

McDonald's i dag och i framtiden



Hur McDonald's bidrar till samhället
och möter nästa generations
förväntningar på arbetslivet





För dagens samhälle och morgondagens arbetsliv

McDonald's är mer än en restaurang. Vi är en del av människors vardag och samhällets utveckling.

Här möts vänner, familjer, kollegor och nya bekantskaper. Relationer byggs, första jobb tas och framtida karriärer börjar. För många är McDonald's platsen där man får sitt första steg in i arbetslivet, där självförtroende växer och nya möjligheter öppnas. Med 205 restauranger runt om i Sverige och 67 miljoner gäster under 2025 är McDonald's i dag en självklar del av livet för människor över hela landet.

Genom våra restauranger, lokala franchisetagare och partnerskap bidrar vi till levande lokalsamhällen, stärker föreningslivet och skapar arbetstillfällen långt utanför den egna verksamheten. Genom att öppna dörrar till arbetslivet för unga och personer som står utanför arbetsmarknaden är vi också med och driver utveckling, både för individer och för samhället i stort. På så sätt skapar vi värde som sträcker sig långt bortom restaurangerna och blir en del av både människors vardag och samhällets långsiktiga utveckling.

Just långsiktighet och framtid har alltid varit en viktig del av hur vi ser på vår roll i samhället, inte minst som arbetsgivare. Samtidigt som vi bygger möjligheter i dag är nästa generation redan på väg in i arbetslivet. Generation Alpha, födda från 2010 och framåt, kommer snart att sätta nya förväntningar på vad arbete är och ska vara. Som en av Sveriges största arbetsgivare för unga vill vi förstå den nya generationen bättre, för att kunna möta dem där de är och skapa en arbetsplats som känns relevant, trygg och utvecklande. Tillsammans med HR-experten Petra Skoglund har vi därför tittat närmare på vad som präglar denna generation, hur de ser på arbetslivet och vad det innebär för oss och andra arbetsgivare framåt.

I den här minirapporten samlar vi två perspektiv: McDonald's roll i samhället i dag och de drivkrafter som formar morgondagens arbetsliv. För de hänger ju ihop. Hur vi skapar möjligheter, bygger gemenskap och tar ansvar i dag påverkar vilken framtid vi är med och formar imorgon, för både människor och arbetsliv.

Trevlig läsning!

Så bygger McDonald's värde, lager för lager



Lite som en riktigt bra burgare byggs McDonald's värde i flera lager. Det handlar inte bara om vad som händer i köket, utan om allt runt omkring. Levande städer, starka lokalsamhällen och människor som får sitt första jobb och växer vidare. Varje del spelar roll, och tillsammans blir det något större än summan av delarna. Här är några exempel på hur det tar sig uttryck i praktiken.

En del av Sverige sedan 1973

McDonald's har under mer än 50 år blivit en naturlig del av människors vardag i Sverige och därmed också en del av svensk ekonomi. Varje restaurang bidrar inte bara genom de jobb som skapas lokalt, utan också genom investeringar, skatteintäkter och ekonomisk aktivitet som ger effekter långt utanför den egna verksamheten. När miljontals gäster besöker McDonald's varje år stärks också värdeskapandet i samhället, från BNP till offentliga resurser som kommer hela Sverige till del.

7,8

miljarder kronor i BNP-påverkan i Sverige, där varje miljon från McDonald's skapade ytterligare 1,2 miljoner i ekonomin.

5,4

miljarder kronor i skatteintäkter, motsvarande årslöner för cirka 11 000 grundskollärare.

En naturlig del av lokalsamhället

Oavsett om restaurangen ligger mitt i stan eller längs en landsväg blir McDonald's ofta en självklar samlingsplats. Här möts människor på väg till träningen, efter skolan, under nattpasset eller på roadtripen genom Sverige. Samtidigt bidrar restaurangerna till mer levande stadskärnor, fler arbetstillfällen och ökad rörelse för lokala företag runt omkring. Tillsammans med franchisetagare runt om i landet engagerar sig McDonald's också i föreningsliv, ungdomsverksamhet och initiativ som gör lokalsamhällen tryggare och starkare.

17,1

miljoner kronor i donationer till över 200 initiativ.

varav

10

miljoner kronor till lokala och nationella idrottsföreningar.

5,9

miljoner kronor till Ronald McDonald Hus och familjestöd.

En ingång till arbetslivet och en plats att utvecklas på

För tusentals unga är McDonald's platsen där arbetslivet börjar på riktigt. Här får man testa sina vingar, lära sig samarbeta, ta ansvar och växa i sin egen takt. Det är ett jobb där man snabbt blir en del av ett team och där utveckling inte handlar om hur gammal man är, utan om viljan att lära sig. För vissa blir det ett första steg vidare i karriären. För andra blir det en plats att stanna kvar på och utvecklas inom under lång tid. Många av våra franchisetagare började själva bakom kassan eller i köket. Det gör McDonald's till mer än bara ett första jobb. Det blir en plats där människor växer, upptäcker vad de kan och öppnar dörrar till möjligheter de kanske aldrig trodde var möjliga.

14 600

arbetstillfällen i Sverige stöddes av McDonald's under 2025*

6 456

nyanställningar i Sverige under 2025**

46 000

utbildningstimmar genomfördes under 2025***



John Yousef,
restaurangchef



Det unika med McDonald's är att man ser ungas potential. Här får man tidigt ansvar och möjlighet att växa, vilket skapar en framtidstro bland unga. Här fångar man upp och bjuder in alla, vilket väcker gnistan även hos de som från en början var lite tillbakadragna.

Uppgifter om antal restauranger, gäster, nyanställningar, utbildningstimmar och donationer baseras på McDonald's egen rapportering för 2025. Beräkningar av BNP-påverkan, skatteintäkter samt direkta, indirekta och inducerade sysselsättningseffekter bygger på McDonald's verksamhetsdata för 2025, modellerad av, och med data från, Oxford Economics.

* Avser totalt 14 600 arbetstillfällen som stöddes genom McDonald's verksamhet i Sverige under 2025, varav 11 182 direkta arbetstillfällen, 1 710 indirekta arbetstillfällen och 1 710 inducerade arbetstillfällen.
** Avser nyanställningar i Sverige under 2025, exklusive återanställningar.
*** Avser totalt antal utbildningstimmar genom onboarding och löpande utbildningsinsatser inom bland annat service, ledarskap och restaurangdrift under 2025.

Gen Alpha är här – dags för arbetsgivare att förbereda sig

Generation Alpha, födda från 2010 och framåt, är på väg in i arbetslivet. Denna generation utgör omkring 1,5 miljoner människor i Sverige¹ och kommer att vara med och forma framtidens arbetsliv och de förväntningar som ställs på arbetsgivare.



**Petra Skoglund,
HR-strateg med
25 års erfarenhet
av att stötta
arbetsgivare.**

Ändå är många arbetsgivare sena på bollen, menar Petra Skoglund. – De flesta jobbar i kvartalsekonomi, för dem är Gen Alpha något långt fram i horisonten. Men de är på väg in i arbetslivet nu, och det är dags att börja förbereda sig.

Hur gör man det, när generationen knappt hunnit börja jobba än?
– Det finns fortfarande begränsat med forskning om Generation Alphas syn på arbetslivet, framförallt eftersom många just inte har tagit steget in på arbetsmarknaden än. Genom att förstå hur generationen växer upp, vilka värderingar och beteenden som formas av deras vardag, och hur arbetslivet utvecklas i stort, går det dock att dra kvalificerade slutsatser om vilka förväntningar, behov och krav som sannolikt kommer präglade framtidens arbetsgivare.

Utifrån det pekar Petra på några saker som redan nu präglar Generation A och deras syn på arbetslivet, och vad det innebär för hur arbetsgivare behöver tänka framåt.

Det här präglar Generation Alpha och deras syn på arbetslivet

Uppväxta i en orolig omvärld skapar ett större behov av trygghet
Det här är en generation som vuxit upp med krig, oro och ekonomisk osäkerhet som ständig bakgrund. Det gör trygghet extra viktigt. Samtidigt är bilden av unga som curlade och lata missvisande. Många har vuxit upp med tuffa förutsättningar och fått en tidig förståelse för vad arbete och egen försörjning betyder.

Pandemin gjorde flexibilitet till det normala
De har sett sina föräldrar jobba hemifrån och blanda arbete med vardagsliv. För dem är jobb inte nödvändigtvis en plats man går till, utan något som kan göras på olika sätt och vid olika tider.

Ett mer projektbaserat synsätt på arbetslivet
De ser inte karriären som en rak linje. Snarare handlar det om att testa olika saker, byta spår och gå vidare när något nytt känns mer relevant eller utvecklande.

AI påverkar hur de väljer jobb
De växer upp med att AI förändrar arbetsmarknaden i realtid. Därför kommer många söka sig till roller som känns mänskliga

och svåra att automatisera. Praktiska yrken får högre status eftersom de upplevs som mer framtidssäkra.

Vana vid tydliga system och förväntningar
De är uppvuxna med tydliga mål, nivåer och steg för steg-system i skolan och digitala miljöer. Därför förväntar de sig också tydlighet kring vad som krävs och hur man utvecklas på jobbet.

Fler diagnoser gör struktur ännu viktigare
Det här är en generation där fler än tidigare fått diagnoser och stöd tidigt i livet. Det gör att tydlighet, struktur och förutsägbarhet ofta blir avgörande för att känna sig trygga och kunna prestera.

Digitala och AI-native från början
De har alltid haft information, relationer och underhållning nära till hands. De är vana vid att få svar direkt och använder AI naturligt i vardagen. Istället för att vänta på hjälp tar de ofta reda på saker själva.

Det här behöver arbetsgivare tänka på och erbjuda för att möta Generation Alpha

Ditt varumärke byggs och din rekrytering sker online
Vill du nå dem måste du vara i deras kanaler. Det är där de söker jobb, inspireras och bildar uppfattningar om arbetsgivare. Sociala medier är inte ett komplement, det är startpunkten.

Erbjud tydliga ramar i kombination med flexibilitet
Du behöver vara väldigt tydlig med vad som gäller från start: Vad som förväntas, vad som är rätt och fel och vad som händer om man inte lever upp till det. Att sätta ramar handlar inte om att vara hård, utan om att skapa trygghet. Samtidigt behöver du visa hur man utvecklas hos er. Vad krävs för att ta nästa steg, hur ser vägen framåt ut och vilka möjligheter finns? Parallellt med det finns ett behov av frihet i hur arbetet utförs och hur tiden läggs upp.

Snabb feedback är en hygienfaktor
För en generation som är van vid direkt återkoppling, både i skolan och digitalt, behöver du kunna ge snabb feedback. Långa ledtider och otydlig återkoppling skapar snabbt frustration och leder till tappat engagemang.

Den digitala arbetsplatsupplevelsen är lika viktig som den fysiska
Det här är en generation där livet händer lika mycket online som offline. Relationen till arbetsgivaren byggs därför inte bara på plats, utan också i digitala kontaktytor. Tillgänglighet och närvaro blir en viktig del av upplevelsen. En trög eller omodern digital upplevelse påverkar hela bilden av dig som arbetsgivare. Ett segt, oinspirerande intranät funkar liksom inte. Allt behöver fungera smidigt i mobilen – från schema och kommunikation till lärande.

Onboarding och lärande behöver vara enkelt och engagerande
Onboarding behöver vara enkel, visuell och lätt att ta till sig. Korta filmer, interaktivt innehåll och möjligheten att ta del av utbildning när det passar dem gör stor skillnad. Det ska vara lätt att komma in och lätt att komma vidare!

Du behöver kunna svara på varför
Den här generationen kommer ställa frågan varför på det mesta. Då räcker det inte att säga "så är det". Du behöver kunna förklara och motivera beslut, regler och arbets sätt. Det är så du bygger förståelse, engagemang och förtroende.

McDonald's + Generation Alpha – enligt Petra

McDonald's erbjuder ett konkret första jobb där unga får lära sig grunderna i arbetslivet på riktigt. Det ligger nära det många i Generation Alpha söker: trygghet, tydlighet och en känsla av framtidssäkerhet. Här är det tydligt vad som förväntas, hur man utvecklas och hur man lyckas, något som skapar den struktur många mår bra av. Samtidigt möter jobbet behovet av snabb feedback, gemenskap och samarbete, vilket blir extra värdefullt för en generation som annars är van vid mycket digital interaktion. Och kanske finast av allt: det är tillgängligt. Många får sitt allra första jobb på McDonald's, utan kontakter eller tidigare erfarenhet. Det sänker trösklarna in i arbetslivet och ger unga en chans att växa, få självförtroende och ta nästa steg vidare. Det gör McDonald's till mer än bara ett första jobb, det blir en viktig startpunkt.



1. Källa: Statistiska centralbyrån (SCB), Den största generationen är de unga (2023).

