



## Ökonomische Bedeutung



# Gemeinsam wirtschaften, wachsen und Wert schaffen

**Unsere Gäste sollen sich bei uns wohl fühlen, indem wir ihnen das Leben einfacher machen. Durch die treuen Gäste können wir die wirtschaftliche Stabilität und das Wachstum unserer Lizenznehmerinnen und -nehmer, die den Grossteil der Restaurants selbständig betreiben, sowie der einheimischen Lieferanten unterstützen. Hinzu kommen sichere Arbeitsplätze für 7'750 Mitarbeitende in einem Umfeld, das Talente fördert und Chancen bietet. Zudem achten wir auf unseren Fussabdruck, wenn es um die Zutaten und die Umwelt geht, und unterstützen Familien und ihre Kinder.**

### **Unser Ziel: Die beliebteste Restaurant- marke der Schweiz sein**

Genuss und happy Momente für alle einfach möglich machen. Dieses Versprechen treibt uns jeden Tag von neuem an. Wir sind immer in Bewegung und suchen nach neuen Wegen, um die Dinge morgen noch besser zu machen als heute. Uns ist es wichtig, dass wir unseren Gästen für jeden Geschmack – von Rindfleisch und Poulet über Fisch bis vegetarisch – und für jedes Portemonnaie den passenden Burger bieten. Wir freuen uns, dass generell mit 300'000 Gästen pro Tag ein schönes Abbild der Schweizer Bevölkerung sich bei uns verpflegt.

Die Gäste können bei uns bestellen, wie sie wünschen: Sei es im Restaurant, wo wir das Menü auch direkt an den Tisch servieren, im McDrive für einen unkomplizierten Service für unterwegs oder via McDelivery für die Lieferung nach Hause. Unsere digitalen Kanäle, wie zum Beispiel die McDonald's-App, übernehmen eine

zentrale Funktion für unseren direkten Austausch mit den Gästen sowie für einfache Bestellabläufe.

### **Wir vereinen 47 KMUs**

Unser Geschäftsmodell basiert in der Schweiz auf drei starken Stützen: unseren Lizenznehmern, unseren Lieferanten und unserem Hauptsitz in Crissier (VD). Mit unserem Franchisingssystem fördern wir seit bald 45 Jahren in der Schweiz das lokale Unternehmertum. So sind wir ein Netzwerk von 47 KMUs, denn fast 90% der rund 170 McDonald's-Restaurants in der Schweiz und dem Fürstentum Liechtenstein werden von selbständigen Unternehmerinnen und Unternehmern im Franchisevertrag geführt. Durch das Franchisingssystem sind wir als McDonald's in jeder Region verankert und nahe bei den Bedürfnissen der Gäste.

### **Wir sind ein langjähriger Partner der Wirtschaft**

Wir setzen bewusst auf Schweizer Lieferanten. Bereits das Rindfleisch für den ersten Big Mac vor bald



**«Wir freuen uns über die enge Partnerschaft mit unseren Lizenznehmerinnen und -nehmern, unseren einheimischen Lieferanten und unseren motivierten Mitarbeitenden. COVID-19 hat noch stärker gezeigt, was in unserer DNA liegt: Gemeinsam sind wir stärker. Deshalb wollen wir auch in Zukunft lokale KMUs fördern, Mitarbeitenden eine attraktive Stelle geben und sicherstellen, dass durch gemeinsames Handeln auch Werte für die Gesellschaft entstehen.»**

Aglaë Strachwitz,  
Managing Director  
McDonald's Schweiz

## Unsere Werte



**Wir stellen den Menschen in den Fokus.**



**Wir heissen alle willkommen.**



**Wir tun das Richtige und tun dies wirkungsvoll.**



**Wir leben eine gute Nachbarschaft.**



**Wir sind gemeinsam stärker.**

45 Jahren kam von Bell aus Oensingen (SO). Heute kaufen wir 86% der Zutaten bei lokalen Unternehmen ein und sind somit ein starker Partner der Schweizer Wirtschaft.

### Unser Fokus: Essen, Umwelt, Mitarbeitende und Gesellschaft

Wir fokussieren auf diese vier Bereiche, in denen wir am meisten Wirkung für die Schweizer Gesellschaft und Wirtschaft erzielen können:

- Unsere Zutaten: Die Herkunft der Zutaten und das Tierwohl sind uns wichtig. Es macht einen Unterschied, wie und von wem die Zutaten für unser Essen hergestellt werden.
- Unsere Umwelt: Die Art der Verpackungen und der Klimaschutz sind zentral. Mit unseren Lizenznehmern und Partnern minimieren wir den ökologischen Fussabdruck, um unseren Planeten auch für zukünftige Generationen lebenswert zu erhalten.
- Unsere Mitarbeitenden: Die Einbindung und Befähigung von Mitarbeitenden sind essenziell für uns. Zusammen mit unseren Lizenznehmern schaffen wir für unsere Talente Chancen und eine sichere Zukunft.
- Unsere Nachbarschaft: Die Unterstützung von Familien und ihren Kindern liegen uns am Herzen. Denn ein guter Nachbar hilft und steht bei, wenn es möglich ist.

**Mehr über unser Engagement:**  
[mcdonalds.ch/engagement](https://mcdonalds.ch/engagement)

## Unsere Wirkung im 2020

**169**

**Restaurants in der Schweiz und im Fürstentum Liechtenstein**

**142**

**davon mit Service an den Tisch, 88 mit McDrive und 94 mit McDelivery**

**47**

**lokale Unternehmerinnen und Unternehmer, die als Lizenznehmer 89% der Restaurants betreiben**

**2**

**neue Restaurants**

**30**

**neue Arbeitsplätze pro Restaurant**

**300'000**

**Gäste im Durchschnitt pro Tag (2019, da Wert von 2020 wegen Corona nicht aussagekräftig)**



## Unsere Ziele bis 2025

**Langfristig das Potenzial des Franchising für schweizweit 200 McDonald's-Restaurants nutzen, um Schweizer Unternehmern Chancen für eine Partnerschaft zu bieten und um weitere Arbeits- und Ausbildungsplätze zu schaffen**

**Das Einkaufsvolumen bei Schweizer Lieferanten mindestens bei hohem 85% halten (Stand 2020)**

**Die Vielfalt der Servicekanäle gemäss den Gästebedürfnissen weiter ausbauen**

**Die Kundenzufriedenheit bei elektronischen Feedbacks von aktuell 70% um jährlich 1 bis 2% erhöhen**



Angebot  
und Einkauf

# Wir kaufen in der Schweiz ein und achten auf das Tierwohl

**Der Genuss liegt uns am Herzen. Deshalb setzen wir auf hochwertige Zutaten und beziehen den grössten Teil davon bei Schweizer Lieferanten und Bauern, die nach hohen Standards produzieren. So sind wir gleichzeitig ein relevanter Partner der heimischen Landwirtschaft und Lebensmittelbranche. Genuss allein reicht aber nicht, denn wir tragen Verantwortung für die rund 300'000 Gäste, die wir täglich bedienen dürfen. Deshalb bieten wir Produkte mit feinen, einfachen Rezepturen ohne künstliche Zusatzstoffe und reduzieren, wo möglich, Salz und Zucker.**

## Unsere nachhaltige Einkaufsstrategie

Beim Einkauf orientieren wir uns an drei Punkten: erstens wollen wir das Tierwohl fördern, zweitens das Klima schützen und die Ressourcen schonen – speziell bei Verpackungen und Food Waste – und drittens Arbeitsplätze im Inland unterstützen. Um diese nachhaltige Einkaufsstrategie zu leben, setzen wir auf langjährige Partnerschaften mit Schweizer Lieferanten.

## Langjähriger Partner der Schweizer Wirtschaft

Mehr als zwei Drittel unseres Einkaufsvolumens stammen von 40 Lieferanten, mit denen wir seit über 45 Jahren zusammenarbeiten. Darunter sind zahlreiche Schweizer Firmen wie Bell, Eisberg, Emmi, Florin, Fortisa, Frigemo, Nestlé und Ospelt. 2020 haben wir für 134 Millionen Franken Zutaten von Schweizer Lieferanten eingekauft. Das entspricht 86% des Einkaufsvolumens für Lebensmittel.

## Zutaten von Schweizer Bauern

Unsere Passion für hochwertige Zutaten teilen wir mit den Schweizer

Landwirten, die unsere Hersteller beliefern. Rund 6'900 Bauern aus allen Landesteilen zählen wir zu unseren Partnern.

## Rindfleisch und Eier von Tieren mit Auslauf

Bereits den ersten Big Mac vor 45 Jahren haben wir mit Rindfleisch von Bell aus Oensingen zubereitet. 2020 haben wir 4'465 Tonnen Rindfleisch von Bell bezogen und der verfügbare Anteil an RAUS-Kühen (regelmässiger Auslauf ins Freie) lag bei 66%. Zusätzlich zum regulären Marktpreis erhalten die Bauern für diesen Standard eine Prämie pro Tier.

Seit mehreren Jahren verfolgen wir mit Ospelt aus Sargans (SG) ein Tierwohlprojekt bei den französischen und ungarischen Pouletfleisch-Lieferanten. Wir verlangen und stellen sicher, dass bei den Hühnern die Schweizer Tierschutzstandards in Bezug auf Haltung, Fütterung und Besatzdichte eingehalten werden. Und für unsere Burger verwenden wir nur Malbuner-Speck aus Schweizer Schweinefleisch, und die Eier für den Egg McMuffin stammen aus Freilandhaltung.



**«Wir sind stolz, dass wir seit der Eröffnung des ersten Restaurants vor 45 Jahren bis heute das Rindfleisch für McDonald's Schweiz liefern dürfen. Das nenne ich eine echte Partnerschaft. Das Tierwohl ist wichtig, deshalb setzen wir für McDonald's seit 2010 auf Rindfleisch von Tieren mit regelmässigem Auslauf ins Freie.»**

Lorenz Wyss,  
CEO der Bell Food Group

## Mehl, Fisch und Kaffee aus nachhaltigen Quellen

Seit 1999 arbeiten wir mit der Vereinigung integriert produzierender Bäuerinnen und Bauern (IP-Suisse) zusammen. Neben einem Teil des Rapsöls beziehen wir 100% des Mehls für die Brötchen von Fortisa nach IP-Suisse-Standard. Der Filet-O-Fish mit pazifischem Pollack-Filet trägt das

Gütesiegel des Marine Stewardship Councils (MSC), und für die Kaffeegetränke verwenden wir konsequent Bohnen mit dem Fairtrade-Label der Rainforest Alliance vom Familienbetrieb Rast aus Ebikon (LU). Palmöl kommt bei uns nur noch in der Apfeltasche und in einzelnen McFlurry Toppings zum Einsatz, weil es dort technologisch zwingend nötig ist. Es stammt aus zertifizierter, nachhaltiger Quelle.

### Weniger Salz und Zucker

2020 haben wir daran gearbeitet, die Rezepturen unserer Saucen zu vereinfachen und konsequent natürliche Zusätze zu verwenden. In den nächsten Jahren fokussieren wir wieder auf die Reduktion von Salz und Zucker. Bereits 2012 haben wir die Salzmenge bei den Pommes pro Portion von 5 auf 4 Gramm gesenkt. In den nächsten fünf Jahren wollen wir diese Menge nochmals um 35% reduzieren. Beim Big Mac Brötchen ist unser Ziel, 22% weniger Zucker zu verwenden, ohne Einbussen beim Geschmack.

### Happy Meal ohne künstliche Aromen und Farbstoffe

Alle Produkte in den Happy Meal-Kombinationen sind frei von künstlichen Aroma-, Farb- und Zusatzstoffen. Seit 15 Jahren bieten wir Früchte als Beilage im Happy Meal an und seit 2015 gehört eine Fruchtportion fix dazu. Seit dieser Lancierung haben wir über 20 Millionen Fruchtportionen an Kinder serviert. 2004 haben wir auch unser Salatangebot ausgebaut. Seitdem können die Gäste zu jedem Menu anstelle von Pommes zum gleichen Preis einen kleinen Salat bestellen.

### Immer mehr vegetarische Varianten

1996 haben wir unseren ersten Vegi-Burger lanciert. Im letzten Jahr haben wir unser Angebot auf drei Vegi-Burger sowie einen Vegi Caesar Salat weiter ausgebaut. So ist jeder Pouletburger auch als vegetarische Variante erhältlich.

**Mehr über unser Engagement:**  
[mcdonalds.ch/engagement](https://mcdonalds.ch/engagement)

## Unsere Wirkung im 2020

**86%**

der Zutaten von Schweizer Lieferanten eingekauft

**6'900**

einheimische Bauernbetriebe liefern für uns

**66%**

des Rindfleisches von Tieren mit regelmässigem Auslauf ins Freie (RAUS-Standard)

**100%**

des Pouletfleisches aus Frankreich und Ungarn nach Schweizer Tierschutzstandards

**3,7 Mio.**

Fruchtportionen serviert – vorwiegend mit dem Happy Meal

**Seit 2013**

Mitglied des Swiss Pledge für verantwortungsvolle Werbung



## Unsere Ziele bis 2025

Einkaufsvolumens bei Schweizer Lieferanten bei 85% stabil halten

Rindfleischanteil von Tieren von 66% auf 75% steigern nach RAUS-Standard

Pouletfleisch für Chicken McNuggets und McChicken weiterhin zu 100% aus Frankreich und Ungarn nach Schweizer Tierschutzstandards beziehen

Den Salzgehalt der Pommes pro Portion von 2021 bis 2023 von 4 g auf 2,5 g – also um 35% – reduzieren

Die Zuckermenge im Big Mac von 2021 bis 2023 um 22% senken – ohne Einbussen beim Geschmack

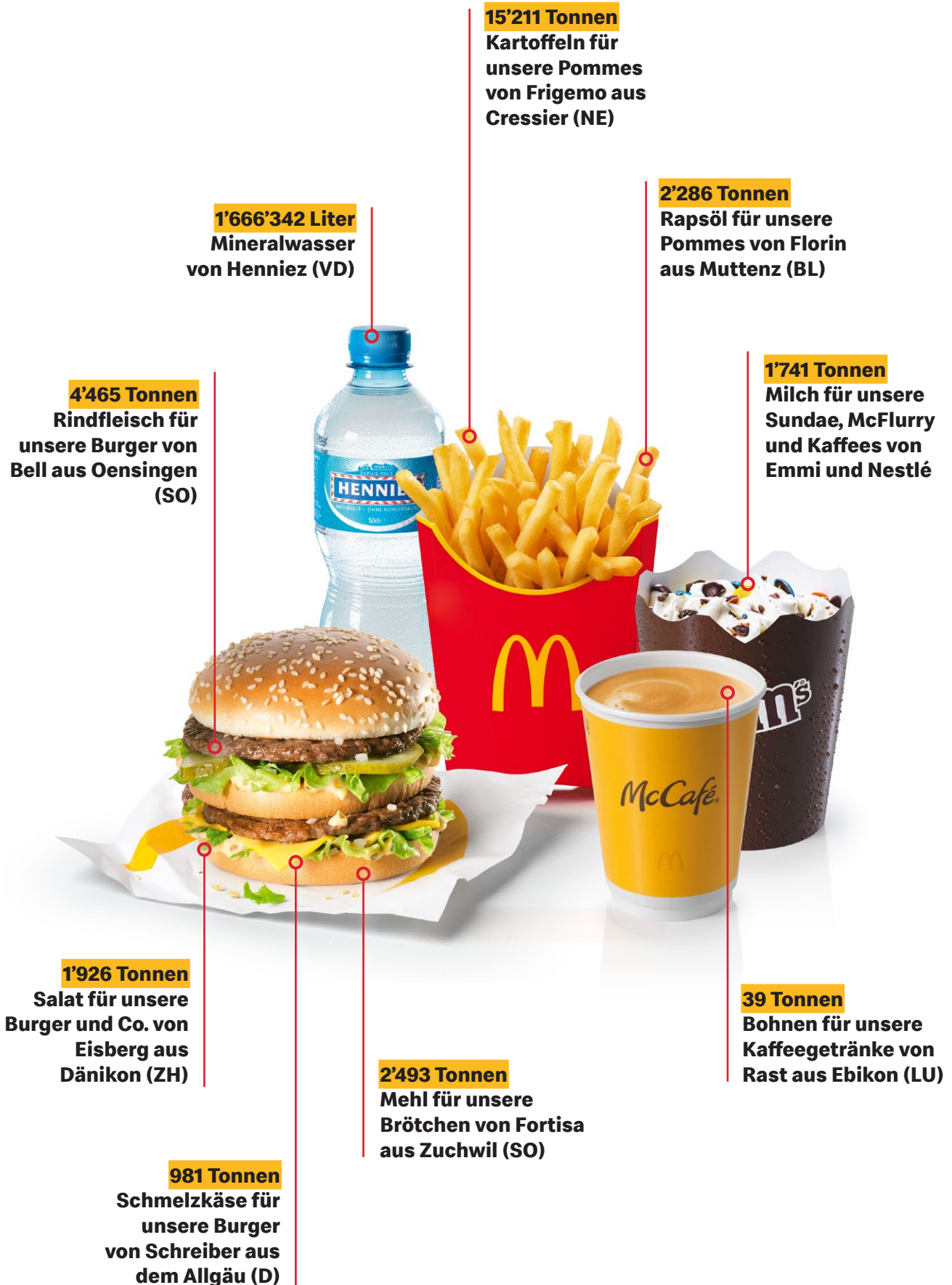
Keine künstlichen Zusatzstoffe in bestehenden und neuen Produkten einsetzen

## Unser Beitrag zu den SDGs



SDGs = Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN)

# Diese Zutaten haben wir im Jahr 2020 eingekauft



**1'666'342 Liter**  
Mineralwasser  
von Hennez (VD)

**15'211 Tonnen**  
Kartoffeln für  
unsere Pommes  
von Frigemo aus  
Cressier (NE)

**2'286 Tonnen**  
Rapsöl für unsere  
Pommes von Florin  
aus Muttenz (BL)

**1'741 Tonnen**  
Milch für unsere  
Sundae, McFlurry  
und Kaffees von  
Emmi und Nestlé

**4'465 Tonnen**  
Rindfleisch für  
unsere Burger von  
Bell aus Oensingen  
(SO)

**1'926 Tonnen**  
Salat für unsere  
Burger und Co. von  
Eisberg aus  
Dänikon (ZH)

**981 Tonnen**  
Schmelzkäse für  
unsere Burger  
von Schreiber aus  
dem Allgäu (D)

**2'493 Tonnen**  
Mehl für unsere  
Brötchen von Fortisa  
aus Zuchwil (SO)

**39 Tonnen**  
Bohnen für unsere  
Kaffegetränke von  
Rast aus Ebikon (LU)



## Umwelt- engagement

# Von Ökostrom bis nachhaltige Verpackungen

Um unsere Umwelt wirkungsvoll zu schützen, braucht es gesamtheitliche Ansätze – von der Logistik über die Restaurants bis hin zum Gast. So verfolgen wir seit Jahren wichtige Klimaziele. Weil wir uns stets verbessern wollen, gehen wir einen Schritt weiter und gestalten auch unsere Verpackungen durch neue Ideen, Materialien und weniger Plastik immer nachhaltiger. So schützen wir das Klima und die Natur, die uns umgibt.

### Nachhaltiges Verpackungsmaterial

Wir engagieren uns gestern, heute und morgen für die Umwelt. Aktuell ist die Vermeidung von Verpackung – insbesondere von Einweg-Verpackung mit Plastik – ein essenzielles Thema für uns und unsere Gäste. Unsere Speiseverpackungen bestehen heute bereits zu 90% aus nachwachsenden Rohstoffen wie Papier und Karton. Das eingesetzte Papier und der verwendete Karton sind zu 100% aus recyceltem oder FSC- oder PEFC-zertifiziertem Ausgangsmaterial. Bis 2025 wollen wir die Speiseverpackungen zu 100% aus erneuerbaren, rezyklierten oder zertifizierten Quellen beziehen.

### Immer weniger Plastik

Bis 2025 werden wir 80% des heute noch in unseren Verpackungen vorhandenen Plastiks reduzieren, sodass maximal noch 2% aller McDonald's-Verpackungen aus diesem Rohstoff bestehen. Die Umstellung des McFlurry-Bechers ohne Plastikdeckel im Oktober 2019 zeugt

von diesem Ziel. Im Jahr 2020 haben wir in den Restaurants in Genf und Neuenburg zusätzlich neue Verpackungen wie Holzbesteck, Salat-schüssel und Dessertbecher aus Karton sowie Ballonhalter aus Papier



«Mit McDonald's haben wir einen starken Partner gefunden, um unsere Mission – für E-Autfahrende in der Schweiz ein dichtes, zuverlässiges Schnellladnetz zu bauen – vorwärts zu treiben. So tragen wir gemeinsam mit McDonald's und seinen Gästen zum Klimaschutz bei.»

Domenic Lanz,  
CEO von GOFAST

eingeführt und haben dies als Test für die Schweiz genutzt.

### Engagement für saubere Strassen und Wiesen

Um dem gesellschaftlichen Problem des achtlosen Wegwerfens von Abfällen zu begegnen, stellen unsere Restaurants freiwillig zusätzliche Abfalleimer auf und setzen ihre Mitarbeitenden täglich für Aufräumdungen rund um die gut 170 Lokale ein. Sie sammeln herumliegende Abfälle ein und entsorgen sie fachgerecht. Im letzten Jahr haben wir uns so mit 70'000 Arbeitsstunden für mehr Lebensqualität dank sauberen Strassen und Wiesen engagiert.

### Küchenabfälle und Altöl werden zu Treibstoff

1991 haben wir als einer der ersten Gastronomiebetriebe ein eigenes Recyclingsystem eingeführt. Dank der Zubereitung von Big Mac & Co. direkt auf Bestellung können wir Lebensmittelabfälle noch stärker vermeiden. Und wenn sie trotzdem entstehen, nutzen wir sie für Neues:



«Schritt für Schritt wollen wir den Plastikanteil bei unseren Verpackungen reduzieren – bis auf maximal 2% bei den Einwegverpackungen. Die neuen Lösungen testen wir im Austausch mit unseren Gästen, denn dauerhaft nachhaltig wird er es erst, wenn alle mitmachen.»

Heinz Hänni,  
Umweltmanager von  
McDonald's Schweiz

Aus unserem Altfrittieröl lassen wir Biodiesel herstellen und aus unseren organischen Küchenabfällen entsteht Biogas. Die Lastwagen, die für die Feinverteilung unserer Güter in die Restaurants eingesetzt werden, fahren mit einem variablen Anteil von Biodiesel resp. Biogas. So schliesst sich ein Kreis. Zudem legten unsere Güter 2020 55% der Transportkilometer vom Logistikzentrum in Oensingen (SO) in die Restaurants per Bahn zurück. Seit 1998 überqueren für unseren Warentransport keine Lastwagen mehr die Alpen.

### Strom aus Wasserkraft und E-Tankstellen

Seit 2010 beziehen wir unseren Strom konsequent aus Wasserkraftwerken, wodurch wir unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen signifikant reduzieren konnten. In Kooperation mit dem Schweizer Unternehmen GOFAST bieten wir seit Ende 2020 auf den Parkplätzen von fünf McDrives Schnellladestationen für Elektroautos an. So können unsere Gäste einfach einen weiteren Beitrag zum Klimaschutz leisten. Bis 2022 sollen alle geeigneten McDrives der Schweiz mit Schnellladestationen von GOFAST ausgestattet sein.

**Mehr über unser Engagement:**  
[mcdonalds.ch/engagement](https://mcdonalds.ch/engagement)

## Unsere Wirkung im 2020

**90%**  
unserer  
Speiseverpackungen  
bestehen aus Papier und  
Karton

**42 Tonnen**  
Plastik dank neuem  
McFlurry-Becher  
eingespart

**70'000**  
Arbeitsstunden  
für freiwillige  
Aufräumtouren rund  
um die Restaurants  
eingesetzt

**100%**  
Ökostrom aus  
Wasserkraft genutzt

**45%**  
CO<sub>2</sub>-Emissionen bei  
Produktion eines  
Big Mac eingespart  
(2019 vs. 2009)

**55%**  
der Güter via Bahn  
in die Restaurants  
transportiert



## Unsere Ziele bis 2025

Serviceverpackungen  
aus 100% erneuerbaren,  
rezyklierten oder nach  
Nachhaltigkeitskriterien  
zertifizierten Materialien

Ein Plastikanteil von  
noch maximal 2% bei den  
Serviceverpackungen

Spielzeug im Happy  
Meal ausschliesslich  
aus nachhaltigen oder  
rezyklierten Materialien

80% der Restaurants  
engagieren sich am  
nationalen Clean-Up-Day

Und 10% mehr  
Mitarbeitende, Partner  
und Gäste nehmen  
im Vergleich zu 2019  
daran teil

E-Ladestationen in  
allen geeigneten  
McDrive-Restaurants bis  
2022 anbieten

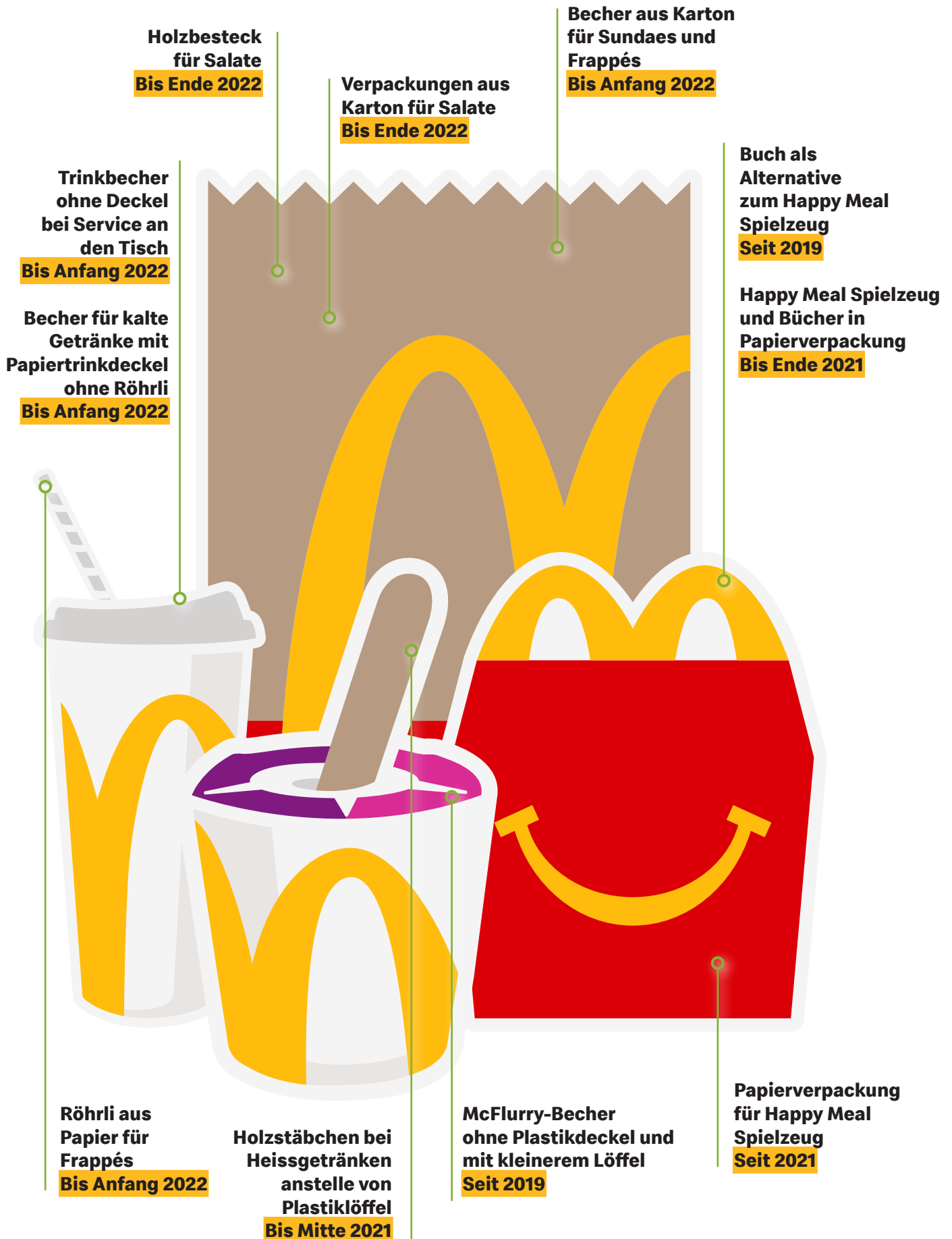
70% unserer Güter  
werden CO<sub>2</sub>-neutral  
in die Restaurants  
transportiert

## Unser Beitrag zu den SDGs



SDGs = Ziele für nachhaltige  
Entwicklung der  
Vereinten Nationen (UN)

# Immer weniger Plastik, immer nachhaltiger







**Arbeitgeber  
und Ausbilder**



# Wir bieten Chancen und fördern alle unsere Mitarbeitenden

**Bei uns soll jeder die Möglichkeit haben, seine eigene Persönlichkeit einzubringen und als solche gefördert zu werden – in einem wertschätzenden Umfeld, das Talent und Leistung in den Vordergrund rückt. Auch unsere Lizenznehmerinnen und -nehmer, welche die Mehrheit unserer Restaurants betreiben, tragen diesen Grundsatz als selbständige Unternehmer und Arbeitgeber mit. Wir wollen sichere Arbeitsplätze bieten und allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern unabhängig von Geschlecht, Herkunft und Berufserfahrung Chancen geben. Dafür beziehen wir sie aktiv ein und fördern ihre Entwicklung. Es gilt bei uns: gleicher Lohn für gleiche Arbeit.**

## **Verlässlicher Arbeitgeber für 7'750 Menschen**

Als einer der grössten Arbeitgeber des Landes bieten wir zusammen mit unseren selbständigen Lizenznehmerinnen und -nehmern 7'750 Mitarbeitenden einen sicheren Arbeitsplatz mit praxisnaher Aus- und Weiterbildung sowie einer sehr positiven Arbeitsatmosphäre. Wir haben als Mitglied von GastroSuisse den Gesamtarbeitsvertrag für die Gastronomie unterzeichnet und bezahlen die entsprechenden Löhne und Sozialleistungen.

## **Ein- und Aufstiegschancen für engagierte Talente**

Es ist uns wichtig, für alle Lebensentwürfe passende Stellen zu schaffen und bieten so flexible Arbeitszeitmodelle, was vor allem Mütter und Väter sowie Studenten schätzen. Je ein Fünftel der Teilzeitmitarbeitenden sind berufstätige Eltern respektive Studentinnen und Studenten.

Unser vielfältiges Team vereint 91 Nationalitäten, welche mit grosser Freude zusammenarbeiten. Wir bieten unseren Talenten unabhängig von ihrer Herkunft Chancen. So hat beispielsweise ein Viertel der Restaurantmanagerinnen und -manager ihre Laufbahn als Crewmitarbeitende an der Theke oder in der Küche begonnen. Heute verantworten sie durchschnittlich ein 50-köpfiges Team. Neben Hoteliers, Bankern und Sportlern, die sich bei uns als selbständige Unternehmer weiterentwickelt haben, haben 40% der Lizenznehmer ihre Karriere ebenfalls bei uns im Restaurant gestartet.

## **Viele Frauen in Kaderpositionen**

Frauen und Männer haben bei uns die gleichen Karrierechancen. Der Frauenanteil im Restaurantkader beträgt seit vielen Jahren über 45%. 2020 waren 46% der Führungskräfte in den Restaurants weiblich, und an

unserem Hauptsitz beträgt der Anteil 42%. Gerade solche Aspekte sowie die Förderung von Talenten durch Schulungen sorgen für eine hohe Identifikation der Mitarbeitenden mit uns als Arbeitgeber. Gemäss aktueller Umfrage sind 85% der Mitarbeitenden stolz, bei McDonald's zu arbeiten.

## **Trainings, die alle weiterbringen**

Auch im Jahr 2020 haben über 1'000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an internen Trainingsprogrammen teilgenommen, die auf Gastfreundschaft, Zubereitung und Service fokussieren. Heute servieren die Mitarbeitenden in 85% der Restaurants das Menü direkt an den Tisch und sogenannte «Guest Experience Leaders» kümmern sich um das Wohl der Gäste. Aufgrund des neuen Servicekonzeptes haben sich die Aufgaben unserer Mitarbeitenden verändert,



«Ich habe meine Karriere bei McDonald's vor gut 25 Jahren im Restaurant begonnen und konnte mich stetig weiterentwickeln. Heute betreibe ich als selbstständiger Unternehmer drei McDonald's und bilde mit grosser Freude Lernende in der Systemgastronomie aus. Denn junge Menschen haben grosse Ziele. Um diese Ziele zu erreichen, brauchen sie Chancen und Begleitung. Mit Lehrstellen bieten wir genau diese Chance für Entwicklung und Erfolg.»

Fredy Bruder,  
McDonald's-Lizenznehmer  
und Arbeitgeber von über  
100 Mitarbeitenden im  
Kanton Aargau

und sie können ihre Talente als Gastgeber heute voll einbringen.

### Lehrstellen für junge Menschen

Wir nehmen unsere Verantwortung auch als Ausbilder und Förderer für Berufseinsteiger gerne wahr. Seit 1998 bilden wir Lernende aus: zuerst in den Bereichen KV und Informatik. 2013 haben bei uns die ersten Jugendlichen die 3-jährige Lehre in der Systemgastronomie begonnen. Aktuell bilden wir 19 junge Menschen in diesem eidgenössisch anerkannten Beruf aus. Bis 2025 wollen wir insgesamt 100 Lehrstellen in diesem Bereich anbieten. Das wichtigste Merkmal dieser speziell für die Systemgastronomie konzipierten Ausbildung ist die Vielfältigkeit.

**Mehr über unser Engagement für unsere Mitarbeitenden:**  
[mcdonalds.ch/engagement](https://mcdonalds.ch/engagement)

## Unsere Wirkung im 2020

**46%**

Frauen in Kaderpositionen in den Restaurants

**10,7 Jahre**

arbeiten Kadermitarbeitende durchschnittlich bei uns

**1 von 4**

Personen aus dem Restaurantmanagement kommt aus den eigenen Reihen

**42%**

der Lizenznehmerinnen und -nehmer haben ihre Karriere im Restaurant begonnen

**19**

Lernende sind in Ausbildung zur Systemgastronomie-Fachperson EFZ

**85%**

der Crewmitglieder sind stolz, bei uns zu arbeiten



## Unsere Ziele bis 2025

Den Frauenanteil in der Geschäftsleitung von 25% auf 40% und längerfristig auf 50% steigern

Den Anteil der weiblichen Führungskräfte am Hauptsitz von 42% auf 50% und in den Restaurants von 46% auf ebenfalls 50% erhöhen

Die Anzahl der Lernenden in Ausbildung zur Systemgastronomie-Fachperson EFZ von 19 (2020) auf 100 erhöhen

Die Lohngleichheit zwischen Frauen und Männern auch künftig für alle garantieren

Die Werte für Mitarbeiter-Commitment und Inklusion bei externen Audits bei 85% halten oder weiter steigern

## Unser Beitrag zu den SDGs



SDGs = Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN)



**Engagement für  
die Gesellschaft**



## Wir unterstützen Familien und ihre Kinder

**Es gehört zu unserem Selbstverständnis, der Gesellschaft etwas zurückzugeben, in der wir wirtschaften und leben. Dabei liegt uns die Unterstützung von Familien ganz besonders am Herzen. So engagieren wir uns für die sechs Elternhäuser der Ronald McDonald Kinderstiftung sowie für über 170 junge Athletinnen und Athleten mit Patenschaften der Schweizer Sporthilfe. Von jedem Franken, den ein Gast bei McDonald's ausgibt, fliesst ein Teil in die Unterstützung dieser Familienprogramme.**

### Ein Zuhause für Familien kranker Kinder

Das Kind ist im Spital – das Zuhause weit weg? Was nun? Seit mehr als einem Vierteljahrhundert kann die Ronald McDonald Kinderstiftung durch Mithilfe unserer Restaurants, Lizenznehmer, Lieferanten und Gäste bei dieser Frage wertvolle Unterstützung bieten.

Wenn ein Kind schwer erkrankt, braucht es die Nähe der Eltern und Geschwister besonders. Doch häufig lässt die Infrastruktur in den Spitälern nicht zu, dass die Familien bei den kleinen Patienten übernachten können. Hier helfen die sechs Elternhäuser in Bern, Basel, Luzern, St.Gallen und Genf in unmittelbarer Nähe der Kinderspitäler weiter.

In den Ronald McDonald Häusern können Familien ihren Alltag entfernt von zu Hause weiterleben: Sie können zusammen sein, kochen,

waschen und sich für einen Moment entspannen – ganz wie in den eigenen vier Wänden – und sind dennoch immer in der Nähe ihrer kranken Kinder.



**«Familien näher  
zusammenbringen,  
wenn sie es besonders  
brauchen. Das ist unsere  
Mission in den Ronald  
McDonald Häusern. Dank  
der Unterstützung von  
McDonald's und ihren  
Partnern können wir diese  
Nähe schaffen.»**

Gabi Weishaupt,  
Elternhausleiterin St.Gallen

Und die Mission wird gebraucht: In den letzten 27 Jahren konnten 20'450 Familien rund 167'000 Nächte in den Elternhäusern verbringen. Hierfür flossen 2020 insgesamt 1,7 Millionen Franken von McDonald's Schweiz, den Lizenznehmern und Lieferanten sowie von zahlreichen Klein- und Gross Spendern in die Spendenkasse der Ronald McDonald Kinderstiftung. Jeder Franken, der in den Restaurants ausgegeben wird, unterstützt die Mission über eine Umsatzbeteiligung der Partner.

Ein wertvoller Teil der Spenden stammt auch direkt von unseren Gästen, die ihr Wechselgeld in die Spendenkasseli legen. Seit 2020 können die Gäste auch elektronisch an den Bestellkiosken in unseren Restaurants spenden. Als Familienrestaurant liegt uns dieses gesellschaftliche Engagement ganz besonders am Herzen, und wir sind dankbar, wenn wir helfen können.



«Für den Weg an die Spitze brauchen junge Sportlerinnen und Sportler und ihre Familien Energie und Ausdauer. Mit McDonald's als Götti im Rücken erhalten sie wertvolle Unterstützung – finanziell und emotional.»

Dominique Gisin,  
Delegierte des Stiftungsrats  
der Schweizer Sporthilfe

### Unterstützung von Nachwuchsathleten und ihren Familien

Als Familienrestaurant ist uns auch die lokale Unterstützung sehr wichtig. Deshalb engagieren wir uns gemeinsam mit unseren Lizenznehmern tatkräftig für Nachwuchstalente in der Nachbarschaft. Wir unterstützen als Gold-Partner der Schweizer Sporthilfe seit 2015 junge Athletinnen und Athleten und ihre Familien auf ihrem Weg nach oben. Wir sind überzeugt, dass sie Vorbilder sind und ihr Erfolg eine positive Ausstrahlung hat. Unsere Restaurants haben im 2020 175 Sporthilfe-Patenschaften für eine Nachwuchssportlerin oder einen -sportler aus ihrer Region übernommen, womit jedes Restaurant einem jungen Talent sowohl finanzielle als auch emotionale Unterstützung geben kann.

2020 war auch für junge Athletinnen und Athleten ein sehr herausforderndes Jahr. Wir haben deshalb den direkten Förderbeitrag in Kooperation mit der Schweizer Sporthilfe um 200 Franken auf 2'200 Franken erhöht. Seit dem Programmstart im Jahr 2015 haben wir über 953 Jahres-Partnerschaften übernommen und Förderbeiträge in Höhe von 2,5 Millionen Franken gesprochen.

**Mehr über unser gesellschaftliches Engagement:**  
[mcdonalds.ch/engagement](https://mcdonalds.ch/engagement)

## Unsere Wirkung im 2020

# 10'184

Übernachtungen von Familien kranker Kinder in den Ronald McDonald Häusern ermöglicht

# 29,7 Mio.

Franken Spenden für die Kinderstiftung seit der Gründung 1992 gesammelt



# Neu

sind Kleinspenden auch an unseren Bestellkiosken möglich

# 953

Jahres-Patenschaften für junge Sportlerinnen und Sportler seit 2015 übernommen

# 2,5 Mio.

Franken für junge Sporttalente seit 2015 bereitgestellt



## Unsere Ziele bis 2025

Mit unseren Restaurants, Lizenznehmern, Lieferanten und Gästen die Kinderstiftung unterstützen, damit sie im Vergleich zu 2020 30% mehr Familien helfen kann

Die Bekanntheit unserer Marke sowie alle Plattformen nutzen, um 7% zusätzliche Spenden im Vergleich zu 2020 zu sammeln

Alle McDonald's-Restaurants übernehmen eine Patenschaft der Schweizer Sporthilfe

## Unser Beitrag zu den SDGs



SDGs = Ziele für nachhaltige Entwicklung der Vereinten Nationen (UN)