Mich gibt es auch in einfacher Sprache.

IMMER SAUBER BLEIBEN!
Das tun wir gegen achtlos weggeworfenen Müll.
S. 16–17

100 % BEEF AUS DEUTSCHLAND
In unserem Essen steckt mehr Heimat, als du denkst.
S. 6

WIR MACHEN UNS STARK
Unser Engagement für Inklusion, Sport und Miteinander.
S. 20–21

MEHR ALS EIN RESTAURANT!

Menschen, Gesellschaft, Zukunft: So übernimmt McDonald's Deutschland Verantwortung

Liebe auf den 1. Bissen?
Findet es heraus.
S. 12 / 13

Warum wir McDonald's lieben

Rund 30 Prozent der Menschen in Deutschland verbinden McDonald's spontan mit einem einzigen Wort: Liebe. Mario Federico, Vorstandsvorsitzender McDonald's Deutschland, und Arndt Heiderich, Sprecher des McDonald's Franchisee Leadership Council, überrascht das nicht. Denn McDonald's begleitet die Menschen in Deutschland seit 55 Jahren – mit Momenten, Erinnerungen und einem Gefühl von Vertrautheit, das Generationen verbindet. Warum sie McDonald's lieben, erzählen sie hier.

Weil wir das demokratischste Restaurant sind

Bei uns ist jeder willkommen, unabhängig von Alter, Herkunft oder Geldbeutel. Das macht McDonald's zu einem Ort, der die Vielfalt der Gesellschaft widerspiegelt. Eine Marke mit dieser Reichweite trägt eine besondere Verantwortung. Deshalb machen wir uns stark für die Gemeinschaft und fördern politische Teilhabe, zum Beispiel mit dem „Burger Dialog".

Weil so viel Deutschland in unseren Burgern steckt

65 Prozent unserer Rohwaren kommen aus Deutschland. Die partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Landwirtinnen und Landwirten beruht auf gemeinsamen Zielen, gemeinsamen Standards und gemeinsamen Projekten. Ohne Vertrauen und Verlässlichkeit gäbe es dieses gemeinsame Wachstum mit unseren Lieferpartnern nicht.

Weil gute Partnerschaft Augenhöhe braucht

McDonald's funktioniert, weil drei Partner auf Augenhöhe zusammenarbeiten: das Unternehmen, die Franchise-Nehmenden und die Lieferanten. Dieses Prinzip ist die Grundlage für lokale Relevanz und unternehmerischen Erfolg – auch in schwierigen Zeiten.

Mario Federico
Vorstandsvorsitzender McDonald's Deutschland LLC

Weil wir vor Ort Verantwortung übernehmen

Als Franchise-Nehmende sind wir lokale Unternehmer – mit Verantwortung und mit Herz. Wir kennen unsere Nachbarschaften und stehen im Dialog z. B. mit Bürgermeistern. Sich als guter Nachbar in den Gemeinden zu engagieren, gehört für uns einfach dazu.

Weil uns egal ist, woher jemand kommt

Für viele Menschen ist McDonald's der erste Arbeitgeber. Wir übernehmen Verantwortung und leben Vielfalt – viele Kulturen gehören zu uns und stärken unsere Marke. Und wir geben Chancen: mit guter Aus- und Weiterbildung und kostenlosen Deutschkursen. Bei mir im Unternehmen ist ein ehemaliger Geflüchteter aus Syrien, der nach dem Studium seine Karriere im Restaurant gestartet hat und heute als Operations Manager in meinem Team arbeitet.

Weil wir modern und menschlich sind

Wir investieren viel in unsere Restaurants, werden digitaler und schaffen neue Erlebnisse für unsere Gäste. Doch das Entscheidende bleibt: der Mensch, ob vor oder hinter dem Tresen. Bei uns gehen Modernität und Menschlichkeit Hand in Hand.

Arndt Heiderich
Sprecher des McDonald's Franchisee Leadership Council

McDonald's Deutschland in Zahlen

63.635
Mitarbeiter:innen in Restaurants und Verwaltung

5% aller Arbeitsplätze in der gesamten deutschen Gastronomie*

* McDonald's-Wertschöpfungsbericht 2024.

Gäste pro Tag
1,87 Mio.

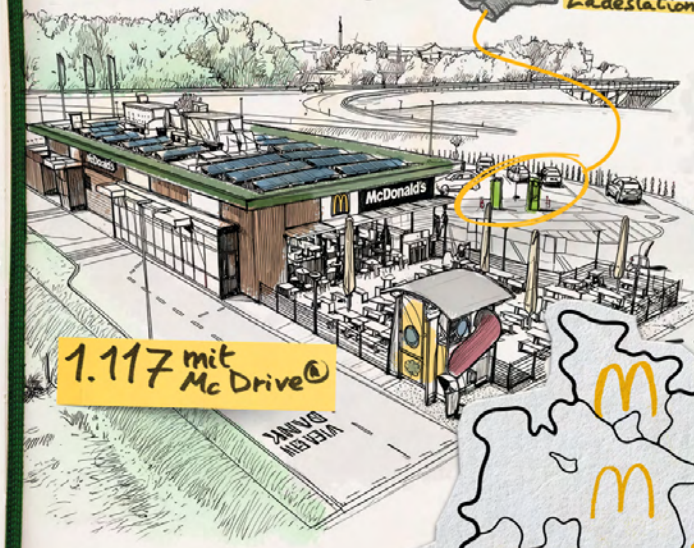
215
Franchise-Nehmer:innen

21 Mio.
registrierte App-Nutzer:innen

Alle Zahlen in dieser Broschüre beziehen sich, wenn nicht anders angegeben, auf den 31.12.2025.

Wir betreiben nahezu alle Restaurants mit 100 % Ökostrom aus Wasserkraft

ca. 670 Ladestationen



1.117 mit Mc Drive

102
Lieferpartner versorgen McDonald's mit Waren

1.382
Restaurants

+400
neue Restaurants in den nächsten Jahren

Mit McDelivery® holst du dir dein Lieblingsessen mit ein paar Klicks nach Hause

749 **McDelivery® Restaurants**

Rindfleisch

100 %
aus Deutschland
40.044 t

Schweinefleisch

100 %
aus Deutschland
4.109 t

Kartoffeln

81 %
aus Deutschland
19 % aus Europa
138.721 t

Käseerzeugnisse

8 %
aus Deutschland
92 % aus Europa
8.536 t

Zwiebeln

91 % aus Europa
9 % aus dem Rest der Welt
7.652 t

Salzgurken

100 %
aus Deutschland
2.031 t

Milch

100 %
aus Deutschland
26.042 t

Eier

100 %
aus Deutschland
1.294 t

Weizenmehl

69 %
aus Deutschland
31 % aus Europa
32.694 t

Hühnerfleisch

30 %
aus Deutschland
70 % aus Europa
27.481 t

65 %
unserer Rohwaren stammen aus Deutschland

Salat

11 %
aus Deutschland
81 % aus Europa
8 % aus dem Rest der Welt
10.252 t

Tomaten

14 % aus Europa
86 % aus dem Rest der Welt
18.215 t

Kaffee

100 % aus dem Rest der Welt
995 t

Fisch

100 % aus dem Rest der Welt
1.126 t

WIR SIND PARTNER DER DEUTSCHEN LANDWIRTSCHAFT

Heimische Rohwaren, langfristige Partnerschaften, eigene Programme: McDonald's und die deutsche Landwirtschaft sind seit Jahrzehnten eng verbunden.

Wer bei McDonald's einen Big Mac® bestellt, bekommt mehr Deutschland, als er vielleicht denkt. Das Rindfleisch darin stammt zu 100 Prozent aus Deutschland. Und die Salzgurken sind echte Bayern, zu 100 Prozent aus der Gegend um Dingolfing. Insgesamt stammen 65 Prozent unserer Rohwaren aus Deutschland. Möglich machen das Lieferpartner wie Agrarfrost, Develey, FrieslandCampina, Hochland, OSI oder Quality Bakers, von denen uns einige schon seit über 50 Jahren treu sind.

Was diese Partnerschaften besonders macht: Gemeinsam denken wir über den nächsten Auftrag hinaus. Wir schließen langfristige Verträge. Das gibt Landwirtinnen und Landwirten die Planungssicherheit, die sie brauchen, um in neue Technologien zu investieren. Mit eigenen Programmen gehen wir noch einen Schritt weiter:

- **BEST Beef** definiert Standards für Tierwohl und Tiergesundheit in der Rinderhaltung.
- **Farmers for McDonald's** vernetzt Betriebe und treibt Innovationen voran, von automatisiertem Stallmanagement bis zu neuen Anbaustandards.

Treffen der Farmers for McDonald's

„Mit McDonald's gemeinsam an zukunftsfähigen Lösungen zu arbeiten, bedeutet für mich, etwas zu bewirken – für meine Tiere, aber auch für die Zukunft der deutschen Landwirtschaft."

Juliane
Landwirtin und Teilnehmerin am Programm „Farmers for McDonald's"

Ein Projekt der Farmers for McDonald's

CROP ROTATION IST EIN PROJEKT, DAS SICH RUNDHERUM LOHNT.

Statt Jahr für Jahr dieselbe Pflanze anzubauen, wechseln die Kulturen ab. Das ist das Prinzip der Crop Rotation, auf Deutsch: Fruchtfolge.

Im Rahmen von Farmers for McDonald's bewirtschaften unsere Lieferpartner Agrarfrost, Quality Bakers und Bunge gemeinsam dieselben Felder und bauen im Wechsel Kartoffeln für die Pommes, Weizen für die Burger-Buns und Raps für das Frittieröl an.

Seit 2023 ergänzt der Einsatz eines speziellen Düngers das Programm, der zur Reduzierung von Emissionen beiträgt. Gesündere Böden, weniger Schädlingsdruck, ein kleinerer CO_2-Fußabdruck.

Vertreter des Projekts Crop Rotation

Qualität und Verantwortung gehören für uns zusammen

Qualität beginnt bei den Zutaten. Deshalb engagieren wir uns gemeinsam mit unseren Partnern, beispielsweise für mehr Tierwohl.

Rind

Das Rindfleisch für unsere Burger stammt zu 100 Prozent aus Deutschland und erfüllt die Standards des QS-Prüfsystems (Qualität und Sicherheit).

Schwein

Das Schweinefleisch für unsere Produkte stammt zu 100 Prozent aus Deutschland und entspricht den Kriterien der Initiative Tierwohl, Haltungsform 2 „Stallhaltung plus".

Eier

Die Eier für unser Frühstücksangebot stammen zu 100 Prozent aus deutscher Freilandhaltung. Unser Lieferant ovofit setzt auf Bruderhahnaufzucht bzw. Geschlechtsbestimmung im Ei und verzichtet konsequent auf Kükentöten.

Fisch

Der Fisch für den Fish Filet Classic stammt ausschließlich aus nach dem MSC-Umweltstandard zertifizierter Fischerei. Dessen Ziel ist es, die weltweite Überfischung der Meere zu verringern.

Salzgurken

Die Salzgurken für unsere Burger kommen zu 100 Prozent aus Bayern. Unser Lieferant Develey setzt bei der Produktion z. B. auf regionale Zutaten und regenerative Energien. Das Unternehmen erhielt dafür den „Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2020".

Milch

Die Kuhmilch für unsere Kaffeespezialitäten sowie für unsere Shake- und Eisbasis stammt zu 100 Prozent aus deutschen Betrieben mit Haltungsform 3 „Frischluftstall" und QM++-Zertifizierung.

Qualität mit Brief und Siegel

Unser Happy Meal® bietet drei zertifizierte Bioprodukte zur Auswahl: die Bio Schorle Apfel-Birne, die Bio Apfeltüte und den Bio McFreezy® Erdbeer-Banane*

Unser Fisch stammt aus MSC-zertifizierter Fischerei.

MSC-C-53228

Unsere Shrimps – zu 100 Prozent aus ASC-zertifizierter Aquakultur.

ASC-C-00775

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

RALI22-015499

*Nur saisonal im Restaurant verfügbar

„BEST Beef"

Rinderhaltung mit Zukunft

Der Müllerhof im Ostallgäu ist Teil des Programms „BEST Beef". Familie Müller zeigt, wie Tierwohl und Innovation in der Rinderhaltung zusammengehen.

„Wir wirtschaften in Kreisläufen – Mensch, Boden, Pflanze und Tier" – das ist die Philosophie der Müllers. Die Familie hält rund 100 Braunviehkühe auf ihrem Hof. Das Futter erzeugt sie überwiegend selbst. Strom liefert die eigene Photovoltaikanlage, und die Jungrinder verbringen die Sommermonate auf einer Alm im Oberallgäu.

2018 wurde Josef Müller mit dem CeresAward als bester Milchviehhalter Deutschlands ausgezeichnet – auch dank Kuh Rihana, Bayernsiegerin seit 2016 und Aushängeschild des Betriebs.

Bereits seit 2011 ist der Müllerhof Teil des „BEST Beef"-Programms, der gemeinsamen Initiative von McDonald's, Landwirtschaft und Fleischwirtschaft für mehr Tierwohl und Tiergesundheit. Seitdem haben die Müllers weiter investiert: in Stromspeicher, Kuhkomfort und einen Besucherraum für authentische Begegnung im Kuhstall. „‚BEST Beef' sichert uns faire Preise. McDonald's ist für uns ein wichtiger und verantwortungsbewusster Partner" – da sind sich die Müllers einig.

„Wenn es unseren Mädels gut geht, dann geht es uns auch gut." Daran glauben die Müllers. Und dafür arbeitet die Familie jeden Tag.

„BEST Beef" auf einen Blick

- 20 % unseres Rindfleisches kommen aus dem „BEST Beef"-Programm
- Mindestanforderung Haltungsform 2 mit zusätzlichen Prämien für Haltungsformen 3 und 4
- Bis zu 30 Cent pro Kilogramm Schlachtgewicht zusätzlich zum Marktpreis
- Mehr als 4.600 teilnehmende Betriebe mit über 55.000 Kühen im Jahr 2025

Gutes Essen braucht starke Partnerschaften

Sandra Körger verantwortet bei McDonald's Deutschland Nachhaltigkeit in der Lieferkette. Hier erklärt sie, was Qualität bedeutet.

Warum ist es für McDonald's so wichtig, dass möglichst viele Rohwaren aus Deutschland kommen?

Kurze Wege zahlen positiv auf Qualität und Frische ein – und unsere Gäste wissen genau, woher ihr Essen kommt. Das schafft Vertrauen. Gleichzeitig ist es für uns wichtig, die deutsche Landwirtschaft als verlässlichen Partner zu stärken.

Warum hat McDonald's Programme wie BEST Beef oder Farmers for McDonald's auf den Weg gebracht?

Weil Partnerschaft für uns mehr ist als eine reine Lieferbeziehung. Landwirtinnen und Landwirte brauchen Planungssicherheit und wir als großer Abnehmer können dazu beitragen.

Was bedeutet für dich persönlich Qualität?

Ein Produkt ist für mich dann qualitativ hochwertig, wenn es gut schmeckt und ich nachvollziehen kann, woher die Zutaten kommen und nach welchen Standards sie erzeugt wurden. Für mich gehören Genuss, Qualität und Transparenz eng zusammen.

Sandra Körger
Department Head Sustainability
McDonald's Deutschland

Alles unter einem Dach

Wie kommt der Burger eigentlich ins Restaurant? Ganz einfach: mit einem ausgeklügelten System. Denn bei McDonald's setzen wir auf kurze Transportwege und starke Partnerschaften. Zum Beispiel mit unserer „Food Town" in Günzburg. Hier arbeiten unser Partner HAVI Deutschland, Bäckerbetrieb Quality Bakers und Fleischproduzent OSI Tür an Tür. Das spart nicht nur Zeit und Kosten, sondern auch CO_2-Emissionen.

1 Produktion

Hier backt Quality Bakers täglich rund 1,2 Millionen Buns für unsere Burger, nebenan verarbeitet OSI pro Tag rund 160.000 Kilogramm Fleisch zu Pattys.

2 Distribution

Dank kluger Routenplanung, Senkung des Kraftstoffverbrauchs und dem vermehrten Einsatz von Bio-LNG konnte HAVI in den letzten Jahren seinen CO_2-Ausstoß um mehr als 20 Prozent reduzieren.

3 Tiefkühllager

Die fertigen Pattys und Buns gelangen direkt ins HAVI-Tiefkühllager, ohne zusätzliche Transportwege oder Zwischenlager. Das spart Energie und reduziert den CO_2-Ausstoß.

Dennis Lampe,
Franchise-Nehmer

Essen. Trinken. Laden.

Seit 2020 arbeitet McDonald's mit EWE Go zusammen, um das Laden von E-Autos so selbstverständlich zu machen wie den Stopp am McDrive. Schon heute sind bundesweit rund 700 Restaurants mit Ladepunkten ausgestattet. Mit bis zu 400 kW Ladeleistung ist der Akku je nach Modell in 15 bis 30 Minuten voll. Dennis Lampe, Franchise-Nehmer mit 14 Restaurants in Niedersachsen und Sachsen-Anhalt, hat das Thema früh vorangetrieben. „Ich fahre selbst kein Elektroauto, aber ich habe schnell verstanden, wo die Bedürfnisse unserer Gäste sind." Heute hat er an fast allen Standorten Ladesäulen – am größten acht Ladepunkte, die zu Stoßzeiten zu 80 Prozent ausgelastet sind. „Unsere Gäste sollen ein Rundum-sorglos-Paket haben. Darum geht es."

Stavroula Ekoutsidou,
Vorsitzende der Geschäftsführung
HAVI Deutschland

„Wir entwickeln uns gemeinsam weiter"

HAVI Deutschland bündelt als Logistikpartner Produktion, Lagerung und Transport für McDonald's-Restaurants in ganz Deutschland. Damit trägt das Unternehmen Mitverantwortung dafür, dass Ressourcen in der Lieferkette so effizient wie möglich eingesetzt und Kreisläufe geschlossen werden. Stavroula Ekoutsidou, Vorsitzende der Geschäftsführung HAVI Deutschland, erklärt, worauf es dabei ankommt.

HAVI und McDonald's arbeiten seit 45 Jahren zusammen. Was macht diese Partnerschaft so besonders?

Wir sind miteinander gewachsen und haben uns gemeinsam weiterentwickelt. Das Geheimnis: Wir agieren verlässlich und ruhen uns nie auf Erfolgen aus. Ein Beispiel: Früher haben wir ausschließlich Waren in die Restaurants geliefert. Heute nutzen wir auch die Rückfahrten, etwa um Mehrwegbehälter zurückzutransportieren. Das spart Fahrten und CO_2-Emissionen.

McDonald's setzt auf Lieferpartner statt auf eigene Produktion. Welche Rolle spielt HAVI dabei?

Durch die perfekte Verzahnung von Produktion und Logistik, zum Beispiel in unserer Food Town in Günzburg, wo Produktion, Lagerung und Distribution unter einem Dach zusammenkommen, können wir McDonald's effizienter und ressourcenschonender beliefern. Davon profitieren alle.

Wie schafft HAVI es konkret, Ressourcen zu schonen und Kreisläufe zu schließen?

Indem wir Logistik neu denken – nicht nur als Transport von A nach B, sondern als geschlossenen Kreislauf. McDonald's sammelt gebrauchte Getränkebecher separat; wir holen sie ab und liefern sie an Verwerter. Daraus entstehen Hygienepapier oder grafisches Papier für Happy-Meal-Bücher. Auf dem Rückweg nehmen wir leere Mehrwegbehälter direkt zu den Bäckereien mit. Jede sinnvoll genutzte Rückfahrt spart CO_2-Emissionen, jedes zurückgeführte Material schont Ressourcen. Das ist für uns gelebte Kreislaufwirtschaft.

Foto 1: Quality Bakers / Fotos 2, 3 und Porträt: HAVI Deutschland

Das bin ich!

Klebe ein Foto auf oder zeichne ein Selbstporträt.

Mein Name:

Ist es wahre Liebe?

Wir wollten wissen, wie eure Beziehung zu McDonald's aussieht, und haben 1.000 Menschen in Deutschland gefragt. Das Ergebnis hat uns glücklich gemacht: Da steckt ganz viel Liebe drin.

Bestimmt hast auch du schöne Erinnerungen in unseren Restaurants gesammelt, aus deiner Kindheit oder mit einem ganz besonderen Menschen. Vielleicht hast du hier sogar deinen Crush kennengelernt.

Mach mit beim Freundschaftsbuch! Fülle diesen Bogen aus und lade deinen Lieblingsmenschen ein, mit dir zu McDonald's zu kommen. Fotografiere euren Moment und poste ihn mit dem Hashtag #WeilWirEsLieben auf deinem Social-Media-Kanal.*

McDonald's feiert die Freundschaft.
Weil wir es lieben.

Mein Geburtstag ist am: ___.___.___

Fast die Hälfte der Menschen in Deutschland hat ihren **Geburtstag bei McDonald's gefeiert** oder möchte es noch.

4 von 10 Personen **bestellen noch heute ihr Kindheitsprodukt** bei McDonald's.

Für die meisten Deutschen war **ein Besuch bei McDonald's in ihrer Kindheit etwas Besonderes.**

ICH BESTELLE IMMER

Zeichne oder schreibe dein Lieblingsprodukt!

3 von 4 Personen verbinden McDonald's **mit einer positiven Kindheitserinnerung.**

Hattest du schon einmal ein Date bei McDonald's?

Ja ☐ Nein ☐

1 von 4 Personen in Deutschland hatte schon mal ein Date bei McDonald's …

…und 1 von 10 Personen in Deutschland hatte ihren **ersten Kuss in einem Mecces.** XOXO

Mit Kuss?

☐ Ja ☐ Nein ☐ Das bleibt ein Geheimnis

Mein Lieblingsrestaurant: McDonald's

Fast die Hälfte der Menschen in Deutschland verbinden McDonald's mit **gemeinsamen Momenten in ihrer Partnerschaft / Freundschaft** oder mit einer früheren Beziehung …

… wie zum Beispiel dem **Pommesklauen** – was übrigens jede 2. Person macht.

Mit dem kleinen Finger

Wo befindest du dich auf der Linie?

Mit der ganzen Hand

Die meisten Menschen in Deutschland gönnen sich McDonald's **bewusst als kleinen Genussmoment im Alltag …**

… und fast jede 3. Person war in der **letzten Woche bei McDonald's.**

Die meisten Menschen in Deutschland gehen gelegentlich oder sehr häufig **nach Partys, Feiern oder langen Abenden noch zu McDonald's.**

Ba-da-ba-ba-baaa!

Ich _____ es.

70 Prozent der Befragten sagen, dass sie **ein Coca-Cola-Glas von McDonald's zu Hause im Küchenschrank haben.**

Willst du mit mir zu Mecces kommen?

Ja ☐ Nein ☐ Vielleicht ☐

Lass uns zusammen zu McDonald's gehen!

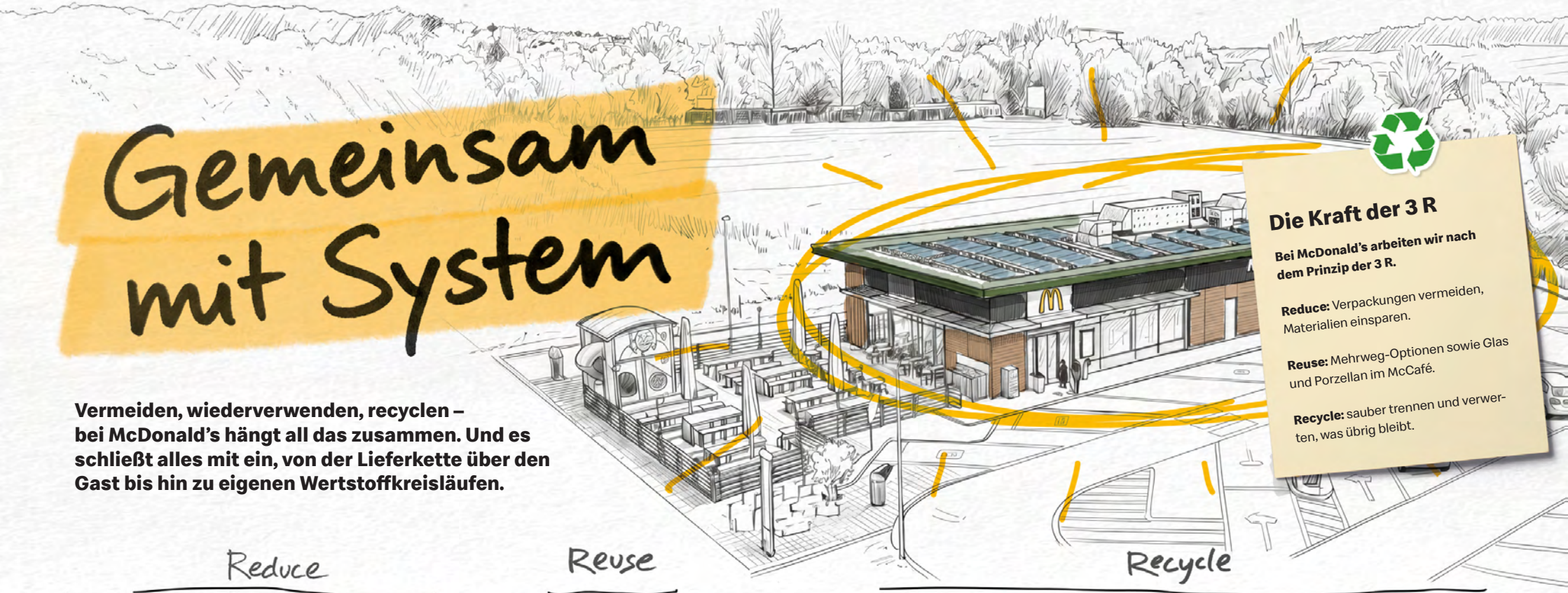
Am ___.___ **um** ___:___

Quelle: McDonald's Umfrage „Ich liebe es", Feb. 2026, N=1000

*Du verfügst über die nötigen Nutzungsrechte an den im Bild gezeigten Inhalten, inkl. der Rechte zur Veröffentlichung von Abbildungen etwaiger weiterer Personen.

Gemeinsam mit System

Vermeiden, wiederverwenden, recyclen – bei McDonald's hängt all das zusammen. Und es schließt alles mit ein, von der Lieferkette über den Gast bis hin zu eigenen Wertstoffkreisläufen.



Die Kraft der 3 R

Bei McDonald's arbeiten wir nach dem Prinzip der 3 R.

Reduce: Verpackungen vermeiden, Materialien einsparen.

Reuse: Mehrweg-Optionen sowie Glas und Porzellan im McCafé.

Recycle: sauber trennen und verwerten, was übrig bleibt.

Reduce

Kein Deckel? Besser so

Wo immer es sinnvoll ist, arbeiten wir daran, Verpackungen wegzulassen: So geben wir im Restaurant Getränke für den Vor-Ort-Verzehr grundsätzlich ohne Deckel aus. Damit sparen wir bei jedem Instore-Getränk Verpackungsmaterial ein. Konsequent und einfach.

Plastik beim Transport einsparen

Unser Logistikpartner HAVI Deutschland ersetzt Stretch-Folie durch robuste Palettennetze. Alle HAVI-Distributions-Center arbeiten inzwischen damit. So können wir bei jeder Palette die Wickelfolie durch wiederverwendbare Netze ersetzen.

Reuse

Mehrwegangebote nutzen

Für einen Großteil der McCafé®-Produkte nutzen wir vor Ort standardmäßig Glas und Porzellan. Zusätzlich bieten wir für alle Getränke sowie McFlurry® und McSundae® eine Mehrwegoption an. Die Verpackung kann gegen Erstattung der 2 € Pfand in jedem deutschen McDonald's Restaurant zurückgegeben werden.

Recycle

Bechern ein zweites Leben schenken

Gemeinsam mit unseren Partnern sammeln und verarbeiten wir bereits seit 2019 gebrauchten McDonald's-Becher zu Recyclingpapier. Seit 2025 nutzen wir für die Recyclingbücher Papier, das zu 100 Prozent recycelt ist: 40 Prozent aus ehemaligen McDonald's-Bechern und zu 60 Prozent aus weiterem Recyclingpapier.

Gäste zum Trennen einladen

Seit 2023 bieten viele McDonald's-Restaurants im Lobbybereich Mülltrennstationen an. Inzwischen sind es schon mehr als 320 Trennstationen – Tendenz steigend. So können auch unsere Gäste aktiv zum richtigen Recycling beitragen.

Wertstoffe richtig trennen

Restaurant-Crews trennen Verpackungen und Wertstoffe in verschiedene Fraktionen: Becher, Papier und Kartonage, gemischte Verpackungen, Speisereste, Altspeisefett und Restmüll – für korrekte Verwertung und Erfüllung der Recyclingquoten.

„Ich kann es. Also mache ich es.“

Stefan Warweitzki betreibt zwölf McDonald’s-Restaurants in Berlin und Brandenburg – und engagiert sich weit über seine Standorte hinaus für saubere Straßen.

Herr Warweitzki, Ihre Crews machen ohnehin regelmäßig Sammelrundgänge rund um die Restaurants. Warum machen Sie noch mehr?

Weil Sauberkeit nicht an der Restauranttür endet. Wenn die Aufenthaltsqualität in einer Einkaufsstraße sinkt – wenn es nicht sauber ist, wenn die Straße nicht einladend wirkt –, dann leiden der gesamte Standort und alle Gewerbetreibenden. Also engagiere ich mich seit Jahren in der AG City Berlin, einer Vereinigung von rund 600 Unternehmen, und organisiere zwei- bis dreimal im Jahr einen Kehr-Day auf der Wilmersdorfer Straße. Wir lesen Kippen und Papier auf, kratzen Aufkleber von den Laternen. Zuletzt war ich mit einem Team von neun Mitarbeitenden dabei.

Woher kommt die Motivation, das neben dem Tagesgeschäft noch zu stemmen?

Meine Frau fragt mich das auch. Meine Antwort: Es muss ja einen geben, der es macht. Wenn alle nur auf andere zeigen, kommt man nicht vorwärts. Ich kann es. Also mache ich es.

Lohnt sich das auch für McDonald’s?

Absolut. Wenn die Menschen wissen, wer hinter dem Restaurant steckt und wer sich kümmert, dann wird daraus etwas Greifbares. Dann sagen die Leute: Das ist mein McDonald’s. Genau das will ich.

Stefan Warweitzki mit Freiwilligen beim Kehr-Day in Berlin.

So kämpfen wir gegen Littering

- \+ Rund ums Restaurant: Wir stellen gut sichtbare Abfallbehälter auf und sensibilisieren unsere Gäste.
- \+ Regelmäßige Müllsammelrundgänge im Restaurantumfeld: 82 Prozent unserer Franchise-Nehmenden* haben häufiger gesammelt als vorgegeben.
- \+ Müll-Hotspots könnt ihr über unseren Gästeservice direkt ans Restaurant melden.

*Onlinebefragung der McDonald’s-Franchise-Nehmer:innen, März bis April 2026, N = 101.

MBRC the ocean
MBRC the ocean ist eine internationale Organisation für den Schutz der Ozeane vor Plastikverschmutzung. Mit über 250 Cleanup-Standorten und rund 10.000 Freiwilligen weltweit setzt sie auf Aufräumaktionen, Bildung und Recycling.
www.mbrctheocean.com

GEMEINSAM SAUBERMACHEN

Zu viel Abfall landet noch immer achtlos in der Umwelt. McDonald’s-Franchise-Nehmer:innen und ihre Crews sammeln deshalb regelmäßig den Abfall im Umfeld ihrer Restaurants ein. Gemeinsam gehen wir noch einen Schritt weiter – zum Beispiel mit der Organisation MBRC the ocean, zuletzt rund um den World Cleanup Day 2025.

Saubermachen hört bei uns nicht beim Restaurantumfeld auf. Deshalb setzen wir immer wieder mit unterschiedlichen Partnern Aktionen um, die für das Problem achtlos weggeworfenen Mülls sensibilisieren. Bestes Beispiel: unsere Kooperation mit MBRC the ocean zum World Cleanup Day 2025. In Hamburg, Köln und München dienten McDonald’s-Restaurants als Treffpunkt für Freiwillige, die gemeinsam in drei Großstädten Müll sammelten. Die Crews packten mit an. 59 Restaurants in ganz Deutschland beteiligten sich zusätzlich mit eigenen Aktionen. Auch auf Social Media zeigten wir gemeinsam Haltung: Für jeden Like auf unseren Aktionspost sammelte MBRC das Äquivalent von 100 PET-Flaschen. Die Bilanz: 2 Millionen PET-Flaschen entfernt und recycelt.

Mitarbeitende von McDonald’s und MBRC mit Freiwilligen beim World Cleanup Day in Hamburg.

Thank you

GAME FOR GOOD

Crew Competition für weniger Müll

Jedes Jahr lädt McDonald’s seine Mitarbeitenden zur Crew Competition ein. 2025 stand der Wettbewerb ganz im Zeichen von Anti-Littering, Müllvermeidung und Recycling. Unter dem Motto „Game for Good“ sammelten Crew-Teams Punkte bei digitalen Minigames und interaktiven Challenges. Wer eine gute Idee hatte, konnte sie direkt über eine digitale Plattform teilen. Über 1.000 Teams und knapp die Hälfte aller deutschen Restaurants machten mit. Den ersten Platz holte ein Team aus Kirchheim in Hessen, belohnt mit Pokal, Geldgewinn, kleinen Geschenken und einem gemeinsamen Abendessen mit Pokalübergabe.

Das Gewinnerteam der McDonald’s Crew Competition 2025 aus Kirchheim in Hessen

Teilhabe ist bei uns Alltag

Diane Ide betreibt zehn McDonald's-Restaurants in Schleswig-Holstein. Für sie ist Vielfalt kein Projekt „nebenbei", sondern Teil des Arbeitsalltags. Weil jeder Mensch wertvoll ist.

Bei Diane Ide arbeiten Menschen mit verschiedenen Lebensrealitäten zusammen. Gerade Menschen, denen der Einstieg andernorts oft schwerer gemacht wird, bekommen bei ihr eine Chance.

„Was braucht es, damit jemand seinen Platz im Team finden kann?", fragt Diane sich dabei immer wieder – und setzt genau dort an. In Henstedt-Ulzburg kommt zweimal pro Woche eine Gruppe Jugendlicher und Erwachsener mit geistiger Behinderung ins Restaurant: Sie übernehmen Aufgaben im Außenbereich und essen danach gemeinsam im Restaurant.

In Pinneberg baut Diane gerade eine Kooperation mit einer Werkstatt für Menschen mit Behinderung auf. Künftig möchte sie sichtbare Gastgeber:innen-Rollen für Menschen mit Down-Syndrom ermöglichen, etwa im Tischservice und bei der Begrüßung. Damit Gäste erleben, was Teilhabe bedeutet – und dass sie bei McDonald's selbstverständlich ist.

Für ein buntes Miteinander

McDonald's fördert eine Arbeitswelt, in der jedes Talent wertgeschätzt wird. Bereits 2007 haben wir die Charta der Vielfalt e. V. unterzeichnet. Seit 2022 sind wir Mitglied der Charta, seit 2023 im Vorstand vertreten.

charta-der-vielfalt.de

Netzwerk für Vielfalt

Über 100 Mitarbeitende und Franchise-Nehmer:innen engagieren sich in unserem Netzwerk für gelebte Vielfalt. Die Themen: Women Empowerment, Disability & Inclusion, Parents@McD, Pride und Cultural Diversity.

Offenes Ohr für alle

Ob Mitarbeitende, Lieferpartner oder Gäste – alle können die Vertrauensstelle und die Meldemöglichkeit zu Menschen- und Umweltrechten auf unserer Website nutzen. Denn ihre Anliegen sind uns wichtig!

Partner von Fairwork

McDonald's setzt sich als Partner von Fairwork für eine faire Behandlung von Mitarbeitenden der digitalen Plattformen ein, z. B. von Lieferdiensten.

fair.work

UNSER TEAM IN ZAHLEN

1.538
Azubis und Studierende

48 %
Vollzeitbeschäftigte

52 %
Teilzeitbeschäftigte

160
Nationalitäten

670
Mitarbeiter:innen mit Behinderung

8.890
Mitarbeitende im Restaurantmanagement: 48 % Frauen, 52 % Männer

mcdonalds.ehmann
auf Instagram

Schaut hinter die Kulissen von McDonald's!

Karolina arbeitet bei McDonald's und nimmt als Brand Ambassador auf Social Media Tausende mit in ihren Arbeitsalltag.

Wie bist du Brand Ambassador geworden?

Alles begann 2011 mit einem Minijob neben der Schule bei McDonald's Ehmann in Großburgwedel. Nach Abitur und Auslandsjahr kam ich zurück und blieb. Schichtführerkurs, Ausbildung zur Fachfrau für Systemgastronomie, schließlich Restaurantleitung: Von 2022 bis 2025 leitete ich drei verschiedene Restaurants, bevor ich 2026 als Brand Ambassador ins Team kam.

Was zeigst du der Community, was überrascht die Menschen?

Wir geben Einblicke in unseren Arbeitsalltag, von der Produktzubereitung über neue Aktionen bis hin zu Events wie Fußballspielen im Stadion. Was viele überrascht: wie viel Spaß wir dabei haben und wie viel gelacht wird.

Was macht McDonald's für dich besonders?

Kein Tag ist wie der andere und genau das liebe ich. Im Team Ziele zu erreichen, Gäste glücklich zu machen und schnell zu denken, wenn es drauf ankommt, das erfüllt mich. Dass ich das nun auch auf Social Media teilen darf, ist umso schöner.

88 %
bieten integrative Maßnahmen für Mitarbeiter:innen mit Migrationshintergrund.

64 %
beschäftigen Menschen mit Behinderung.

96 %
unserer Franchise-Nehmer:innen engagieren sich vor Ort: im sozialen und ökologischen Bereich.

92 %
engagieren sich für lokale Sportvereine.

WIR SCHAFFEN VERBINDUNG

Wir glauben: Engagement stärkt den Zusammenhalt. Deshalb machen sich unsere 215 Franchise-Nehmenden auf ganz unterschiedliche Weise für die Gesellschaft stark.

Ronald McDonald Haus® Deutschland

96 %
engagieren sich für die Ronald McDonald Häuser und Oasen.*

*Über Spendenhäuschen und nationale Aktionen hinaus.

Ehrentag. Für dich. Für uns. Für alle.

McDonald's Deutschland unterstützt ehrenamtliches Engagement in Deutschland; 2026 unter anderem als Förderpartner des Ehrentags. Die bundesweite Initiative unter der Schirmherrschaft von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier will Engagement und Ehrenamt in Deutschland sichtbar machen und andere zum Mitmachen inspirieren.

Mehr Infos: **ehrentag.de**

82 %
machen mehr Müllsammelrundgänge als in den McDonald's-Standards vorgeschrieben.

99 %
unterstützen lokale Abfallsammelaktionen.

Gemeinsam Hürden überwinden

Kerstin Maubach-Grischkat,
Franchise-Nehmerin, zehn Restaurants in Nordrhein-Westfalen

Kerstin Maubach-Grischkat ist leidenschaftliche Reiterin. Sie nutzt diese Leidenschaft u. a., um Inklusion erlebbar zu machen.

Mit den McDonald's Golden Riders hat sie eine Reitsportgruppe aufgebaut, die Menschen mit und ohne Behinderung zusammenbringt.

Beim inklusiven McFamily Day kommen Familien mit Kindern im Rollstuhl zum kostenlosen Ponyreiten. Was dann passiert, vergisst niemand so schnell: Die Ponys werden sanfter – als wüssten sie, dass sie besonders aufpassen müssen. **„Barrieren existieren erst mal nur im Kopf“**, sagt Kerstin. **„Wenn man will, kann man sie überwinden.“**

Inklusion im Sport

McDonald's setzt sich für mehr Teilhabe von Menschen mit Behinderung im Sport ein und unterstützt Initiativen wie die „SportWoche für Alle“ des Deutschen Behindertensportverbands (DBS).

Mehr Infos: **dbs-npc.de**

Echten Austausch schaffen

Der McDonald's Burger Dialog bringt seit 2025 junge Menschen, Politik sowie Vertreterinnen und Vertreter aus Wirtschaft und Gesellschaft zusammen. Gemeinsam diskutieren sie wichtige Zukunftsthemen und entwickeln Ideen für konkrete Lösungen – etwa zu gesellschaftlichem Zusammenhalt, Landwirtschaft, Bildung sowie Ehrenamt und Engagement.

Mehr Infos: **burgerdialog.mcdonalds.de**

„Der Burger Dialog zeigt, was möglich ist, wenn echte Menschen über echte Themen sprechen, ohne Distanz und ohne Manuskript.“

Markus Weiß,
Unternehmenssprecher, Impact Lead

Dr. Alexander Hettich,
Franchise-Nehmer, acht Restaurants in der Region Tübingen/Stuttgart

Ein Tag, der sagt: Du bist wichtig!

Kinderheime haben kaum Budget für Friseurbesuche. Ein Haarschnitt ist nicht selbstverständlich. Friseurmeisterin Niki Majdunovic organisiert deshalb ein- bis zweimal im Jahr einen Beauty Day: Rund 25 Kinder aus Heimen in Freudenstadt kommen in ihren Salon „Haarkunst“ – für Haarschnitt, Kopfmassage und Nagelpflege. Und um zu spüren: Du bist wichtig.

Als Alexander Hettich davon hörte, war er begeistert und fügte dem Tag einen festlichen Abschluss hinzu: ein gemeinsames Essen. **„Wenn ich sehe, wie besonders das für diese Kinder ist, kommen mir die Tränen“**, sagt Alexander, der sich u. a. auch für den Jugendfußball engagiert. **„Das stiftet wirklich Sinn.“**

Quelle: Onlinebefragung der McDonald's-Franchise-Nehmer:innen, April 2026, N = 101.

McDonald's Kinderhilfe Stiftung in Zahlen

Die gemeinnützige Stiftung betreibt bundesweit 23 Ronald McDonald Häuser in Kliniknähe. Dort können Familien schwer kranker Kinder während der Behandlung wohnen.

766

Ehrenamtliche engagierten sich 2025 in den Häusern und Oasen. Ihr Einsatz für die Familien ist unverzichtbar.

9,1 Mio. €

spendete McDonald's zusammen mit seinen Franchise-Nehmer:innen, Lieferpartnern und Gästen 2025 an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung.

2,8 Mio.

Spendenbücher haben wir 2025 mit dem Happy Meal® ausgegeben. Pro Buch gehen 10 Cent an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung.

6

Oasen stehen als Rückzugsorte in Spezialkliniken zur Verfügung.

8.279

Familien nutzten 2025 die Ronald McDonald Oasen zum Entspannen und Spielen in der Klinik.

6.406

Familien wohnten 2025 in den Ronald McDonald Häusern in der Nähe ihrer kranken Kinder.

23

Ronald McDonald Häuser gibt es in Deutschland.

Wo Familien zusammenbleiben

23 Ronald McDonald Häuser gibt es in Deutschland. Jedes Jahr finden dort fast 6.500 Familien schwer kranker Kinder ein Zuhause auf Zeit – und die Kraft, die sie brauchen.

Aufgeben war keine Option: Frieda erkrankt mit zwei Jahren an einem Hirntumor. Gemeinsam mit ihren Eltern und Geschwistern meistert sie OPs, Therapien und Klinikaufenthalte. Das Ronald McDonald Haus Berlin-Buch wird zur Kraftquelle, schenkt Halt, Nähe und Unterstützung. Dank Zusammenhalt und Mut besiegt die Familie den unsichtbaren Feind – Frieda lacht und lebt weiter.

Rund 14.000 Familien von kleinen Patientinnen und Patienten wie Frieda können jedes Jahr in den Ronald McDonald Häusern und Oasen in Deutschland zusammenbleiben und sich gegenseitig Kraft geben.

In dieser Zeit wird das Ronald McDonald Haus Berlin-Buch für die Familie ein Zuhause auf Zeit – ein Ort, an dem sie aufgefangen werden. Auch die Ronald McDonald Oase im Helios Klinikum gibt ihnen inmitten des Klinikalltags immer wieder Ruhe. Alle spüren: Nähe hilft heilen. Und heute? Frieda kann wieder laufen, sprechen, lachen. Ihre Familie hat immer daran geglaubt.

„Wir waren nie allein. Das hat uns durch diese Zeit getragen."

Josi, Mutter von Frieda, Loki und Lotte (v. l.)

Einfach spenden!

Einfach QR-Code scannen. Alle Spenden gehen zu 100 Prozent an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung.

Hamburg-Altona: mehr Platz für Familien

Das Ronald McDonald Haus Hamburg-Altona hat eine neue Etage mit neun zusätzlichen Apartments eröffnet. Künftig können dort bis zu 450 Familien pro Jahr ein Zuhause auf Zeit finden – fast doppelt so viele wie bisher.

Neuer Podcast mit Mutmachgeschichten

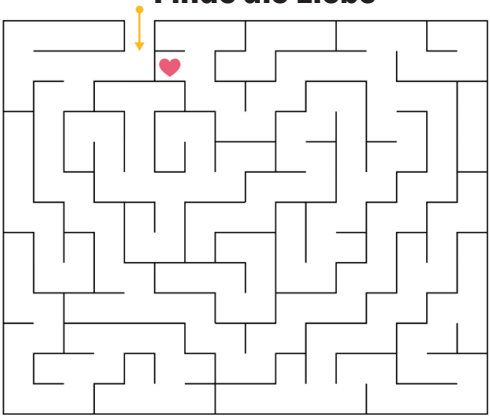
Hoffnung, Rückschläge, kleine Wunder: Im neuen Videopodcast „Zimmer mit Aussicht" spricht Moderator Alexander Mazza mit Familien, Ärzt:innen und Ehrenamtlichen. Jeden Monat eine neue Folge.

ZIMMER MIT AUSSICHT

SOLOCharity Race 2025

Laufen, Radfahren, Reiten – oder Sackhüpfen: Mehr als 1.500 Menschen gingen beim 6. SOLOCharity Race an den Start und sammelten über 320.000 € für die McDonald's Kinderhilfe Stiftung.

Finde die Liebe



Better

Mehr Informationen unter
betterm.mcdonalds.de

Impressum

Redaktion
McDonald's Deutschland LLC
Supply Chain: Diana Wicht, Sandra Körger
Impact: Markus Weiß, Tanja Rötger,
Birgit Höfler-Schwarz, Jannes Kühn, Nina Methe

Text und Gestaltung
Castenow Karma
Frankenthaler Straße 20
81539 München

Kontakt
McDonald's Deutschland LLC
Zweigniederlassung München
Drygalski-Allee 51
81477 München
T: +49 89 78594 413
F: +49 89 78594 479
E-Mail: verantwortung@mcdonalds.de
betterm.mcdonalds.de
Pressekontakt: presse@mcdonalds.de

WRIN 96703-038-000

© 2026 McDonald's

Diese Broschüre wurde unter anderem
aus recycelten Bechern hergestellt.

RECYCLED
Papier
FSC® C058887

CoffeeCup PAPER®
IGEPA GROSSHANDEL