

McDonald's samfundsøkonomiske aftryk i Danmark

Impact Rapport 2026

Om Oxford Economics

Oxford Economics blev grundlagt i 1981 som et kommercielt initiativ i samarbejde med Oxford Universitys handelshøjskole med det formål at levere økonomiske prognoser og modeller til britiske virksomheder og finansielle institutioner, der ekspanderede internationalt.

Siden da er Oxford Economics blevet en af verdens førende uafhængige rådgivningsvirksomheder og leverer rapporter, prognoser og analyser i mere end 200 lande, 100 brancher samt 8.000 byer og regioner. Vores førende globale økonomiske modeller og analyseværktøjer giver os en enestående evne til at forudsige eksterne markedstendenser og vurdere deres økonomiske og samfundsmæssige konsekvenser.

Oxford Economics har hovedkontor i Oxford, England, og regionale centre i New York, London, Frankfurt og Singapore. Derudover har virksomheden kontorer verden over i Belfast, Boston, Cape Town, Chicago, Dubai, Dublin, Hongkong, Los Angeles, Mexico City, Milano, Paris, Philadelphia, Stockholm, Sydney, Tokyo og Toronto. Vi beskæftiger 700 medarbejdere, heriblandt mere end 450 økonomer, brancheeksperter og erhvervsredaktører – et af verdens største teams af makroøkonomer og specialister inden for thought leadership.

Vores globale team har omfattende ekspertise inden for en bred vifte af researchmetoder og thought leadership-discipliner – fra økonometrisk modellering, scenarieudvikling og økonomiske konsekvensanalyser til markedsundersøgelser, casestudier, ekspertpaneler og webanalyse.

Oxford Economics er en central rådgiver for beslutningstagere og toneangivende aktører inden for erhvervslivet, den finansielle sektor og den offentlige sektor. Vores globale kundebase omfatter i dag mere end 3.000 internationale organisationer, herunder førende multinationale virksomheder og finansielle institutioner, centrale offentlige myndigheder og brancheorganisationer samt førende universiteter, konsulenthuse og tænketanke.

Alle data, der vises i tabeller og grafer, er Oxford Economics' egne data, medmindre andet er angivet og dokumenteret i fodnoter, og er beskyttet af ophavsret © Oxford Economics Ltd.

Modelleringen og resultaterne, der præsenteres her, er baseret på oplysninger fra tredjeparter, som Oxford Economics i god tro har lagt til grund for udarbejdelsen af rapporten og prognoserne.

Eventuelle efterfølgende revisioner eller opdateringer af disse data vil påvirke de viste vurderinger og fremskrivninger. Hvis du ønsker at drøfte rapporten yderligere, bedes du kontakte:

Stephen Foreman:
sforeman@oxfordeconomics.com

Evie Johnson:
ejohnson@oxfordeconomics.com

Oxford Economics
4 Millbank • London • SW1P 3JA
Storbritannien

Indhold

1. Forord 4

2. Introduktion 6

3. Nationalt aftryk 8

4. Vores medarbejdere 10

5. Vi støtter vores lokalsamfund 16

6. Miljø 20

7. Fra gård til restaurant 22

1. Forord



McDonald's har været en del af Danmark i mere end 40 år. I dag er vi til stede i hele landet med over 120 restauranter og flere end 7.000 medarbejdere. Det giver os et stort aftryk - ikke kun som restaurantkæde, men som arbejdsplads, lokal samarbejdspartner, kunde hos danske leverandører og nabo i de byer og lokalsamfund, hvor vores restauranter ligger.

Det forpligter.

McDonald's er en af Danmarks største arbejdspladser for unge. For mange er jobbet hos os det første møde med arbejdsmarkedet og en erfaring, der kan få betydning langt videre i livet. Her lærer de at møde til tiden, tage ansvar, samarbejde med andre, håndtere en travl hverdag og indgå i et arbejdsfællesskab. Det er erfaringer og kompetencer, de kan tage med sig videre - uanset om de fortsætter hos McDonald's, vælger en uddannelse eller går en helt anden vej.

Samtidig samarbejder vores restauranter med kommuner om at skabe muligheder for mennesker, der står uden for det traditionelle arbejdsmarked, eller som kan have svært ved den sædvanlige skolevej. Gennem blandt andet Lev Job, juniormesterlære og fleksjob kan restauranterne tilbyde konkrete opgaver, faste rammer og et arbejdsfællesskab i hverdagen. For nogle bliver det et vigtigt første skridt videre mod job, uddannelse og større tilknytning til arbejdsmarkedet.

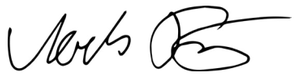
Vores lokale forankring bæres i høj grad af franchisetagerne. De er lokale erhvervsdrivende og arbejdsgivere, som investerer i de områder, hvor restauranterne ligger, skaber arbejdspladser og bidrager til det lokale by- og erhvervsliv. De støtter lokale foreninger, sportsklubber og initiativer og er en aktiv del af deres lokalsamfund. Bidragene handler ikke kun om økonomisk støtte, men også om langvarige relationer, lokalt engagement og et ønske om at bidrage positivt til nærområdet.

McDonald's i Danmark er også en del af en større værdikæde. Vi samarbejder med danske leverandører om alt fra kaffe og mælk til udviklingsprojekter, som kan gøre produktionen mere effektiv og ansvarlig. Vores langvarige samarbejde med fx Arla viser, hvordan vi også kan arbejde med klima og ressourcer længere tilbage i værdikæden.

Ansvar og ressourcehensyn er samtidig en integreret del af, hvordan vores restauranter, drift og samarbejder udvikles. Det gælder blandt andet arbejdet med ladeinfrastruktur, affaldsindsamling omkring restauranterne og samarbejder om mere ansvarlig produktion og drift. Ambitionen er løbende at udvikle virksomheden på en måde, der tager hensyn til både mennesker, lokalsamfund og ressourcer.

Denne rapport er et nyt initiativ, hvor vi giver et kig ind i hverdagen, og hvordan vi arbejder med kompetenceudvikling, lokal værdiskabelse og samarbejder på tværs af landet. Rapporten er også en påmindelse om det ansvar, der følger med vores størrelse og tilstedeværelse. Et ansvar, vi tager alvorligt, og hvor ambitionen er at bidrage positivt til mennesker, lokalsamfund og udvikling af Danmark – også på lang sigt.

Tak til alle franchisetagere, medarbejdere og samarbejdspartnere, der har bidraget i 2025.



Mads Friis
CEO, McDonald's Danmark

Vores nationale aftryk i 2025

2,1 milliarder kr.
direkte bidrag til BNP

2,2 milliarder kr.
i samlede leverandørindkøb

121 restauranter
i Danmark

7.067 direkte
ansatte

1,2 mia. kr. anvendt
hos danske leverandører

2,6 mia. kr.
i skattebidrag

40.000 timer
investeret i træning

52 % kvindelige
restaurantchefer

2. Introduktion

Som en af Danmarks største restaurantvirksomheder har vi en særlig mulighed for at skabe positiv forandring i stor skala. Men selv om vi arbejder i stor skala, er vi også lokale. Food Folk Danmark er licenshaver for McDonald's-brandet i Danmark og driver forretningen gennem en franchisemodel, hvor langt de fleste restauranter ejes og drives af lokale franchisetagere med stærke bånd til de lokalsamfund, de er en del af.

Det er kombinationen af størrelse og lokal tilstedeværelse, der former vores rolle i samfundet. De valg, vi træffer hver dag, rækker langt ud over restauranterne og påvirker arbejdspladser, leverandører, lokalsamfund og økonomisk aktivitet i hele landet. Vi vil bruge vores størrelse og lokale forankring til at skabe muligheder for mennesker og bidrage positivt dér, hvor vi er til stede. Vi er store nok til at gøre en forskel – og lokale nok til, at forskellen kan mærkes.

Sådan understøtter McDonald's økonomien og samfundet

For bedre at forstå vores rolle i dansk økonomi og samfundsliv har McDonald's bedt Oxford Economics om at gennemføre en uafhængig analyse af vores økonomiske og sociale aftryk i Danmark.

På det økonomiske område har Oxford Economics anvendt en anerkendt model for økonomiske effektanalyser. Modellen opgør:

- Direkte effekt – den økonomiske aktivitet, der skabes gennem McDonald's egne aktiviteter i Danmark, inklusive franchisetagernes drift.
- Indirekte effekt (leverandørkæden) – den aktivitet, der understøttes gennem indkøb af varer og ydelser hos danske leverandører.
- Lønskabt effekt – den yderligere økonomiske aktivitet, der opstår, når medarbejdere hos McDonald's og i leverandørkæden bruger deres løn i resten af økonomien.

Oxford Economics har desuden vurderet McDonald's sociale aftryk i Danmark. Analysen ser blandt andet på:

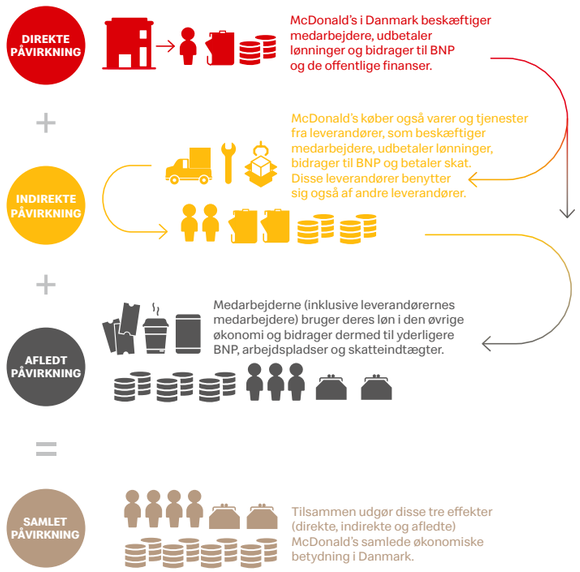
- Hvordan restauranterne er placeret i forhold til områder med størst økonomisk behov.
- McDonald's rolle i at understøtte ungebeskæftigelse og kønsdiversitet.



- De estimerede trivselsgevinster, der er forbundet med den beskæftigelse, McDonald's understøtter.

Tilsammen giver analyserne et databaseret billede af McDonald's nationale aftryk i Danmark – både økonomisk og socialt.

Sådan hænger effekterne sammen



3. Nationalt aftryk

En del af hverdagen – og af dansk økonomi
McDonald's har været en del af dansk økonomi siden 1981. Det, der begyndte med én restaurant i København, er i dag vokset til 121 restauranter fordelt over hele landet. I 2025 bød McDonald's i Danmark velkommen til mere end 82 mio. gæster og leverede omkring 4,3 mio. måltider til hjem og virksomheder. Det vidner om en virksomhed, der gennem mere end fire årtier er blevet en integreret del af danskernes hverdag – og af dansk økonomi.

Når en virksomhed har millioner af gæster, tusindvis af medarbejdere og samarbejder med et omfattende netværk af leverandører, sætter den et aftryk langt ud over sine egne restauranter. McDonald's i Danmark skaber arbejdspladser, understøtter virksomheder i hele værdikæden og bidrager til de offentlige finanser gennem skatter og afgifter.

Oxford Economics har opgjort McDonald's økonomiske aftryk i Danmark for 2025. Analysen viser, hvordan McDonald's skaber værdi gennem den direkte drift, leverandørkæden og de afledte økonomiske effekter, der opstår, når lønninger omsættes til forbrug i resten af samfundet.

Over 82 millioner gæster
Samlet antal restaurantgæster på tværs af **121 restauranter** i 2025.

Værdiskabelsen begynder i restauranterne
Den direkte værdiskabelse finder sted i restauranterne. Det er her, gæsterne bliver mødt, maden bliver tilberedt, medarbejdere bliver oplært, og den daglige drift skaber grundlaget for McDonald's økonomiske aftryk.

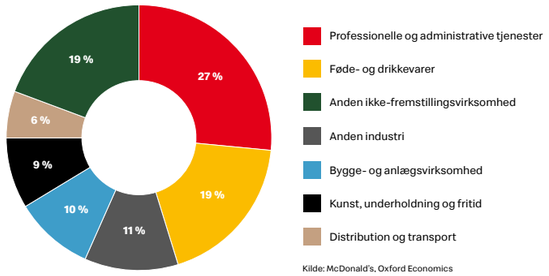
I 2025 bidrog McDonald's direkte med 2,1 mia. kr. til Danmarks BNP gennem aktiviteterne i restauranterne og på hovedkontoret. Samtidig beskæftigede McDonald's 7.067 medarbejdere i Danmark og genererede 1,9 mia. kr. i direkte skattebetalinger. Mere end 90 procent kom fra moms på restaurantsalg og arbejdsmarkedsrelaterede skatter.

2,1 milliarder kr.
direkte bidrag til BNP samt 7.067 direkte ansatte i 2025.

Leverandørerne spreder værdiskabelsen
McDonald's økonomiske aftryk rækker langt ud over restauranterne. Restauranterne køber varer og ydelser fra et omfattende netværk af leverandører inden for blandt andet fødevarer, emballage, logistik, byggeri, udstyr og serviceydelser.

I 2025 købte McDonald's i Danmark varer og ydelser for 2,2 mia. kr. hos leverandører globalt. Næsten to tredjedele af indkøbene – svarende til 1,4 mia. kr. – gik til leverandører i Norden. Heraf blev omkring 1,2 mia. kr. brugt hos virksomheder i Danmark.

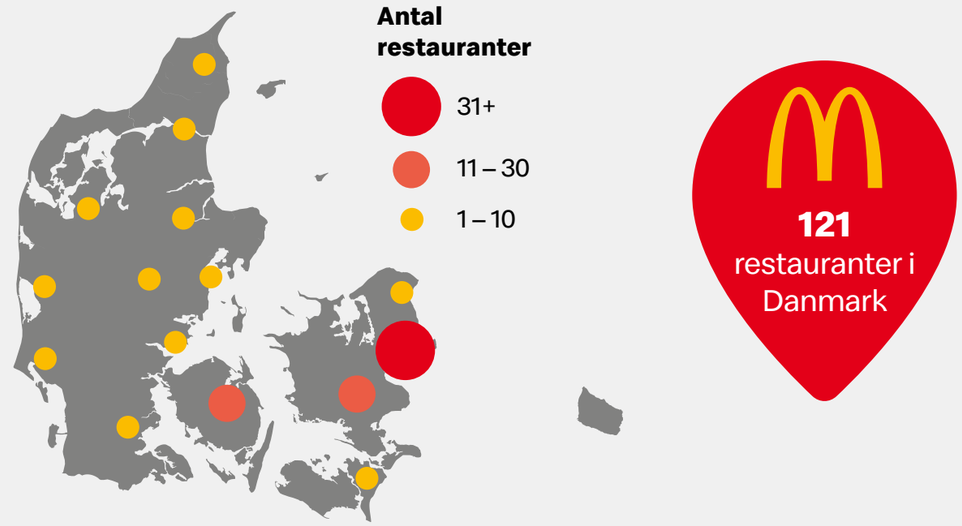
Vare- og tjenestekøb i 2025



Kilde: McDonald's, Oxford Economics

Når McDonald's køber varer og ydelser hos danske virksomheder, skaber det aktivitet i resten af økonomien. Leverandørerne ansætter medarbejdere, betaler lønninger og skatter og køber selv varer og ydelser hos andre virksomheder. På den måde breder værdiskabelsen sig gennem værdikæden.

Oxford Economics vurderer, at McDonald's leverandørkæde i Danmark i 2025 understøttede et indirekte bidrag til BNP på 1,1 mia. kr. Aktiviteten var samtidig forbundet med omkring 1.470 arbejdspladser og 368 mio. kr. i skatteindtægter.



Værdiskabelsen fortsætter i samfundet
Den tredje del af McDonald's økonomiske aftryk opstår, når medarbejderne hos både McDonald's og virksomhedens leverandører omsætter deres løn til forbrug. Når pengene bruges på blandt andet bolig, dagligvarer, transport og fritid, skabes der aktivitet og beskæftigelse i resten af samfundet.

Oxford Economics vurderer, at denne lønskabte aktivitet i 2025 understøttede et yderligere bidrag til Danmarks BNP på 1,0 mia. kr., omkring 1.360 arbejdspladser og 308 mio. kr. i skatteindtægter.

Skatter og afgifter bidrager til fællesskabet
Samlet understøttede McDonald's et skattebidrag på 2,6 mia. kr. i Danmark i 2025. Ifølge Oxford Economics svarer det til årslønnen for omkring 4.600 folkeskolelærere.

2,6 mia. kr. i skattebidrag
Svarende til årslønnen for omkring **4.600 folkeskolelærere**.[1]

Et aftryk, der rækker ud over restauranterne
Samlet understøttede McDonald's i 2025 et bidrag på 4,2 mia. kr. til Danmarks BNP. Det er summen af den direkte værdiskabelse, bidraget fra leverandørkæden og de lønskabte effekter. Det svarer til mere end 0,1 procent af Danmarks samlede BNP – eller omkring 1 kr. for hver 720 kr., der blev skabt i dansk økonomi i 2025.

Oxford Economics estimerer en BNP-multiplikator på 2,0. Det betyder, at for hver 1 mio. kr. i direkte BNP, som McDonald's skaber, understøttes yderligere 1 mio. kr. i BNP i resten af dansk økonomi. Samlet understøttede McDonald's omkring 9.900 arbejdspladser i Danmark i 2025.

1. Beregnet ud fra OECD's datasæt om *faktiske lønninger til lærere og skoleledere*.

4,2 mia. kr.
samlet bidrag til BNP i Danmark



9.900
arbejdspladser i Danmark



Heraf var 7.067 personer direkte ansat hos McDonald's, mens omkring 1.470 arbejdspladser blev understøttet indirekte gennem leverandørkæden og yderligere 1.360 som følge af medarbejdernes forbrug i den øvrige økonomi.

Hver dag skaber restauranterne værdi, der rækker langt ud over det enkelte måltid. Værdien begynder i restauranterne, fortsætter gennem samarbejdet med danske og nordiske leverandører og forankres i samfundet gennem beskæftigelse, forbrug og skatteindtægter.

4. Vores medarbejdere

En arbejdsplads, hvor mennesker kan udvikle sig og trives, gør en forskel. For vores teams. For vores gæster. Og for de lokalsamfund, vi er en del af. Hos McDonald's begynder læringen fra første arbejdsdag. Uanset om jobbet er det første, et studiejob, et skridt mod ledelse eller begyndelsen på en lang karriere, vil vi skabe muligheder, der hjælper mennesker med at opbygge selvtillid, lære nye færdigheder og udvikle sig.

For mange unge i Danmark er McDonald's det første møde med arbejdslivet. Det giver os et ansvar, vi tager alvorligt. Et job hos McDonald's handler ikke kun om at arbejde i en restaurant med højt tempo. Det handler også om samarbejde, ansvar, struktur, problemløsning og om at møde mange forskellige mennesker hver dag.

Muligheder for unge
Som en af Danmarks største ungdomsarbejdspladser spiller McDonald's en vigtig rolle i at hjælpe unge med at tage deres første skridt ind på arbejdsmarkedet. I 2025 var 89 procent af medarbejderne hos McDonald's mellem 15 og 24 år. Til sammenligning udgjorde unge 14 procent af den samlede danske arbejdsstyrke og 49 procent af beskæftigelsen i hotel- og restaurationsbranchen.

Medarbejderne får tidligt ansvar og lærer at navigere på en arbejdsplads, hvor samarbejde, organisering og problemløsning er en del af hverdagen. For mange er den første vagt mere end bare det første job. Det kan være første gang, de tager ejerskab for en opgave, hjælper en kollega eller opdager, hvad de kan bidrage med som del af et team. De erfaringer kan de tage med videre i uddannelse, fremtidige job, lederroller eller en fortsat karriere hos McDonald's.

Når arbejdspladser i leverandørkæden og de lønskabte effekter medregnes, estimerer Oxford Economics, at McDonald's understøttede 6.740 job for unge mellem 15 og 24 år. Det svarer til 1,5 procent af den samlede ungebeskæftigelse i landet i 2025. Ungdomsarbejdsløsheden blandt 15–24-årige var 13,8 procent i Danmark i 2025 mod 6,4 procent i befolkningen generelt. Tidlig erhvervserfaring er derfor særlig værdifuld.

Gennem jobmuligheder, mere end 270 elev- og lærlingeforløb og andre karriereveje hjælper McDonald's unge med at opbygge færdigheder, selvtillid og erfaring, der kan åbne døre til fremtidig beskæftigelse.

Omkring fire ud af ti McDonald's-medarbejdere arbejder i restauranter, der ligger i områder, som tilhører den fjerdedel af landet med den højeste andel af unge uden for job og uddannelse. Det er med til at skabe muligheder dér, hvor behovet er størst.

89 % af medarbejderne var mellem **15 og 24 år**, hvilket bidrager til at give unge en tidlig start på arbejdsmarkedet.



Læring og udvikling
Træning og udvikling er en central del af medarbejderoplevelsen hos McDonald's. I 2025 gennemførte medarbejderne mere end 40.000 timers træning i Danmark inden for blandt andet onboarding, fødevaresikkerhed, gæsteservice, ledelse, drift og restaurantmanagement.

Mellem 2025 og 2030 vil McDonald's investere omkring 64.800 timer i obligatorisk træning af nye medarbejdere i Danmark. Medarbejderne deltager desuden i strukturerede træningsforløb, lederudvikling, kurser og formelle uddannelsesveje, der opbygger kompetencer med værdi både i og uden for McDonald's.

Læring handler ikke kun om at løse en konkret arbejdsopgave. Det handler også om at udvikle sig som menneske: at lede, samarbejde, give og modtage feedback, træffe beslutninger og støtte et team.

Den langsigtede investering i træning og uddannelse understøtter medarbejdernes kompetenceudvikling, styrker deres selvtillid og giver dem bedre muligheder for at udvikle sig i deres arbejdsliv. Samtidig er den med til at styrke samarbejdet og den daglige drift i restauranterne og skabe endnu dygtigere, mere engagerede og trygge teams over tid. Teams, der kan skabe gode øjeblikke for hver eneste gæst, der træder ind ad døren. Sådan sætter vi både vores gæster og medarbejdere først.



Michelle

Michelle var 16 år, da hun fik sit første fritidsjob hos McDonald's i 10. klasse. Hun begyndte på handelsskolen, men fandt hurtigt ud af, at hun trivedes bedre med at lære tingene i praksis end i en bog. Derfor droppede hun ud og gik fuld tid hos McDonald's i Roskilde. Siden har hun taget hele rejsen gennem McDonald's' interne uddannelsessystem. Fra medarbejder til restaurantchef – og i dag supervisor med ansvar for fire restauranter i Nordsjælland, knap 300 medarbejdere og omkring 40 ledere.

Undervejs var Michelle ude af McDonald's i seks år for at prøve kræfter med andre virksomheder og opgaver. Men hun blev draget af at komme tilbage, fordi organisationen i hendes øjne adskiller sig ved at være dygtigt drevet, har høje standarder og giver medarbejdere klare rammer for at udvikle sig. I dag bruger hun meget af sin tid på netop at motivere og udvikle nye ledere.

"Når jeg taler med mine medarbejdere, spørger jeg ofte: Hvad motiverer dig? For der er altid et næste skridt, og hvis man vil, kan man rykke sig rigtig langt her," siger Michelle.

For Michelle viser McDonald's, hvad der kan ske, når ansvar, udvikling og motivation går hånd i hånd. Man behøver ikke kende hele vejen fra start. Men hvis man vil, kan et fritidsjob blive begyndelsen på en hel karriere.

Et fritidsjob, der kan føre til videre uddannelse
Hos McDonald's kan et fritidsjob være første skridt på en længere uddannelsesrejse. Mange begynder helt unge i restauranten, og for nogle bliver jobbet starten på en vej, der kan føre videre til både erhvervsuddannelse, akademiuddannelse, handelsøkonomuddannelse og andre videregående uddannelsesmuligheder.

I 2025 blev den rejse endnu tydeligere, da erhvervsuddannelsen Food & Servicemanagement åbnede som en ny mulighed for medarbejdere, der har afsluttet 9. klasse og indgået en uddannelsesaftale med McDonald's. Uddannelsen er praksisnær og bygger videre på den erfaring, medarbejderne allerede får i restauranten. Det gør den særligt relevant for unge, der trives bedre med ansvar, kolleger og hverdag i drift end med en klassisk skolevej.

Derfra kan medarbejdere gå videre til Akademiuddannelsen i ledelse, og der er også mulighed for at søge optagelse på handelsøkonomuddannelsen og senere en fleksibel diplomuddannelse. McDonald's Danmark samarbejder med Dania Erhvervsakademi om flere af uddannelsesvejene, mens blandt andet HD 2. del gennemføres som et selvstændigt studie på et universitet.

Samtidig understøtter McDonald's udviklingen med interne kurser, hvor medarbejdere trin for trin kan bevæge sig fra skiftleder til afdelingsleder, restaurantchef og supervisor. I 2025 var omkring 160 medarbejdere i gang med én af de fire uddannelsestyper, som McDonald's Danmark understøtter eller udbyder i samarbejde med uddannelsesinstitutioner. For mange handler det ikke kun om at få papir på det, de kan. Det handler også om at få øje på nye muligheder – og om at vise, at en karriere kan begynde med et fritidsjob i restauranten.

Uddannelsesveje hos McDonald's i Danmark

- **Elevuddannelsen:** Food & Servicemanagement
- **Handelsøkonom-uddannelsen (HØ):** Food & Servicemanagement dimittender kan søge om optagelse til Handelsøkonom-uddannelsen gennem kvote 2
- **Akademiuddannelse i ledelse (AU):** Food & Servicemanagement uddannelsen giver direkte adgang til Akademiuddannelsen i ledelse.
- **Diplomuddannelser:** Dimittender på AU eller HØ kan efter opkvalificeringsfag søge om direkte optag på HD 2. del, som selvstændigt studie på et af landets fem universiteter eller efter 2 års relevant erhvervserfaring søge om direkte optag på den fleksible diplomuddannelse.





Mette Juul-Andersen

For Mette Juul-Andersen begyndte rejsen tilbage i 1992, da hun fik sit første job hos McDonald's i Ballerup som ung i starten af 20'erne. Siden har hun haft flere lederroller både i og uden for McDonald's. I dag bruger hun de erfaringer som franchisetager i Holbæk Megacenter og Gentofte.

For Mette handler McDonald's ikke kun om drift og resultater, men i høj grad også om mennesker og muligheder.

"Hvis du fokuserer på opgaven og udfylder den rolle, du har lige nu, så kommer mulighederne af sig selv. Det ligger i vores kultur og DNA. McDonald's er en stor maskine med et stort hjerte," siger hun.

Den tilgang præger også hendes rolle lokalt i Holbæk. Mette støtter gerne lokale initiativer, foreninger og ildsjæle, når der ligger et engagement bag.

"Hvis det er lokalt, og der er nogen, der gør en indsats, så vurderer jeg altid, om jeg kan støtte," siger hun.

Derudover engagerer hun sig i det lokale erhvervsliv. Hun er blandt andet sparringspartner ved iværksætterevents, hvor nye iværksættere får sparring og rådgivning til deres udfordringer. Samtidig sidder hun i Holbæks rådgivende panel, hvor lokale erhvervsprofiler arbejder med, hvordan flere unge uden for arbejdsmarkedet kan hjælpes i gang.

For Mette er det en naturlig del af rollen som franchisetager: at drive en lokal restaurant, skabe arbejdspladser og være med til at give andre de samme muligheder, som hun selv fik.





Ditte

McDonald's har i næsten 15 år samarbejdet med beskæftigelsesindsatsen Lev Job under foreningen Lev om at få flere mennesker med kognitive handicap i job.

En af dem er 40-årige Ditte fra Frederikshavn, der har arbejdet på McDonald's i byen i 13 år. For Ditte betyder strukturen meget. Hun møder samme tid hver dag, ugen ser ud, som den plejer, og hun har en fast liste over de opgaver, der er hendes. Hun sørger for, at restauranten ser ren og pæn ud fra dagens start og holder styr på skabet med Happy Meal-kampagner.

Det giver Ditte en hverdag, hvor hun ved, hvad hun skal, og hvor hun føler sig tryg i sine opgaver. Hun sætter pris på, at der er styr på rammerne, og at hun bliver hørt, hvis noget er svært. Samtidig betyder kollegerne meget. For Ditte er samarbejdet og de hjælpsomme kolleger omkring hende en stor del af glæden ved at møde ind hver morgen.

"Ditte betyder rigtig meget for os. Hun kender sine opgaver, hun løser dem med stor omhu, og hun er en del af fællesskabet i restauranten. Om onsdagen, hvor hun ikke er på arbejde, savner vi hende virkelig," fortæller Dittes restaurantchef, Emily.

McDonald's var den første større virksomhed i Danmark til at indlede et samarbejde med Lev Job og har siden ansat over 82 borgere gennem ordningen.

Diversitet, lige muligheder og inklusion

Ikke alle starter samme sted. Nogle mennesker møder større barrierer på vej ind på arbejdsmarkedet.

På tværs af restauranterne arbejder vi for at skabe arbejdspladser, hvor flere føler sig velkomne og støttet. Det gælder mennesker med forskellige baggrunde, erfaringer og behov, herunder personer med fysiske eller kognitive funktionsvariationer, flygtninge og andre, der kan have svært ved at få fodfæste på arbejdsmarkedet. En del af arbejdet sker gennem partnerskaber med organisationer, kommuner og lokale initiativer i hele Danmark.

Inkluderende arbejdspladser skaber muligheder for den enkelte – men også for teams og lokalsamfund. Ved at åbne flere døre til arbejdslivet vil vi hjælpe flere med at få erfaring, opbygge selvstændighed og opleve at være en del af en arbejdsplads, hvor forskellige baggrunde og perspektiver værdsættes. Fordi alle fortjener en mulighed for at udvikle sig.

Trivsel gennem beskæftigelse

Meningsfuld beskæftigelse er mere end en løncheck. Den giver økonomisk tryghed, kan mindske økonomisk stress og skaber større selvstændighed. Samtidig giver arbejde struktur, sociale relationer og en følelse af formål – forhold, der forbindes med bedre trivsel og livstilfredshed.

Oxford Economics estimerer, at trivselsgevinsterne ved de job, McDonald's understøtter i restauranterne, leverandørkæden og resten af økonomien, svarer til omkring 2,1 mia. kr. eller cirka 144.000 kr. pr. understøttet job. Beløbet er ikke direkte økonomisk aktivitet, men illustrerer den bredere sociale værdi, meningsfuld beskæftigelse kan skabe.

Ligestilling mellem kønnene

McDonald's arbejder for, at mennesker kan lære, udvikle sig og avancere uanset baggrund, køn eller tidligere erhvervserfaring. I 2025 var 48 procent af medarbejderne kvinder, og 52 procent af restaurantcheferne var kvinder. På tværs af de direkte, indirekte og lønskabte effekter understøttede McDonald's estimeret 4.820 job for kvinder i Danmark.

Vi fortsætter arbejdet med at skabe arbejdspladser, hvor medarbejderne føler sig værdsat og støttet og har fair muligheder for at lære, udvikle sig og tage ansvar i lederroller.



Menneskerettigheder i værdikæden
Respekt for menneskerettigheder er grundlæggende for den måde, vi driver forretning på – fra restauranterne til de leverandører og partnere, vi samarbejder med i hele værdikæden.

Moderne virksomheder er forbundet med komplekse leverandørkæder, hvor der kan være risici for diskrimination, usikre arbejdsforhold, udnyttelse og urimelig behandling.

Det kræver tydelige standarder, langsigtet ansvar og løbende opfølgning. Vi arbejder kontinuerligt med at identificere, forebygge og håndtere potentielle menneskerettighedsrisici i vores drift og leverandørkæde og med at fremme sikre, inkluderende og respektfulde arbejdspladser i hele systemet.

Støtter mangfoldighed blandt medarbejderne

48 %
af medarbejderne var **kvinder**, hvilket styrker mangfoldigheden på tværs af medarbejderstaben.



52 %
af restaurantcheferne var **kvinder.**





5. Vi støtter vores lokalsamfund

Når lokalsamfund trives, gør vi det også. McDonald's-restauranter er en del af de områder, de ligger i. De er steder, hvor mennesker mødes, arbejder, tager en pause, fejrer små øjeblikke og finder mad, de kender. De er samtidig lokale virksomheder drevet af mennesker, der kender deres nærområde. At være en god nabo er en del af, hvem vi er.

På tværs af Danmark støtter franchisetagere og restaurantteams deres lokalsamfund på måder, der afspejler lokale behov. Det kan være fundraising, sportspartnerskaber, aktiviteter for unge, affaldsindsamling, støtte til familier, sponsorater og andre lokale initiativer.

Ronald McDonald Hus
Når et barn er alvorligt sygt, betyder det mere end nogensinde, at familien kan være sammen. Gennem Ronald McDonald House Charities støtter McDonald's familier med et sted at bo tæt på hospital og behandling gennem barnets sygdomsforløb.

Huset er mere end et sted at sove. Det giver tryghed, støtte og en følelse af hverdag i en tid præget af usikkerhed. I 2025 modtog 211 familier med børn i behandling støtte gennem Ronald McDonald Hus og relaterede programmer i Danmark.

Sammen med franchisetagere, medarbejdere og lokalsamfund støtter McDonald's arbejdet gennem langsigtet engagement, indsamlinger og lokale initiativer.

2,4 mio. kr.
til Ronald McDonald Hus (RMCH), som støttede **211 familier** med børn i behandling for alvorlig sygdom.

Derudover blev der indsamlet
2,9 mio. kr.
i donationer ved Ronald McDonald Hus' velgørenhedsgallaauktion fra franchisetagere, leverandører og øvrige deltagere.



Ronald McDonald BørneFond åbner døren for flere familier

I 2025 tog fonden et vigtigt skridt, da det nye Ronald McDonald Hus i Odense åbnede den 19. marts ved Odense Universitetshospital. Huset har plads til 15 familier, og det betyder, at endnu flere forældre kan være tæt på deres barn under et kritisk sygdomsforløb.

Fonden samler fortsat penge ind gennem årlige kampagner og særlige events, som er med til at holde husene kørende og støtte familierne i en svær tid.

Blandt de vigtigste begivenheder i 2025 var:

- Åbningen af det nye Ronald McDonald Hus i Odense i marts.
- McHappy Month 2025, hvor der blev samlet over **900.000 kr.** ind gennem salg i restauranterne. Beløbet blev efterfølgende matchet af Guy Hands, ejer af McDonald's i Norden.
- Charity Galla 2025 i oktober, hvor deltagerne var franchisetagere og leverandører. Der blev samlet 2,9 mio. kr. ind brutto til driften af husene.



Skrald hører ikke hjemme i naturen

Ingen hos McDonald's bryder sig om at se vores logo ligge som affald i naturen. Derfor arbejder restauranterne hver dag med at mindske henkastet affald i lokalområderne omkring dem.

En vigtig del af arbejdet er McDonald's' one block policy, hvor medarbejdere går skralderunder uden for restauranternes egne matrikler og samler affald op i nærområdet. Flere restauranter har også sat ekstra skraldespande op, så det bliver nemmere for gæster og forbipasserende at komme af med deres affald.

Indsatsen rækker også ud over den enkelte restaurant. McDonald's har været med til at grundlægge Hold Danmark Rent og har gennem årene støttet initiativer, der samler borgere, foreninger og virksomheder om en renere natur.

I 2025 deltog mange restauranter i World Cleanup Day. For eksempel gik medarbejdere fra restauranterne i Valby, Odense Banegård og Holbæk Megacenter sammen med borgere og lokale virksomheder om at samle skrald i nærområdet.

Flere franchisetagere på tværs af Danmark tager også egne lokale initiativer. Restauranten i Solrød tilbyder fx gratis mad til gæster, der kommer med en sæk affald fra Karlstrup Kalkgrav.

For McDonald's handler det om at tage ansvar som nabo – og om at gøre det lidt lettere for flere at være med til at holde Danmark rent.



Støtte til lokale fællesskaber
I 2025 støttede McDonald's og franchisetagerne mere end 179 initiativer i Danmark med samlet 8,8 mio. kr. i donationer og støtte.

- **5,6 mio. kr.** til nationale og lokale sportsklubber og idrætsforeninger.
- **2,4 mio. kr.** til Ronald McDonald Hus.
- Omkring **750.000 kr.** til andre lokale organisationer og formål inden for blandt andet kultur, udsatte familier og unge, beskæftigelsesprojekter, skoler, alvorlig sygdom og hjemløshed.
- Oxford Economics opgør indsamlingen ved Ronald McDonald Hus' fundraisinggalla til **2,9 mio. kr.** En mindre del af beløbet kan være indeholdt i de samlede **8,8 mio. kr.**

Aktiviteterne ser forskellige ud fra lokalsamfund til lokalsamfund, fordi behovene er forskellige. Det er netop pointen med den lokale indsats.

McDonald's' størrelse giver adgang til ressourcer og værktøjer, mens franchisetagere og restaurantteams har den lokale viden om, hvor støtten kan gøre størst forskel. Den kombination gør det muligt at bakke op om lokalsamfundene på måder, der giver mening lokalt.

Lokalt sponsorat gav plads til pigefodbold og fællesskab

Hvert år støtter McDonald's' franchisetagere lokale foreninger, events og initiativer rundt om i Danmark. Et eksempel er Madsby Pige Cup i Fredericia, som både tidligere og i 2025 blev sponsoreret af den lokale franchisetager Michael Rolver.

Madsby Pige Cup arrangeres af Fredericia fF og er Danmarks største fodboldstævne kun for piger. Stævnet samler hold i aldersgrupperne U8 til U14 og har deltagelse fra både Danmark og udlandet. I 2025 fik stævnet et ekstra løft med flere aktiviteter uden for banen, så weekenden ikke kun handlede om fodbold, men også om fællesskab, oplevelser og gode minder for spillere, familier og frivillige.

"For mig giver det god mening at støtte et lokalt stævne som Madsby Pige Cup. Det er drevet af frivillige kræfter, det samler mange børn og familier, og det skaber noget positivt i byen. Som lokal franchisetager vil jeg gerne bakke op om de initiativer, der får fællesskaberne til at vokse," siger franchisetager Michael Rolver.

For McDonald's er sponsoratet et eksempel på den lokale forankring, som mange franchisetagere arbejder med i hverdagen. Det handler om at bakke op om de steder, hvor restauranterne er en del af lokalsamfundet – og om at støtte de frivillige kræfter, der får lokale fællesskaber til at leve.

For deltagerne handler Madsby Pige Cup om mere end fodbold. Stævnet skaber rammerne for nye relationer, gode oplevelser og fælles minder – både på og uden for banen.







Happy Meal Readers
Læsning spiller en vigtig rolle i børns udvikling og styrker sprog, fantasi og læring. Med Happy Meal Readers vil vi gøre bøger til en naturlig del af familiens hverdagsøjeblikke og inspirere til læselyst fra en tidlig alder. Som en del af Happy Meal kan gæster vælge mellem en bog og et stykke legetøj. Omkring 468.000 bøger uddeles hvert år i Danmark.

5,6 mio. kr.
til nationale og lokale **sportsklubber** og **idrætsforeninger.**

8,8 mio. kr.
I **2025** støttede McDonald's og franchisetagerne mere end **179 initiativer** i Danmark med samlet 8,8 mio. kr. i donationer og støtte.

Omkring **750.000 kr.** til andre lokale organisationer og formål inden for blandt andet kultur, udsatte familier og unge, beskæftigelsesprojekter, skoler, alvorlig sygdom og hjemløshed.



6. Miljø

En mere bæredygtig fremtid begynder med de valg, vi træffer i dag. Sammen med landmænd, leverandører, franchisetagere og partnere arbejder vi på at reducere spild og udledninger, udvikle cirkulære løsninger og forbedre emballage og restaurantdrift.

Noget af arbejdet sker bag kulissen. Andet er synligt i restauranterne. Tilsammen former det den måde, vi arbejder på hver dag. Vores ambition er at fokusere på praktiske løsninger, der kan integreres i driften og skaleres over tid. For små ændringer kan gøre en stor forskel, når de gennemføres på tværs af mange restauranter, leverandører og gæstebesøg.

Vores tilgang til en mere bæredygtig fremtid
McDonald's er en del af et stort fødevaresystem. Derfor begynder og slutter vores miljøpåvirkning ikke ved restaurantdøren. Den omfatter råvarer, emballage, logistik, affald, energi og gæsteadfærd. Det giver os også muligheder for at gøre en forskel.

Vi samarbejder med leverandører, logistikpartnere, franchisetagere, medarbejdere, gæster og eksterne organisationer om at teste, lære og forbedre. En ny emballageløsning, bedre sortering, en mere effektiv leveringsrute eller en cirkulær materialeløsning kan virke lille isoleret set. Men på tværs af mange restauranter kan den få mærkbar betydning.



282 ladepunkter

I alt var der ved udgangen af **2025** etableret 282 ladepunkter ved **60 restauranter** rundt om i landet.



Lynladere ved 60 restauranter gør det lettere at vælge elbilen

I 2025 blev lynladere ved McDonald's-restauranter sat i drift som en del af samarbejdet med Norlys. I alt var der ved udgangen af 2025 etableret 282 ladepunkter ved 60 restauranter rundt om i landet. Laderne er en del af Norlys' åbne ladenetværk og kan bruges af alle elbilister.

I 2026 fortsætter arbejdet med opsætning af yderligere ladepunkter. Formålet er enkelt: Det skal være lettere at køre elbil i hverdagen også i de mindre befolkede områder, hvor der kan være langt mellem lynladerne på tværs af Danmark. Gæster kan lade bilen, mens de holder pause, spiser eller henter mad med videre.

"Hvis flere skal vælge elbilen, skal det være nemt at lade – også når man er på farten. Samarbejdet med McDonald's gør det muligt at etablere lynladere dér, hvor mange danskere allerede holder ind i hverdagen. Det gør ladeinfrastrukturen mere tilgængelig i hele landet," fortæller Ellen Trolle, der er direktør for Norlys' ladestanderforretning.

For McDonald's er indsatsen et eksempel på, hvordan restauranterne kan bruges til mere end et måltid. Mange ligger tæt på veje, byer og trafikale knudepunkter, og derfor kan de også være med til at gøre det nemmere for flere danskere at køre elbil.

Fremmer cirkulære løsninger i restauranterne

7.200 genanvendte plastbakker fremstillet af materiale fra den norske fiskeindustri, hvilket bidrog til at reducere CO_2e-udledningen (CO_2-ækvivalenter) med anslået **4.415 kg**.

96 % I **2025** var mere end 96 % af gæsteemballagen i Danmark fiberbaseret.

Emballage og affald
Emballage er en del af hvert restaurantbesøg. Derfor arbejder vi løbende på at reducere miljøbelastningen, samtidig med at vi bevarer en god gæsteoplevelse. Ambitionen er at bruge færre materialer, forbedre genanvendeligheden og gøre det lettere at holde ressourcer i kredsløb.

Det omfatter blandt andet udfasning af engangsplast i gæsteemballage, hvor det er muligt, og enklere design med flere fornybare eller genanvendte materialer. Plastsugerør, bestik og isskeer er eksempelvis blevet erstattet af papir- og træbaserede alternativer, og dele af emballagen er blevet redesignet, så der bruges mindre materiale.

Bedre emballage handler også om, hvad der sker efter måltidet. Derfor arbejder vi sammen med medarbejdere, gæster og partnere om bedre affaldssortering og materialehåndtering i restauranterne, så flere materialer kan genanvendes eller bruges igen.

Serveringsbakker af genanvendt havplast
I Danmark anvendes 7.200 serveringsbakker af genanvendt plast fra den norske fiskeriindustri. Initiativet har bidraget til en estimeret reduktion på 4.415 kg CO_2e. Når bakkerne er udtjente, kan materialet indgå i nye produkter og dermed holdes i kredsløb længere.

Cirkularitet
Vores ambition er at styrke cirkulariteten i værdikæden ved at finde smartere måder at holde materialer og ressourcer i brug længere. Sammen med leverandører, logistikpartnere og andre samarbejdspartnere udvikler og skalerer vi løsninger, der reducerer spild, forbedrer ressourceeffektiviteten og skaber værdi ud over ét produkts levetid.

Fra brugt fritureolie til brændstof
Brugt fritureolie er en uundgåelig del af restaurantdriften, men den kan også være en ressource. Gennem et lukket kredsløb indsamles olien fra restauranterne og omdannes til brændstof. Det mindsker affald og holder ressourcen i brug længere.

Fra gamle brødbakker til nye paller
Sammen med leverandører og partnere har McDonald's udviklet plastpaller fremstillet af gamle brødbakker, som ellers ville være blevet kasseret. Pallerne er lettere end traditionelle træpaller, mere holdbare og kan genanvendes flere gange til nye paller. Det holder materialer i brug længere og kan samtidig gøre logistikken mere effektiv.



7. Fra gård til restaurant

God mad begynder længe før, den når restauranten. Fra råvarer og betroede leverandører til tydelig ernæringsinformation og sporbarhed i leverandørkæden arbejder vi for at servere sikker og ensartet mad af høj kvalitet – i dag og i fremtiden.

Hver dag er McDonald's-restauranter afhængige af et netværk af landmænd, producenter, leverandører, logistikpartnere, supportfunktioner og restaurantteams, der arbejder sammen om at levere mad med ensartet kvalitet og høj fødevaresikkerhed.

Robuste landbrug og fødevaresystemer
Vi samarbejder med landmænd, leverandører og partnere om metoder, der kan styrke biodiversitet, jordens sundhed og landbrugets robusthed og reducere klimaaftrykket over tid. Landbruget spiller en vigtig rolle både i fødevareproduktionen, i økosystemernes sundhed og i fremtidens fødevaresikkerhed. Ved at støtte landmænd kan vi samtidig bidrage til de lokalsamfund, de er en del af.

Ansvar fra gård til restaurant kræver samarbejde i hele fødevaresystemet. Landmænd, leverandører og virksomheder har alle en rolle i at håndtere udfordringer inden for klima, biodiversitet og jordens sundhed og i at opbygge et mere robust fødevaresystem.

Vi støtter arbejdet gennem flerårige landbrugsprogrammer udviklet sammen med leverandører og de landmænd, de samarbejder med. Programmerne skal afprøve og fremme praksisser, der kan beskytte og genopbygge naturressourcer. Samtidig skaber de læring og viden, som kan deles og skaleres og på længere sigt komme landmænd, lokalsamfund og fremtidens fødevareproduktion til gavn.

Høje standarder for fødevarekvalitet
At servere god mad er kernen i vores forretning. Men længe før et måltid når restauranten, ligger der et omfattende arbejde i, hvordan råvarerne indkøbes, håndteres og tilberedes.

Vi samarbejder tæt med langsigtede leverandører, der deler vores standarder for kvalitet, fødevaresikkerhed og ansvarlig produktion. Sammen arbejder vi løbende på at styrke transparens, udvikle arbejdet med bæredygtighed og understøtte robuste fødevaresystemer i Norden. Stærke leverandørrelationer hjælper os med at fastholde en ensartet kvalitet og samtidig videreudvikle krav til sporbarhed, transparens, ansvarlige indkøb og lokale forhold og behov.



65 % (anslået) af leverandørindkøbene gik til virksomheder i Norden.

Heraf blev omkring **1,2 mia. kr.** brugt hos virksomheder med base i Danmark.

Indkøb, certificeringer og råvarer
Vi arbejder med sporbarhed i leverandørkæden og tydelige krav til kvalitet, sikkerhed og ansvarlig produktion. Det omfatter blandt andet:

- 100 procent økologisk og Rainforest Alliance-certificeret kaffe.
- MSC-certificeret fisk.
- RSPO-certificeret palmeolie.
- Leverandørstandarder for fødevaresikkerhed, kvalitet og ansvarlig produktion.
- Sporbarhedskrav for prioriterede råvarer.

Vores ambition er enkel: at servere den mad, gæsterne kender og holder af, med råvarer fra ansvarlige, pålidelige og transparente leverandørkæder.



Arla og McDonald's i samarbejde om fodereffektivitet på danske Arla-gårde

Arla er en af McDonald's Danmarks faste samarbejdspartnere og leverer al mælk og havredrik til restauranterne i Danmark. Samlet leveres der årligt mere end 4,5 millioner liter mælk og 80.000 liter (seneste tal fra 2025) havredrik til McDonald's-restauranter i Danmark. I 2024 indgik McDonald's og Arla et to-årigt projekt om fodereffektivitet på 10 danske Arla-gårde. Formålet med projektet er at undersøge, hvordan en mere præcis tilpasning af foderet til den enkelte kos behov, så køerne hverken over- eller underforsynes med næringsstoffer, kan bidrage til en mere ressourceeffektiv mælkeproduktion.

Erfaringer fra projektet viser, at fodereffektivitet er en kompleks nøgleindikator, der påvirkes af et samspil mellem foderstyring, fodersammensætning, dyrenes biologi og eksterne forhold som klima og markedsvilkår. Samtidig peger projektet på, at præcis og målrettet fodring, tilpasset den enkelte kos behov og understøttet af løbende opfølgning, kan forbedre både foder- og proteineffektiviteten og reducere klimagasudledningen pr. kg mælk.

"Vi har i projektet set, at et øget fokus på fodereffektivitet kan bidrage til en bedre udnyttelse af foderets næringsstoffer og ressourcer i mælkeproduktionen. Erfaringerne giver os værdifuld viden om, hvordan arbejdet med fodringsmanagement og en mere præcis fodring kan understøtte både produktivitet og ressourceeffektivitet," siger Head of Sustainability for Arla Danmark, Mette Ulsø Kristensen.

For McDonald's er projektet et eksempel på, hvordan samarbejde med leverandører kan bidrage til udvikling af ny viden og erfaringer i værdikæden bag de råvarer, der anvendes i restauranterne.

Fødevaresikkerhed

Fødevaresikkerhed er grundlæggende i alt, hvad vi gør – fra gårde og leverandører til logistik, restaurantkøkkener og de måltider, vi serverer. Hvert led er styret af strenge krav til fødevaresikkerhed og hygiejne.

Det omfatter leverandøraudits, løbende temperaturkontrol under transport, tydelige procedurer for håndtering og hygiejne i restauranterne samt uafhængige tredjepartsaudits.

Restaurantteams modtager løbende træning og bruger digitale værktøjer sammen med daglige driftskontroller for at understøtte ensartet efterlevelse. For tilliden til den mad, vi serverer, bygges måltid for måltid – hver eneste dag.





Langvarigt, lokalt kaffesamarbejde blev til prisvindende to-go-kaffe

McDonald's Danmark og **Peter Larsen Kaffe** har gennem flere år arbejdet sammen om at udvikle den kaffe, der i dag serveres i de danske restauranter. Samarbejdet bygger blandt andet på en fælles kaffeblanding, som er udviklet særligt til McDonald's, og som serveres i op til **15.000 kopper om dagen** på tværs af landet.

Kaffen er økologisk og Rainforest Alliance-certificeret, men samarbejdet handler ikke kun om bønnerne. Hos Peter Larsen Kaffe i Viborg findes et særligt McDonald's-træningsmiljø med de samme maskiner, som står i restauranterne. Her bliver McDonald's-medarbejdere uddannet i håndværket bag kaffen – fra bryggetid og gennemløbstid til vandtemperatur og mælkeskum.

Det er med til at sikre, at gæsterne får en genkendelig kaffeoplevelse, uanset om de bestiller en latte i Tilst, en cappuccino i København eller en americano på farten. I 2025 kulminerede samarbejdet med flere anerkendelser.

McCafé blev kåret som "Bedst i test" i B.T.'s finale for Årets To Go-Kaffe 2025, og tidligere på året fik kaffen fem stjerner i Berlingske. Samme år skrev Avisen Danmark på forsiden, at "McDonald's er gået fra at være undertippet til at blive en kaffefavorit".

"Det særlige ved samarbejdet er, at vi ikke kun leverer kaffe. Vi udvikler smag, træning og kvalitet sammen med McDonald's, så baristakaffe kan fungere i stor skala. Det kræver nørderi, præcision og mange dygtige medarbejdere i restauranterne," forklarer Thomas Munk, der er kaffespecialist hos Peter Larsen Kaffe.

For McDonald's viser samarbejdet, hvad et tæt og langvarigt partnerskab med en lokal leverandør kan føre til: En særlig kaffeblanding, et stærkt uddannelsesforløb og en kaffe, som danskerne i 2025 kvitterede for med priser og opmærksomhed.



- Læs mere om McDonald's Danmark og vores arbejde med mennesker, lokalsamfund, mad og miljø på **www.mcdonalds.com/dk**



© 2026 McDonald's Corporation.