaurant in Georgsmarienhütte übernommen und kann so einen großen Meilenstein in ihrer Karriere feiern.

Gerade als Mutter von drei Kindern schätzt Olga Vos McDonald's als Arbeitgeber sehr. Ihr ehemaliger Franchise-Nehmer schaffte ihr stets Raum für Flexibilität und ermöglichte es, Beruf und Familie zu vereinbaren. Olga konnte sich immer auf McDonald's als starken Partner an ihrer Seite verlassen.

Daher ist es kein Wunder, dass nun auch Olga Vos zu solch einer starken Partnerin geworden ist. Ganz nach dem Motto „Ein Vorbild für viele sein“ möchte sie Mut schaffen und allen Mitarbeitenden in ihrem Team den Rücken stärken. Gerade die Unterstützung von Eltern ist ihr ein Herzensprojekt. Deswegen erstellt sie in ihrem Restaurant unter anderem auch die Dienstpläne genau abgestimmt auf die Verfügbarkeiten ihrer Mitarbeitenden. „Wo ein Wille, da auch ein Weg!“ Für Olga ist McDonald's ein Chancengeber, der Menschen in allen Lebenslagen fördert. Mit diesem Leitsatz und einem starken Team freut sie sich auf weitere spannende Herausforderungen.

19%
unserer
Franchise-
Nehmer:innen
sind weiblich

JEDE:R KANN MIT UNS WACHSEN



50%
Frauen in
Führungspositionen

165
Nationalitäten



55,8%
Teilzeitbeschäftigte



44,2%
Vollzeitbeschäftigte



760
Mitarbeiter:innen
mit Behinderung



1.524
Azubis in drei
Ausbildungswegen

Alle Angaben beziehen sich, wenn nicht anders vermerkt, auf firmeneigene Restaurants, am Erfassungssystem teilnehmende Franchise-Restaurants und Verwaltung.

MITEINANDER SPRECHEN



Um die Begeisterung für die Marke McDonald's innerhalb der Belegschaft auch nach außen hin sichtbar zu machen, sind seit März 2023 McDonald's Kolleg:innen als Markenbotschafter:innen unterwegs. Als „Brand Ambassadors“ geben sie auf ihren eigenen Social-Media-Kanälen authentisch und glaubwürdig Einblicke in ihre Arbeit bei McDonald's und den Arbeitsalltag in den Restaurants. Bis Dezember 2023 konnten die McDonald's Brand Ambassadors bereits mehr als 40 Millionen Views auf ihren Kanälen generieren.

IMMER EIN OFFENES OHR



Wir hören die Anliegen unserer Mitarbeiter:innen, aber auch für Mitarbeitende aus unserer Lieferkette und Gäste haben wir immer ein offenes Ohr. Dafür haben wir bereits vor vielen Jahren eine Vertrauensstelle eingerichtet und bieten auf unserer Website eine Meldemöglichkeit zu Menschen- und Umweltrechten an.

FAIRNESS FÖRDERN



Fairwork untersucht die Arbeitsbedingungen von digitalen Plattformen wie zum Beispiel Lieferdiensten. Dafür hat das Projekt fünf Prinzipien der fairen Arbeit ausgearbeitet, die wir von McDonald's Deutschland unterstützen. Auch wir erwarten von unseren Partner:innen, dass sie Menschenrechte respektieren und einhalten. Aus diesem Grund sind wir dem Fairwork Pledge beigetreten und freuen uns, dessen Partner zu sein.

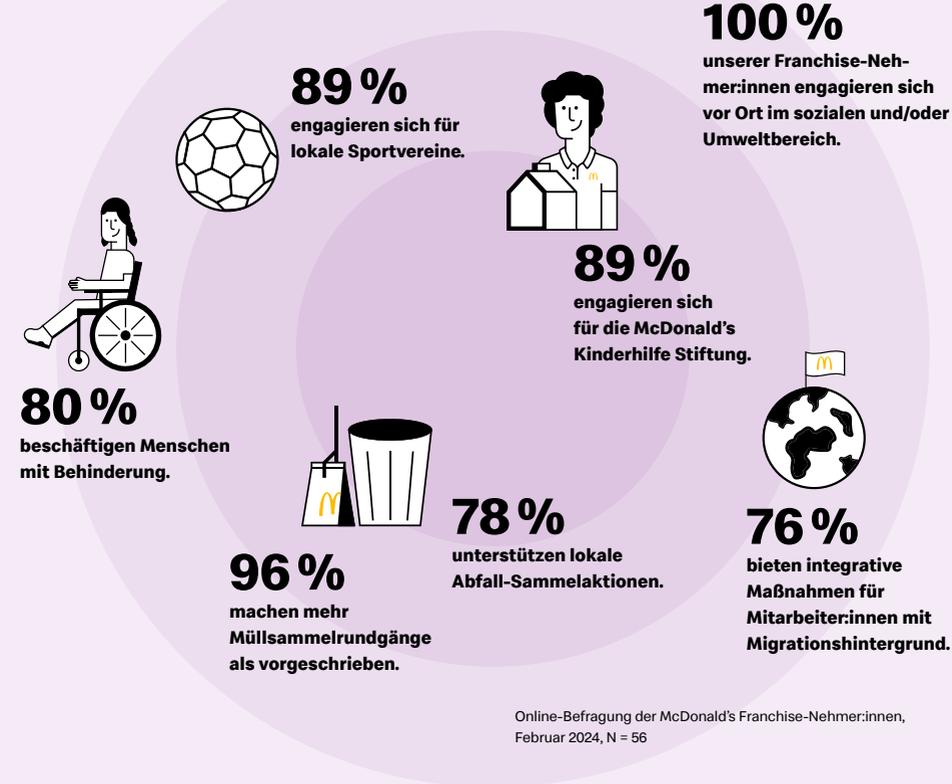
FÜR VIELFALT UND INKLUSION



Als eines der ersten Unternehmen hat McDonald's Deutschland 2007 die Charta der Vielfalt e.V. unterzeichnet. Damit verpflichteten wir uns, Maßnahmen zur Anerkennung, Wertschätzung und Einbeziehung von Vielfalt in der Arbeitswelt umzusetzen. 2022 wurden

wir Mitglied der Charta der Vielfalt e.V., seit Juni 2023 tragen wir außerdem im Vorstand der Charta dazu bei, die Akzeptanz von Diversität auch außerhalb unseres eigenen Unternehmens zu erhöhen und gesellschaftliche Vielfalt zu fördern.

VOR ORT ETWAS BEWEGEN



Unsere 195 Franchise-Nehmer:innen sorgen tagtäglich in ihren Restaurants dafür, die Marke McDonald's vor Ort mit Leben zu füllen. Was sie darüber hinaus ebenfalls alle verbindet: das Bestreben, als Unternehmer:innen und guter Nachbar der Gesellschaft etwas zurückzugeben und sich deshalb lokal auf vielfältige Weise zu engagieren.

So schaffen unsere Franchise-Partner:innen im sozialen wie auch im Umweltbereich Außerordentliches:

Sie unterstützen die McDonald's Kinderhilfe Stiftung tatkräftig und leisten damit einen wichtigen Beitrag dafür, dass in den Ronald McDonald Häusern und Oasen auch in Zukunft Familien schwer kranker Kinder in der Nähe von Kinderkliniken ein Zuhause auf Zeit

geboten werden kann. Außerdem engagieren sie sich in verschiedensten Projekten, vor Ort und manchmal sogar über Landesgrenzen hinaus: von der Unterstützung lokaler Sportvereine oder dem Pflanzen von Bienenwiesen bis hin zur aktiven Unterstützung von Menschen in Krisengebieten.

Beispielsweise ergriffen unsere Franchise-Nehmer:innen bei der Flutkatastrophe im Ahrtal die Initiative. Sie boten den betroffenen Menschen unter anderem einen trockenen Zufluchtsort in ihren Restaurants, verpflegten die Helfer:innen oder starteten Spendenaktionen. Egal, auf welche Weise sich unsere Franchise-Nehmer:innen auch engagieren, sie alle vereint der Wille, der Gesellschaft etwas zurückzugeben.

FÜR MEHR SICHTBARKEIT

Seit dem 3. Dezember 2023, dem Internationalen Tag der Menschen mit Behinderungen, macht sich McDonald's gemeinsam mit dem Deutschen Behindertensportverband (DBS) stark im Para Sport. Unser gemeinsames Ziel ist es, die Sichtbarkeit des Behindertensports zu erhöhen und dadurch mehr gesellschaftliche Teilhabe und Inklusion zu fördern. Wir sind überzeugt, dass Sport ein entscheidender Schlüssel für eine inklusivere Gesellschaft sein kann. Zum Start der Partnerschaft verdeutlichte eine Online-Kampagne mit dem Film „We the (in)visible“, dass Para Sport immer noch vor fast leeren Rängen stattfindet und dass dieser Spitzensport mehr



zum Film

Aufmerksamkeit verdient. Mit der Unterstützung unserer Partner:innen, unserer Franchise-Nehmer:innen und mit der Aufmerksamkeit,

die wir als Marke schaffen, rücken wir den Para Sport und die wichtige Arbeit der Vereine auch im Breiten-sport ins Rampenlicht.



ÜBER DEN DBS



Neben den Paralympischen Spielen und dem Leistungssport sind auch der Breiten-, Präventions- und Rehabilitationssport wichtige Standbeine des Deutschen Behindertensportverbands (DBS). Zwei Fachverbände und 17 Landesverbände arbeiten unter dem Dach des DBS eigenständig, ebenso die Deutsche Behindertensportjugend. Der 1951 gegründete Verband zählt mehr als 6.100 Vereine und 510.000 Mitglieder. Ziel ist es, bestmögliche Rahmenbedingungen zu schaffen, damit Menschen mit Behinderungen am Sport teilhaben können.

Mehr Infos unter parasport.de



Steffen Stark
McDonald's Franchise-Nehmer

Seit 30 Jahren ist Steffen Stark Franchise-Nehmer bei McDonald's und betreibt mittlerweile 12 Restaurants im Raum Gießen. Neben seiner Tätigkeit als Unternehmer engagiert er sich seit über 15 Jahren ehrenamtlich für den RSV Lahn-Dill, den Erstligisten und mehrfachen Deutschen Meister im Rollstuhlbasketball. Für ihn ist das soziale Engagement ein Herzensprojekt und mit seiner Unterstützung leistet Steffen Stark einen wichtigen Beitrag, um dem Para Sport zu mehr Sichtbarkeit zu verhelfen.



McDONALD'S KINDERHILFE STIFTUNG

NÄHE SCHENKEN



Das Jahr 2023 war ein bewegendes für die McDonald's Kinderhilfe Stiftung. Wieder konnten viele Projekte und Veranstaltungen umgesetzt werden, um schwer kranke Kinder und ihre Familien zu unterstützen.

Ganz besonders emotional war die Eröffnung des 23. Ronald McDonald Hauses in Vogtareuth. Seit dem 8. Mai 2023 können nun Familien schwer kranker Kinder in dieser neuen Einrichtung Kraft tanken und ein Zuhause auf Zeit finden. Das moderne Haus bietet bis zu 20 Familien Platz und stellt eine wertvolle Ergänzung zum deutschlandweiten Netz von Ronald McDonald Häusern dar.

Neben der Neueröffnung konnten 2023 auch mehrere Jubiläen gefeiert werden. So besteht beispielsweise das Ronald McDonald Haus in Cottbus seit 2 Jahrzehnten und das in Berlin-Wedding seit stolzen 25 Jahren. Diese Fakten verdeutlichen: Die McDonald's Kinderhilfe ist ein wichtiger Pfeiler in der Versorgung von Familien mit schwer kranken Kindern und hat über die Jahrzehnte ihres Bestehens hinweg an Bedeutung hinzugewinnen können.

All diese Erfolge lassen sich nur mit der Unterstützung von ehrenamtlichen Mitarbeiter:innen und Spenden durch unsere Gäste und die McFamily realisieren. Für 2023 konnte eine besonders positive Bilanz gezogen werden.

Beim 4. SOLOCharity Ride erfuhren 155 Teilnehmende im wahrsten Sinne des Wortes mit dem Rad eine Gesamtspendensumme von 215.000 Euro, die dem Bau von neuen Häusern, aber auch der Erhaltung und dem Betrieb der bestehenden 23 Häuser und 6 Oasen zugutekommt.

Damit nicht genug: Bei der Sternfahrt in Bonn kamen 350 ehrenamtliche Mitarbeitende zusammen und verbrachten ein gemeinsames Fortbildungswochenende mit spannenden Workshops, intensivem Austausch und festlichem Galaabend.

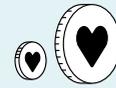
Insgesamt schenkten über das Jahr knapp 710 ehrenamtliche Mitarbeiter:innen den betroffenen Familien über 80.000 Stunden ihrer Zeit und unterstrichen abermals die Leidenschaft, die hinter der Arbeit der McDonald's Kinderhilfe steckt.

Perfekt ergänzt werden diese beeindruckenden Zahlen durch die Rekordspendensumme des Jahres 2023, die von der McFamily bereitgestellt wurde. Beeindruckende 9,3 Millionen Euro bilden eine wichtige Basis für das Angebot der McDonald's Kinderhilfe Stiftung. Diese Summe verdeutlicht auch, wie sehr die Stiftung nicht nur McDonald's selbst, sondern auch seinen Franchise-Nehmenden, Lieferpartnern und Gästen am Herzen liegt. Dieses Geld schenkt Hoffnung und stellt sicher, dass auch zukünftig vielen schwer kranken Kindern und ihren Familien geholfen werden kann.



Wer auch etwas dazu beitragen möchte: Neben der Möglichkeit, in den McDonald's Restaurants Bargeld in die Spendenhäuschen an der Kasse einzuwerfen, kann seit dem letzten Jahr auch digital am Bestell-Kiosk gespendet werden. Auch dieser Betrag geht zu 100 Prozent an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung. Spenden war noch nie einfacher!

GANZ VIEL HILFE



9,3 Mio. €

spendete McDonald's zusammen mit seinen Franchise-Nehmer:innen, Lieferpartnern und Gästen 2023 an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung.

23

Ronald McDonald Häuser



6

Ronald McDonald Oasen in Spezialkliniken



6.755

Familien wohnten 2023 in den Ronald McDonald Häusern in der Nähe ihrer kranken Kinder.



6,5 Mio.

Bücher haben wir 2023 im Happy Meal® ausgegeben. Dabei kooperieren wir mit der Stiftung Lesen. Zur Auswahl gibt es immer auch ein Spendenbuch, bei dessen Kauf 10 Cent an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung gehen.



6.569

Familien nutzten 2023 die Ronald McDonald Oasen zum Entspannen und Spielen in der Klinik.



Spenden an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung sind auch über den Online-Bezahldienst PayPal möglich. Einfach die gewünschte Spendensumme eingeben und direkt Gutes tun.

BÜCHER AUS BECHERN



In unseren Restaurants trennen wir seit den 1990er-Jahren Verpackungen und weitere Wertstoffe. Zudem haben wir einen eigenen Kreislauf für die benutzten Getränkebecher in den Restaurants entwickelt. Seit April 2019 werden diese separat gesammelt und in einen internen Recyclingkreislauf eingespeist. So wird aus Bechern zum Beispiel Papier für die Bücher im Happy Meal® oder für Broschüren wie diese hier. Seit 2021 führen wir auch Transportkartonagen einem separaten Recycling zu.

WERBUNG MIT GRENZEN



Kinder benötigen besonderen Schutz. Deshalb haben wir uns bereits 2007 im Rahmen des EU Pledge dazu verpflichtet, keine Werbung für Nahrungsmittel und Getränke an Kinder unter 14 Jahren in TV, Print, online und in den sozialen Medien auszustrahlen, wenn diese nicht den festgelegten Ernährungskriterien entsprechen. Die Bewerbung unserer Produkte in und um Schulen ist für uns ebenfalls ein Tabu.



Better

Mehr Informationen unter
bettermcdonalds.de

IMPRESSUM

Redaktion

McDonald's Deutschland LLC

Supply Chain: Diana Wicht, Daniel Neusser, Anne Zurek

Impact: Markus Weiß, Katharina Müller, Birgit Höfler-Schwarz

Text & Gestaltung

DDB München GmbH

Blumenstraße 28

80331 München

Kontakt

McDonald's Deutschland LLC

Zweigniederlassung München

Drygalski-Allee 51

81477 München

T: +49 89 78594 413

F: +49 89 78594 479

E-Mail: verantwortung@mcdonalds.de

bettermcdonalds.de

Pressekontakt: presse@mcdonalds.de



WRIN: 96703-036

© 2024 McDonald's