



McDonald's Österreich

Nachhaltigkeitsbericht

2021/22



Inhalt

Vorwort	3	Arbeitsplätze und Inklusion	34
Nachhaltigkeit bei McDonald's	4	Faire Arbeitsbedingungen	36
Nachhaltigkeitsmanagement	5	Personalentwicklung und Förderung	38
Über diesen Bericht	5	Frauen machen Karriere	40
Stakeholder-Einbindung	6	Aufstiegschancen: Frauen berichten	41
Kommunikation	7	Lehrlinge im Fokus	42
Wesentliche Themen	7	Job-Sicherheit während der Pandemie	42
Das Unternehmen McDonald's Österreich	8	Gesundheit und Prävention	44
Mäcci macht's. Seit 1977	9	Betriebliche Leistungen	44
Partnerschaftliche Zusammenarbeit	10	Ziele	44
Werte und Leitlinien	11	Unsere Gemeinschaft	45
Wertschöpfungsstudie	12	Ausgewogene Ernährung	46
Sicher durch die Corona-Pandemie	12	Verantwortung als Familienrestaurant	47
Qualität und Lebensmittel aus Österreich	13	Gemeinsam fördern und unterstützen	48
Nachhaltige Beschaffung	14	Ronald McDonald Kinderhilfe	48
Qualitätssicherung entlang der Lieferkette	14	Ziele	48
Österreichische Qualität	15	GRI-Index	49
Nachhaltigkeit bei Partnerunternehmen	16	Impressum	53
Die McDonald's Produkte	19		
Ziele	23		
Unsere Umwelt	24		
Partner des klimaaktiv Pakts 2030	25		
Energiemanagement	26		
CO ₂ -Fußabdruck	27		
Erneuerbare Energieträger	27		
Logistik	30		
Verpackung und Recycling	30		
Ziele	33		



Vorwort

Seit mittlerweile 45 Jahren ist McDonald's als starke internationale Marke und zugleich tief in Österreich verwurzeltes Unternehmen am heimischen Markt vertreten – und mit seiner beispielhaften Erfolgsgeschichte nicht mehr aus der österreichischen Gastronomie wegzudenken. Als Marktführer in der Systemgastronomie nehmen wir seit vielen Jahren unsere gesellschaftliche, ökonomische und ökologische Verantwortung wahr und setzen als Unternehmen wesentliche Schritte für eine klimafreundliche und nachhaltige Zukunft.

Natürlich sind wir stolz auf die bisher erreichten Meilensteine im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie, gleichzeitig gehen wir unseren Weg der letzten Jahrzehnte konsequent weiter. Das heißt konkret: weniger CO₂-Emissionen, weg von Plastik – hin zu Papier, innovative Recyclinglösungen und verstärkter Einsatz erneuerbarer Energien zum Schutz unseres Klimas. Im Bereich der Lebensmittelproduktion bedeutet das, dass wir mit unseren Partnerinnen und Partnern in der heimischen Landwirtschaft und in der Verarbeitung unsere Qualitätssicherungsprogramme wie das M-Rind-Programm weiter ausbauen.

Unsere Devise lautet „Mäcci macht's“ – wir nutzen unsere Größe, um Großes zu bewegen. Mit dem vorliegenden Bericht möchten wir Sie informieren und zum offenen Dialog einladen. Erfahren Sie mehr zu unseren Initiativen in den Bereichen Lebensmittelqualität, Umweltschutz, McDonald's als Arbeitgeber und als Teil der Gesellschaft. Wir freuen uns darauf, gemeinsam mit Ihnen eine nachhaltig positive Zukunft zu gestalten.

Nikolaus Piza

Managing Director McDonald's Österreich

**„Sorgsamer Umgang
mit Ressourcen und
Energie von der Logistik
bis zu den Restaurants,
mit Verantwortung für
Mensch und Umwelt –
Mäcci macht's.“**

Nach- haltigkeit bei McDonald's

„Für uns bedeutet Nachhaltigkeit Qualität aus Österreich, Chancengleichheit und Verantwortung für unsere Gemeinschaft sowie ein sorgsamer Umgang mit Natur und Ressourcen.“



NACHHALTIGKEITSMANAGEMENT

McDonald's Österreich startete 2011, das Thema Nachhaltigkeit strukturiert im Unternehmen zu verankern. Damit wurde strategisch manifestiert, was bereits in vielen Bereichen gelebt wurde. Dokumentiert wurde diese neue Nachhaltigkeitsstrategie im ersten Nachhaltigkeitsbericht, dem mit dem vorliegenden Dokument der mittlerweile fünfte veröffentlichte Report folgt. Die Berichte beleuchten die laufend weiterentwickelten Bemühungen des Unternehmens, aktuell und auch in Zukunft, die Größe des Unternehmens zu nutzen, um positive Entwicklungen voranzutreiben.

Eingebettet sind die österreichischen Nachhaltigkeitsagenden in der globalen Nachhaltigkeitsstrategie von McDonald's International, weshalb sich auch die Berichtserstattung an den international vorgegebenen vier Schwerpunkten orientiert:

Vier Schwerpunkte

 Qualität und Lebensmittel aus Österreich (Food Quality & Sourcing)	 Unsere Umwelt (Our Planet)
 Arbeitsplätze und Inklusion (Jobs, Inclusion & Empowerment)	 Unsere Gemeinschaft (Community Connection)

Zudem hat McDonald's die eigenen Initiativen und Programme mit den UN-Nachhaltigkeitszielen (Sustainable Development Goals, SDGs) verglichen und diejenigen identifiziert, bei denen das Unternehmen durch Bündelung der eingesetzten Ressourcen positive Beiträge leisten kann.

Die SDGs setzen weltweit einheitliche Maßstäbe für Prioritäten einer nachhaltigen Entwicklung bis 2030. Die 17 Ziele, 169 Unterziele und 230 globalen Indikatoren zeichnen dabei die Richtung vor und sollen in den kommenden Jahren Anstöße für Maßnahmen in unterschiedlichen Bereichen der Nachhaltigkeit geben.



Organisatorisch obliegen die Agenden der Nachhaltigkeit bei McDonald's Österreich vor allem dem Managing Director, dem Unternehmensbereich Communications und der Abteilung Strategie.

ÜBER DIESEN BERICHT

Die Inhalte dieses fünften Nachhaltigkeitsberichts orientieren sich an den vier internationalen Schwerpunktbereichen und fokussieren auf die Darstellung der Managementansätze, Aktivitäten, Entwicklungen und Angaben zu den für McDonald's Österreich definierten wesentlichen Themen für den Berichtszeitraum 2020 und 2021.

GRI-Angaben:

102-11, 102-45, 102-46, 102-52

Die Inhalte inkludieren die Unternehmenszentrale von McDonald's Österreich sowie alle Restaurants – sowohl von McDonald's Österreich selbst als auch durch Franchisenehmer:innen geführte. Der Bericht wurde in Übereinstimmung mit der Kernoption der von der Global Reporting Initiative (GRI) erarbeiteten GRI-Standards erstellt. Der letzte Nachhaltigkeitsbericht mit der Berichtsperiode 2018/19 erschien 2019.



Besonders innovative Projekte, die für die nachhaltige Entwicklung von McDonald's Österreich eine richtungsweisende Signalwirkung haben, werden in diesem Bericht als „Leuchtturmprojekte“ mit eigenem Icon hervorgehoben.

STAKEHOLDER-EINBINDUNG

McDonald's Österreich ist eine breit gefächerte Kommunikation wichtig, um alle Stakeholder ihren Interessen entsprechend zu informieren bzw. die jeweiligen Ansprüche an das Unternehmen zu erfassen und in die strategischen Entscheidungen des Managements einfließen lassen zu können.

Dazu gehört ein breiter Dialog, den McDonald's über Social Media-Kanäle, Website, Medien oder über direkte Kommunikationskanäle in den Restaurants führt. Im Fokus der Aktivitäten stehen Konsument:innen, Mitarbeiter:innen, Franchisenehmer:innen, Lieferantinnen und Lieferanten,

Vertreter:innen von Politik und Behörden, Nichtregierungsorganisationen, Medienvertreter:innen und wissenschaftliche Institutionen.

Diese Stakeholder-Gruppen wurden 2021 zu einer Umfrage zum Thema „McDonald's Österreich und Nachhaltigkeit“ eingeladen, um ihre Einschätzungen und Anregungen abzugeben.

Stakeholder-Befragung

- 184 Stakeholder nahmen teil und bestätigten das stetige Engagement des Unternehmens in Sachen Nachhaltigkeit.
- 83 % der Befragten gaben an, dass sie McDonald's Österreich als „nachhaltig agierendes“ bzw. „teilweise nachhaltig agierendes“ Unternehmen wahrnehmen.
- 51 % fanden die Performance in diesen Belangen in den letzten zwei Jahren konstant.
- 45 % sahen eine Verbesserung.
- 4 % attestierten McDonald's eine Verschlechterung.

Positiv bewerteten die Stakeholder die hohen Qualitätsstandards und die Kennzeichnung der Produkte, die lokale Wertschöpfung und nachhaltige Partnerschaften mit österreichischen Lieferantinnen und Lieferanten sowie Bäuerinnen und Bauern, die soziale Inklusion sowie das Abfallmanagement und das Recyclingsystem. Verbesserungspotenzial sieht man vor allem bei den Themen einer ausgewogenen Ernährung, bei der Reduktion von Emissionen und Energieeffizienz, bei der Abfallvermeidung, bei der Verstärkung der Aufklärung sowie der Kommunikation zu den Nachhaltigkeitsagenden.

GRI-Angaben:

102-40, 102-42, 102-43, 102-50, 102-51, 102-54, 103-1





KOMMUNIKATION

„Mäcci macht's“ lautet das Motto, nach dem McDonald's Österreich seine gesellschaftliche, ökologische und ökonomische Verantwortung seit vielen Jahren wahrnimmt und seine Nachhaltigkeitsstrategie konstant danach ausrichtet.

Dass die Kommunikation zu diesem Thema wichtig ist, zeigte auch die durchgeführte Befragung der Stakeholder.

Wenn es um den gefragtsten Kanal zur Informationsbeschaffung über das Thema Nachhaltigkeit bei McDonald's Österreich geht, rangieren die Restaurants als Informationsquelle auf Platz eins. Diesem Ergebnis entsprechend wurde, zusätzlich zu diesem Nachhaltigkeitsbericht, ein kompakter Informationsfolder erstellt, der die wichtigsten Zahlen, Fakten und Entwicklungen zur Nachhaltigkeitsstrategie bei McDonald's zusammenfasst und unter anderem in den Restaurants für Interessierte aufliegt. Darüber hinaus sind die Inhalte auf der [Website](#) aufbereitet und werden laufend aktualisiert. So wird McDonald's Österreich dem Wunsch nach anschaulichen und transparenten Informationen zur Nachhaltigkeit gerecht und leistet darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zur Aufklärung über dieses Thema.



Der McDonald's Nachhaltigkeits-Folder im Burger Design vermittelt die wichtigsten Inhalte dieses Berichts in kompakter Form und liegt unter anderem in den Restaurants auf.

WESENTLICHE THEMEN

Die Handlungsfelder der Wesentlichkeitsmatrix, die bereits im Zuge der Nachhaltigkeitsberichterstattung 2019 definiert worden waren, wurden bei der Stakeholder-Befragung „McDonald's Österreich und Nachhaltigkeit“ 2021 auf ihre Aktualität und jeweilige Performance in den einzelnen Bereichen überprüft. Alle Themen, die als wesentlich erachtet worden waren, wurden in insgesamt zehn Themenblöcken zusammengefasst und einem der vier Schwerpunkte der McDonald's Nachhaltigkeitsstrategie zugeordnet.

QUALITÄT UND LEBENSMITTEL AUS ÖSTERREICH

Herkunft, Verarbeitung und Lieferkette



Tierschutz und Tierwohl

Produktqualität und Produktsicherheit

UNSERE UMWELT

Klimaschutz und Energie



Abfall und Verpackung

Ernährung und Lebensstil



Soziale Projekte

Regionale Wertschöpfung

Dialog und Kommunikation

UNSERE GEMEINSCHAFT

Verantwortungsvoller Arbeitgeber



ARBEITSPLÄTZE UND INKLUSION

GRI- Angaben:

102-44, 102-47, 103-2

Das Unternehmen McDonald's Österreich

„Wertschätzung, Inklusion, Integrität, Gemeinschaft und Familie: Auf diesen Werten baut unser Unternehmen auf.“

Mäccì macht's.

Seit 1977.

1977

McDonald's kommt nach Österreich

Das erste Restaurant eröffnet am 27. Juli 1977 am Wiener Schwarzenbergplatz.

1987

Nähe hilft

In Wien wird das erste Ronald McDonald Kinderhilfe Haus für Familien mit schwer kranken Kindern gebaut.

1992

Vermeiden, verringern, verwerten

McDonald's gründet eine eigene Umwelta Abteilung, ersetzt die Styroporverpackungen der Burger durch recycelbare Kartons und listet bereits das Plastiksackerl aus.

1993

McRecycle startet durch

Mit dem Abfall-Wiederverwertungsprogramm McRecycle in allen Restaurants ist McDonald's Branchenvorreiter.

2001

Altspeiseöl wird zu Biodiesel

Von den Fritteusen der Restaurantküchen in den Tank: Das Altspeiseöl wird aufbereitet und treibt die LKWs des McDonald's Logistikpartners HAVI an.

2016

Meilenstein in der CO₂-Reduktion

Die gesamten direkten Treibhausgasemissionen konnten in elf Jahren um etwa die Hälfte verringert werden.

2013

Anti-Littering Initiative

McDonald's engagiert sich mit der ersten eigenen Initiative dafür, dass Verpackungen nicht am Straßenrand landen.

2020

Verzicht auf Plastikstrohhalm

Mit der Einführung der Papierstrohhalm verabschiedet sich McDonald's von den Plastikstrohhalm und gibt Strohalm in den Restaurants nur mehr auf Nachfrage aus. Insgesamt bestehen bereits 91% aller Gästeverpackungen aus Papier und Karton.

2021

Neue Gebäudestandards

Für alle Eröffnungen und größeren Umbauten setzt McDonald's neue Standards, die unter anderem beinhalten: Photovoltaikanlagen, nachhaltige Heizsysteme, Bio-Schredder und Altöl-Abpumpanlagen sowie den Ausbau von E-Tankstellen.

2025

Großes bewegen

Bis 2025 sollen unter anderem 100 % aller Gästeverpackungen aus erneuerbaren, recycelten oder zertifizierten Quellen stammen.

2022

45 Jahre McDonald's in Österreich

In 200 Restaurants sind rund 9.600 Mitarbeiter:innen aus 92 Nationen beschäftigt. Mehr als 90 % der Restaurants werden von über 40 Franchisenehmer:innen betrieben.

Das erste McDonald's Restaurant in Österreich wurde 1977 am Wiener Schwarzenbergplatz eröffnet. 45 Jahre später betreibt McDonald's Österreich rund 200 Restaurants und beschäftigt 9.600 Mitarbeiter:innen aus 92 Nationen. Mehr als 90 % aller Restaurants werden durch 42 Franchisenehmer:innen geführt, die zumeist als Familienbetriebe rund 50 Mitarbeiter:innen pro Restaurant beschäftigen. Ihre Gewinne werden, genau wie die Gewinne von

McDonald's Österreich, zu 100 % in Österreich versteuert.

Der Systemgastronomie-Marktführer, mit Sitz in Brunn am Gebirge, nimmt seine gesellschaftliche, ökologische und ökonomische Verantwortung wahr. McDonald's Österreich wird von rund 40.000 landwirtschaftlichen Betrieben beliefert und bezieht 70 % der für das gesamte Produktsortiment verwendeten Rohstoffe aus Österreich. Dieser Anteil wird laufend gesteigert.

Geführt wird McDonald's Österreich von einem Management Board mit sechs Mitgliedern: Nikolaus Piza (Managing Director), Benedikt Böcker (Director Marketing), Anabela Delic (Director Operations), Oliver Heinzel (Director Finance), Arman Manutscheri (Director Technology) und Karin Probst (Director Human Resources). Das Unternehmen ist Teil der in den USA, Illinois, börsennotierten McDonald's Corporation mit Sitz in Chicago.



McDonald's kann sich auf beständige Partner:innen verlassen – wie die Münzer Bioindustrie GmbH, die das McDonald's Altspeiseöl aufbereitet, und den Logistikpartner HAVI Logistics GmbH (linkes Bild) oder die Rinder-Flagship Farm Schörgererhof der Familie Lindner (rechtes Bild).

„Weil allen Partner:innen in unserer Lieferkette Qualität das größte Anliegen ist, können wir unseren Gästen das Beste servieren.“

PARTNERSCHAFTLICHE ZUSAMMENARBEIT

McDonald's legt großen Wert auf langfristige Zusammenarbeit. Die Erfolgsgeschichte ist auch in der Partnerschaftlichkeit begründet: Das Unternehmen, seine Franchisenehmer:innen sowie seine Lieferantinnen und Lieferanten unterstützen und fordern sich gegenseitig. Die lokale Verankerung ist hierbei enorm wichtig.

Die Franchisenehmer:innen sind selbstständige Unternehmer:innen, die in ihrer Region verwurzelt sind und dort sichere Arbeitsplätze bieten. Sie genießen das Vertrauen ihrer Gemeinden, in die sie oftmals durch die Förderung von lokalen Sport- und Jugendvereinen investieren.

Auch die McDonald's Lieferantinnen und Lieferanten sind anerkannte Partner:innen, die sich zu höchster Qualität und Sicherheit verpflichten. Die Unternehmenszentrale fördert den Austausch im ganzen McDonald's System und unterstützt die Restaurants bei anstehenden Herausforderungen.

In diesem auf drei Säulen aufgebauten System, dem dreibeinigen Stuhl, profitieren alle Seiten von den positiven Aspekten. Gerade während der Corona-Pandemie zeigte sich der starke Zusammenhalt.



Unsere Werte



Wertschätzung

Unsere Gäste und Mitarbeiter:innen stehen an erster Stelle



Inklusion

Bei uns ist jeder willkommen



Integrität

Wir tun die richtigen Dinge



Gemeinschaft

Wir geben der Gesellschaft etwas zurück



Familie

Gemeinsam erreichen wir mehr

WERTE UND LEITLINIEN

Grundlage der Unternehmenspolitik von McDonald's sind die globalen Verhaltensrichtlinien, die „Standards of Business Conduct“, die bereits vor mehr als 40 Jahren eingeführt wurden und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Sie gelten weltweit für alle Mitarbeiter:innen der McDonald's Corporation und bilden die Grundlage aller weiteren Verhaltens- und Führungsleitlinien. Alle Verhaltenskodizes und Richtlinien der McDonald's Corporation sind auf der globalen [Website](#) im Bereich „Corporate Governance“ unter „Guidelines & Policies“ zusammengestellt. Darin bekräftigt McDonald's die zentrale Bedeutung von Menschenrechten, Respekt und Fairness im Unternehmen. Zudem werden präzise Regeln für die Vergabe und die Annahme von Geschenken

oder Einladungen sowie die Verwendung vertraulicher Informationen festgehalten.

Jährlich bestätigen alle Mitarbeiter:innen, die Verhaltensrichtlinien zu kennen und zu verstehen und verpflichten sich, sich an diese zu halten. Zuvor durchlaufen sie ein Online-Compliance-Training, bei dem die Vorgaben anhand praxisnaher Beispiele anschaulich dargestellt werden. Mitarbeiter:innen, die das Gefühl haben, in einen Interessenskonflikt gekommen zu sein oder unangebrachte Sachverhalte bemerken, sind verpflichtet diese offenzulegen. Zusätzlich wurde eine Hotline eingerichtet, an die sie sich – auch anonym – richten können. Im „Standards of Business Conduct“ sind auch der Umgang mit Informationen, die Kommunikation mit der Öffentlichkeit sowie die Themen Werbung und Marketing klar geregelt.

GRI- Angaben:

102-12, 102-13, 205-1, 205-2, 417-1

Die Einhaltung sozialer Standards wie Regelungen zu Arbeitszeit, Entlohnung und Arbeitsplatzgestaltung, das Verbot von Diskriminierung, Kinderarbeit und Zwangsarbeit sowie Umweltmanagement in der gesamten Lieferkette wird auch im „Code of Conduct for Suppliers“ weitergeführt. Denn eine verantwortungsvolle und ethische Geschäftstätigkeit ist McDonald's nicht nur im eigenen Unternehmen, sondern auch in seinen Geschäftsbeziehungen wichtig.

WERTSCHÖPFUNGSSTUDIE

Sein 45-jähriges Bestehen in Österreich nimmt McDonald's zum Anlass, um erstmals transparent zu machen, welchen Beitrag das Unternehmen jährlich zur heimischen Wertschöpfung leistet. Deshalb beauftragte der Systemgastonom das Wiener Institut Economica mit einer Impact Study, die den ökonomischen Fußabdruck von McDonald's im Hinblick auf den Beitrag des Unternehmens zur Wirtschaftsleistung, zur Beschäftigung und zum Steuer- und Sozialversicherungsaufkommen in Österreich bestimmen wird. Beleuchtet werden dabei sowohl die gesamtwirtschaftliche als auch die regionalwirtschaftliche Bedeutung. Um einen breit gefächerten Überblick über die volkswirtschaftliche Bedeutung zu ermöglichen, werden die Effekte sowohl über alle Restaurants (Franchise und McDonald's Österreich eigene) als auch als Gesamtschau über alle mit McDonald's verbundenen Unternehmen analysiert. Die einzelnen Ergebnisse werden zusätzlich einer Bundesländeraufteilung unterzogen. Die Studie wird im Herbst 2022 veröffentlicht.

SICHER DURCH DIE CORONA-PANDEMIE

Die Corona-Pandemie und die zahlreichen Lockdowns stellten McDonald's Österreich, seine Franchisenehmer:innen und Partner:innen vor besondere Herausforderungen. Oberstes Ziel während der Corona-Krise war es, die Mitarbeiter:innen zu halten und für die Gäste da zu sein – beides ist gelungen.

So setzten die Franchisenehmer:innen auf Kurzarbeit sowie E-Learning und konnten dadurch langfristig über 90 % aller Arbeitsplätze sichern.

Bereits im März 2020 startete McDonald's Österreich unter dem Motto „It's good to be SAFE“ adaptierte Schutzmaßnahmen, um einen sicheren Besuch für Gäste und Arbeitsplatz für Mitarbeiter:innen zu gewährleisten.

Die Restaurants wurden inklusive der McDrives während der coronabedingten Schließung umgerüstet und an die neuen Vorgaben angepasst: Boden- und Tischmarkierungen für die entsprechenden Sicherheitsabstände, Plexiglasscheiben für eine geschützte Übergabe von Bestellungen und auch ausreichend Informationsplakate über die aktuellen Bestimmungen für die Gäste. Die erhöhte Reinigungsfrequenz aller Oberflächen wie Kioske, Tische und Türgriffe ergänzten die ohnehin bereits hohen McDonald's Hygienestandards.

Zu den Corona-Maßnahmen zählte auch, dass den Mitarbeiter:innen Corona-Tests angeboten wurden oder dass zu einem späteren Zeitpunkt die Infrastruktur der Restaurants in einigen Bundesländern für die Platzierung von Abgabeböden für Gurgeltests zur Verfügung gestellt wurde, sodass die regionale Bevölkerung ihre Tests auch außerhalb der Handelsöffnungszeiten abgeben konnte.

Essenziell war zudem eine transparente Kommunikation. So wurden alle Mitarbeiter:innen laufend über neue Verordnungen informiert, es gab Update-Calls und Trainings zu Öffnungsschritten.

Die etablierte Infrastruktur mit Kiosken, McDrive und perfektionierten Abläufen half, mit einem hohen Maß an Sicherheit und flexiblem Service für die Gäste da zu sein, aber auch ein stabiler Abnehmer für die Produkte von 40.000 Betrieben in der heimischen Landwirtschaft zu bleiben.



GRI-Angaben:

203-2, FP1, 308-1, 412-1, 412-3, 414-1



Qualität und Lebensmittel aus Österreich

*„Rindfleisch, Kartoffeln,
Milch und Freiland Eier zu
100 % aus Österreich sor-
gen für Wertschöpfung in
der Region und zertifizierte
Qualität am Tablett.“*



FOOD QUALITY & SOURCING

Der Anspruch, hochwertige, sichere und nachhaltige Lebensmittel zu beziehen, spiegelt die aktuellen Herausforderungen einer nachhaltigen Beschaffungsstrategie wider. Sie erfüllt nicht nur den Qualitätsanspruch für die Produkte in den Restaurants, sondern kommt auch den Anforderungen nach, Ressourcen zu schonen, soziale Verantwortung zu übernehmen und die regionale Wertschöpfung zu stärken.

NACHHALTIGE BESCHAFFUNG

Als globales Unternehmen setzt McDonald's bei der Produktion, der Verarbeitung und dem Vertrieb von Lebensmitteln wichtige Standards, die den Ressourcenverbrauch und Emissionen minimieren, Biodiversität stärken, Entwaldung und Flächennutzungskonkurrenz entgegenwirken und generell nachhaltige Bewirtschaftung forcieren – und das über die gesamte Lieferkette vom Anbau über die Verarbeitung bis hin zu Transport und Zubereitung.

McDonald's hat acht weltweit gültige Handlungsschwerpunkte definiert, bei denen es um ethisches Verhalten, Umweltschutz und die langfristige Wirtschaftlichkeit von McDonald's sowie der Franchisenehmer:innen, Lieferantinnen und Lieferanten geht. Sie bilden die Basis der nachhaltigen Beschaffungsstrategie:

Nachhaltige Beschaffungsstrategie

- Lebensmittelsicherheit
- Ernährung und Marketingpraktiken
- verantwortungsvolle Beschaffung
- verantwortungsvoller Umgang mit Antibiotika
- Tiergesundheit und Tierwohl
- Existenzsicherung der Landwirtinnen und Landwirte
- Menschenrechte in der Lieferkette
- nachhaltige Landwirtschaft und Rindfleischproduktion

GRI-Angaben:

102-9, FP1, FP2, 103-2, 308-1, 414-1, 414-2, 416-1, FP5

Die enge Zusammenarbeit mit den Lieferantinnen und Lieferanten ist in der Umsetzung einer nachhaltigen Beschaffungsstrategie der wichtigste Bestandteil. Denn dahinter steht eine komplexe Lieferkette aus lokalen, nationalen und internationalen Partnerinnen und Partnern, die McDonald's Österreich direkt und indirekt beliefern. Die oft langjährigen Geschäftsbeziehungen beruhen auf gemeinsamen, hohen Qualitätsstandards und einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess.

Zu diesen Unternehmen zählen OSI Food Solutions Austria, LWM Austria GmbH, die Austrian Hamburger Bakery, Berglandmilch eGen und der Logistikpartner HAVI Logistics G.m.b.H., der McDonald's täglich mit frischer Ware beliefert. Die enge Zusammenarbeit schätzt McDonald's Österreich unter anderem auch mit Ospelt food AG, Eisberg Österreich GmbH, Machland Obst- und Gemüsedelikatessen GmbH, Resch&Frisch Holding GmbH, Haubis GmbH und Bonnevit Feinbäckerei GmbH.

Alle Lieferantinnen und Lieferanten verpflichten sich, den Verhaltenskodex „Supplier Code of Conduct“ sowie ein Supplier Workplace Accountability Audit zu befolgen. Dadurch werden die Einhaltung der Menschenrechte (wie Ausschluss von Kinderarbeit, Zwangsarbeit, Diskriminierung, Gewährung von Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen) sowie die Einhaltung sozialer Standards (wie angemessene Beschäftigungspraktiken, Entlohnung, Arbeitszeiten und Arbeitsschutzverfahren) bei allen Lieferantinnen und Lieferanten sichergestellt.

QUALITÄTSSICHERUNG ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Die Transparenz entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von der Herkunft bis zur Verarbeitung – ist essenziell. Nur so kann McDonald's Österreich als Auftraggeber Pläne für eine zukunftsfähige Prozess- und Lieferkette verfolgen, Fortschritte erzielen und diese auch messen und belegen.

Lebensmittelqualität und Lebensmittelsicherheit haben für McDonald's höchste Priorität. Neben international anerkannten Food Safety- und Qualitätsstandards wie HACCP, ISO 22000, IFS oder BRC fördern zahlreiche interne Standards und Initiativen wie zum Beispiel Vorgaben zu mikrobiellen Überprüfungen und Best Practice Schulungen den sicheren, qualitativ hochwertigen und nachhaltigen Anbau bzw. die Mast und die Verarbeitung von Rohwaren nach ökologischen, ökonomischen und ethischen Kriterien.

Neuerungen gibt es bei der Abwicklung von HACCP in den Restaurants, das gerade auf ein digitales System umgestellt wird. Bislang erfolgte die Überwachung diverser Kontrollpunkte mittels Checkliste auf Papier. Dieses Format wurde nun digitalisiert, was sowohl Papier als auch Zeit spart. So wird beispielsweise das Kühlequipment in einem vorgegebenen engmaschigen Zeitintervall kontrolliert und automatisch über Bluetooth eingespielt. Das Rollout dieses neuen digitalen HACCP-Systems wird mit Ende 2022 abgeschlossen sein.

In den Restaurants kommt zudem der sogenannte QSS-Standard (Qualität, Service, Sauberkeit) zum Einsatz, mit dem definierte Kontrollpunkte überprüft werden. Mit der Corona-Pandemie wurden hier die Reinigungsintervalle zusätzlich erhöht. Ergänzend zu den gesetzlich vorgeschriebenen externen Kontrollen durch die Lebensmittel- und Veterinärbehörden wird die Einhaltung dieses QSS-Standards auch mit laufenden internen Kontrollen überprüft. Dabei bewerten die Across the Counter Quality (ATCQ) und Before the Counter Quality (BTCQ) Programme regelmäßig die Qualität der Produkte im Restaurant aus Sicht von Lieferantinnen und Lieferanten sowie Gästen.

Auch während der Pandemie zeigte sich die verlässliche Partnerschaft mit Diversey Austria Trading GmbH, Anbieter

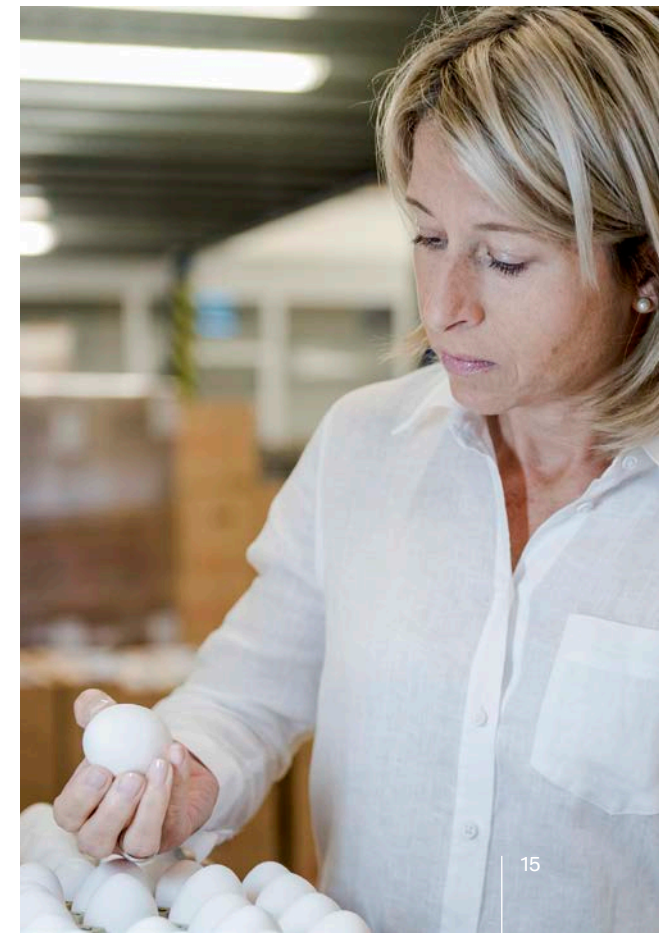
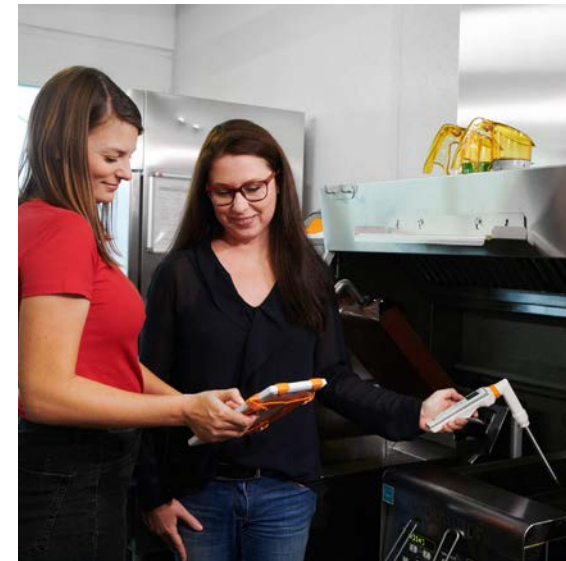
von Reinigungs- und Hygienelösungen, mit dem McDonald's Österreich in regelmäßigem Austausch stand. Um Hygiene und richtige Anwendung der Produkte zu gewährleisten, besucht eine Außendienstmitarbeiterin einmal im Quartal die Restaurants und überprüft Dosierungen und Handhabung der Produkte. Das sorgt zusätzlich für die Sicherheit der Gäste, bringt Kostenersparnis und ist ganz im Sinne der Nachhaltigkeit. Ebenso gibt es eine eigene nachhaltige Produktlinie des Unternehmens, die ein umfassendes Sortiment an Reinigungs- und Hygieneprodukten mit umweltfreundlichen Inhaltsstoffen auf pflanzlicher Basis umfasst.

Bei seinen Lieferantinnen und Lieferanten führt McDonald's nicht nur selbst laufend umfassende Kontrollen durch, sondern lässt die Einhaltung seiner strengen Qualitäts- und Sicherheitsstandards auch durch externe Institute begutachten: Beispielsweise prüft das weltweit anerkannte American Institute of Baking (AIB) die Produktionsstätten der Lieferantinnen und Lieferanten mindestens einmal jährlich bei einem unangekündigten Audit.

ÖSTERREICHISCHE QUALITÄT

Dass möglichst viele Lebensmittel durch die Kooperation mit 40.000 österreichischen Bäuerinnen und Bauern regional bezogen werden, garantiert zum einen Qualität, zum anderen reduziert dies auch Transportwege und unterstützt die heimische Wertschöpfung. McDonald's Österreich ist damit der größte Gastronomiepartner der heimischen Landwirtschaft.

Rund 70 % der Produkte stammen aus Österreich; bei manchen Produktgruppen wie bei Kartoffeln, Rindfleisch, Milch und Frühstückseiern liegt diese Quote bereits bei 100 %. Der generelle Anteil an heimischen Bezugsquellen soll in den nächsten Jahren weiter erhöht werden.



Nachhaltigkeit bei Partnerunternehmen

Langfristige Zusammenarbeit und Partnerschaftlichkeit sind McDonald's sehr wichtig. Dass der Systemgastronom dabei mit Partnerbetrieben kooperiert, die auch in ihrer Unternehmensausrichtung ähnliche Werte und Zielsetzungen haben, zeigt nicht zuletzt deren Engagement in Sachen Nachhaltigkeit.

Josef Braunshofer

Generaldirektor Berglandmilch/
Schärdinger

„Gemeinsam mit McDonald's haben wir ein Qualitätsprogramm entwickelt, das unsere heimischen Bauern bei der Umsetzung von nachhaltigen Lösungen unterstützt. Die Eckpunkte dabei sind: besonders tierwohlgerichte Stallungen mit permanentem Auslauf der Tiere, der Verzicht auf Futtermittel aus Übersee, GVO-Freiheit, Glyphosatverbot und vieles mehr.“



„Oberste
Prämisse ist die
Verarbeitung
regionaler
Rohstoffe.“



Franz Leuthner

Qualitätsmanagement AHB Backwaren

„Seit über 26 Jahren werden unsere Buns in wiederverwendbaren Stapelkörben ausgeliefert und somit große Mengen an Kartonagen gespart; gemeinsam mit McDonald's wurde die recyclingfähige Verpackungsfolie optimiert.“



Josef Erler

Geschäftsführer Bonnevit
Feinbäckerei GmbH

„Die BONNEVIT Feinbäckerei ist seit Jänner 2021 als 100 % klimaneutrales Unternehmen zertifiziert. Oberste Prämisse ist die Verarbeitung regionaler Rohstoffe.“

Franco Mühlgrabner

Geschäftsführer Eisberg Österreich GmbH

„Ein fairer, attraktiver Arbeitgeber sowie ein verantwortungsbewusster Wirtschaftsakteur zu sein, ist Eisberg Österreich ebenso ein Anliegen, wie unsere Schwerpunkte im Bereich Ökologie: ein effizienter Einsatz unserer Ressourcen, Regionalität, nachhaltiger Anbau und Tierwohl.“



„Uns ist es ein Anliegen, ein fairer, attraktiver Arbeitgeber sowie ein verantwortungsbewusster Wirtschaftsakteur zu sein.“

Georg Buchinger

Managing Director HAVI Logistics GmbH

„HAVI hat sich als Konzern – so wie unser Partner McDonald's – zu den Science Based Targets verpflichtet. In der Unternehmensgruppe wollen wir bis 2030 unsere CO₂-Emissionen um 40 % reduzieren. In Österreich können wir durch den Einsatz von Biodiesel aus Altspeisefett einen wesentlichen Beitrag dazu leisten.“



Claire Donoghue

Head of Sustainability at OSI Europe

„Unseren Kundinnen und Kunden sind soziale und ökologische Fragestellungen sehr wichtig. OSI hat sich aktiv mit McDonald's zu diesen Fragestellungen auseinandergesetzt; Für uns als Unternehmen geht es nicht um Risikomanagement, sondern darum, Möglichkeiten zu schaffen, Leistung zu verbessern und unsere Lieferketten auf ihrem Weg zur Nachhaltigkeit zu unterstützen.“



Roman Haselberger

Potato Sourcing Area Manager
LWM Austria GmbH

„Gemeinsam mit unseren Kartoffelbäuerinnen und -bauern denken wir nicht in Saisonen, sondern in Generationen. Dies sehen wir als entscheidende Grundlage für eine nachhaltige Partnerschaft. Mit unseren Vor-Ort-Beratungen und laufenden Feldkontrollen bei den Erzeugerbetrieben wird sichergestellt, dass notwendige ackerbauliche Maßnahmen boden-, nützlings- und umweltschonend durchgeführt werden. Mit möglichst kurzen Transportwegen vermeiden wir lange LKW-Fahrten und halten damit den CO₂-Ausstoß niedrig.“



Stefan Kaltenbrunner

Geschäftsführer Machland Obst- und Gemüsedelikatessen GmbH

„Mittels einer Kraft-Wärme-Kältekopplung können 35 % des betrieblichen Gesamtstrombedarfes gedeckt werden. Um den Grad der Energieautarkie noch weiter zu erhöhen, wurde bereits beginnend im Jahr 2017 in den Bau und die Erweiterung einer Photovoltaikanlage mit derzeit 300 kWp installierter Leistung investiert.“

**Anton Haubenberger**

Vorsitzender der Geschäftsführung
Haubis GmbH

„Wir wollen Genussmomente schaffen. Das gelingt uns mit bewährten Rezepturen, einem größtmöglichen Anteil an Handarbeit und mit ausgesuchten Zutaten, bei denen Regionalität und Nachhaltigkeit im Vordergrund stehen.“

„Wir wollen
Genussmomente
schaffen.“

Olivier Enderli

International Key Account
Manager Ospelt food AG

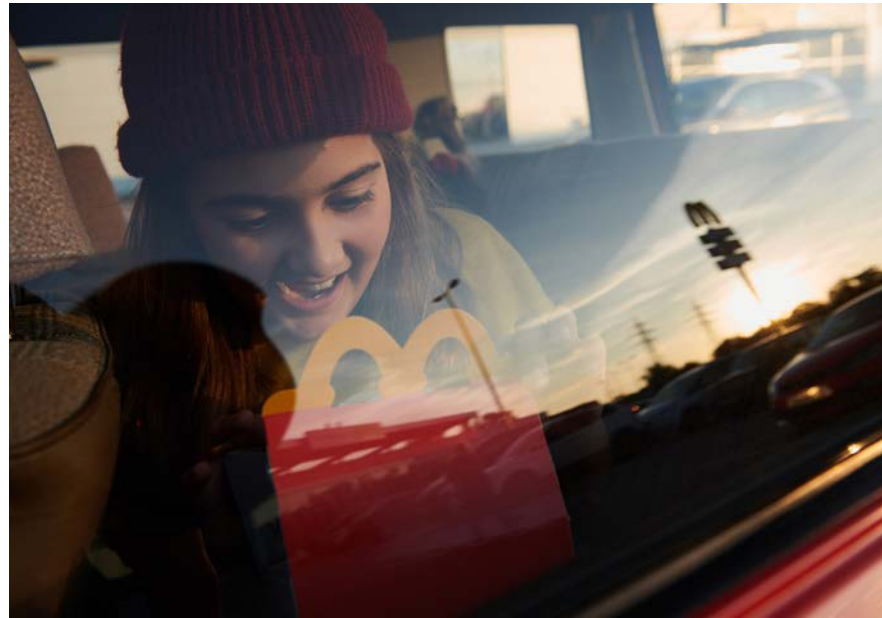
„Wir setzen für den Bacon von McDonald's auf die lokale Beschaffung der Rohstoffe und in unserem Produktionsprozess auf erneuerbare Energie. So sollen gleichzeitig der Genuss gefördert und die Umwelt bewahrt werden.“

**Georg Resch**

Eigentümer Resch&Frisch Holding GmbH

„Regional&Ehrlich – dafür stehen wir mit unserem Resch&Frisch Ehrenwort. Das bedeutet: kurze Transportwege durch regionale Rohstoffe, lückenlose Kontrollen unserer Rohstoffe mit Herkunftsgarantie, den Erhalt der Pflanzenvielfalt ganz ohne Monokultur, ein internes Qualitätssicherungsprogramm und höchste Qualität für besten Geschmack.“

„Rund 40.000 heimische Bäuerinnen und Bauern beliefern uns mit Lebensmitteln in geprüfter Qualität.“



DIE MCDONALD'S PRODUKTE

Wer ein McDonald's Restaurant besucht, weiß, was auf dem Tablett landet: Sowohl die Inhaltsstoffe als auch die Herkunft werden klar deklariert. Durch die Verwendung hochwertiger Zutaten kann McDonald's auf künstliche Farbstoffe und künstliche Geschmacksverstärker verzichten. Für Transparenz sorgen zudem etablierte Gütesiegel, darunter das AMA-Gütesiegel, Marine Stewardship Council (MSC), Aquaculture Stewardship Council (ASC), Rainforest Alliance, Fairtrade und das EU-Bio-Logo.

Nachdem die Lebensmittelproduktion generell ressourcenintensiv ist, ist es McDonald's ein Anliegen, einerseits für eine möglichst effiziente Abwicklung zu sorgen, andererseits auch darauf zu achten, dass kein Lebensmittel verschwendet wird.

Mit dem Flagship Farmers Program regt McDonald's zu nachhaltiger Bewirtschaftung an. Bäuerliche Betriebe setzen im Rahmen dieses Programms nachhaltige Landwirtschaft und tiergerechte Haltungssysteme vorbildlich und innovativ in der Praxis um und dienen damit als Orientierung für andere Landwirtinnen und Landwirte. Durch den Austausch von Wissen und Erfahrung können neue Maßnahmen in den Betrieben rasch und effektiv umgesetzt werden.



Rindfleisch

Das Rindfleisch für die Burger Patties, das mit dem AMA-Gütesiegel¹ ausgezeichnet ist, bezieht McDonald's von Bäuerinnen und Bauern aus ganz Österreich.

Zur Qualitätssicherung gibt es bereits seit vielen Jahren das M-Rind-Programm, ein Kooperationsprojekt von McDonald's Österreich, dem Fleischverarbeitungsbetrieb OSI Food Solutions Austria und der ARGE Rind.

Mittlerweile erhalten über 13.000 Bäuerinnen und Bauern, die sich verpflichtet haben, den strengen Kriterien von M-Rind zu folgen, zusätzlich bis zu 20 Cent mehr pro Kilogramm Rindfleisch. Ein weiterer Vorteil für die Landwirtinnen und Landwirte ist es, dass durch die Kooperation das ganze Tier verarbeitet wird. Die Vertragsbetriebe haben sich höchster Qualität verschrieben und achten zum Beispiel darauf, dass das Futter aus dem eigenen Betrieb kommt, und fördern so nachhaltig die österreichische Kreislaufwirtschaft. Zudem unterliegt die Haltung der Rinder genauen Richtlinien, um Tierwohl und Tiergesundheit sicherzustellen. Diese umfassen artgerechte Haltebedingungen, optimales Stallklima, kurze Transportwege, richtiges Fütterungsmanagement, hohe Hygienestandards und kontinuierliche Betreuung der Tiere durch eine Tierärztin oder einen Tierarzt. Verpflichten sich Betriebe zu den strengeren Kriterien des M-Rind-Programms (M+ sowie M++), erfüllen sie darüber hinaus ein zertifiziertes Fütterungsmanagement mit gentechnikfreien Futtermitteln. In Zukunft wird das Programm überarbeitet und von M-Rind 2.0 abgelöst, das unter anderem den weiteren Ausbau von Wissensvermittlung und Tierwohl vorsieht.

¹ Durch einen Brand im OSI-Werk in Enns im April 2022 wurde der letzte Herstellungsschritt der Rindfleisch-Patties kurzfristig nach Deutschland verlagert; in der Kommunikation wird deshalb für diesen Zeitraum das AMA-Gütesiegel bis zur Wiederaufnahme der Produktion in Enns nicht verwendet.



Nachhaltige Rinderzucht

In der Fleisch- und Milchproduktion gibt es viele Faktoren, die Einfluss auf Umwelt und Gesellschaft nehmen.

Im Rahmen eines eigenen Projekts arbeiten McDonald's Österreich, Berglandmilch eGen und OSI Food Solutions Austria daran, die Rinderzucht in diesem Sinne zu optimieren.

In Österreich wird überwiegend Fleckvieh mit einem Anteil von knapp 80 % in den Milchviehbetrieben und auch Mutterkuhbetrieben gehalten. Diese typische Doppelnutzungsrasse hat in der Nachhaltigkeit entsprechende Vorteile.

Berglandmilch eGen hat mit seinen Vertragsbetrieben Vorgaben aufgesetzt, die für eine bessere Rinder Gesundheit, optimierte Stallhygiene und naturnahe Bewirtschaftung sorgen. Dadurch können die Kühe älter werden, die Zeitspanne für die Milchabgabe verlängert sich und gleichzeitig wird der CO₂-Ausstoß minimiert. Zu den Auflagen gehören eine zu 100 % GVO-freie Fütterung, ausschließlich heimische Futtermittel, kein Einsatz des Pflanzenschutzmittels Glyphosat, kein Einsatz von Palmöl (etwa als Bestandteil von Mischfuttermitteln), die Kälber werden ausschließlich mit echter Milch gefüttert und eine Leitlinie sorgt für einen verantwortungsvollen Umgang mit Antibiotika.



Kartoffeln, Obst und Gemüse

Die Kartoffeln für die Pommes Frites stammen von rund 190 österreichischen Bäuerinnen und Bauern, werden in Hollabrunn (NÖ) von der LWM Austria GmbH weiterverarbeitet und sind mit dem AMA-Gütesiegel ausgezeichnet. Dort werden rund 70 Millionen Pommes Frites-Stäbchen durch den Einsatz modernster Technik und ohne chemische Zusatzstoffe produziert. Die Kartoffeln werden automatisch sortiert, gewaschen und geschält und in Folge durch ein hoch entwickeltes Schneidesystem zu Stäbchen verarbeitet. Ein komplexer, vollautomatischer Prozess (Blanchierung, optische Prüfung, Trocknung) sorgt für die gewünschte Top-Qualität.

Nach dem Vorbild des M-Rind-Programms möchte McDonald's Österreich unter dem Arbeitstitel „M-Food“ ein ähnliches Qualitätsprogramm für weitere, direkt aus Österreich bezogene Lebensmittel etablieren.

Die Herkunft von Obst und Gemüse hängt von der Jahreszeit und den Wetterbedingungen ab – wann immer möglich, kommen die Rohwaren aus Österreich.

Der Salatanbau wurde großteils vom Ausland nach Österreich verlegt. Von Mai bis Oktober wird der gesamte Salat aus Österreich bezogen.

„Karottenherzen“ und „Mini-Gurken“, die Bestandteile des Happy Meals sind, stammen ebenfalls aus Österreich. Die Äpfel für McDonald's Österreich kommen ganzjährig in Bio-Qualität aus Österreich.

Schweinefleisch

Für die Herstellung des Bacons, des knusprigen Specks, hat McDonald's Österreich mit Ospelt food AG einen Partner gefunden, der für artgerechte Haltung und Fütterung der Tiere steht. Das Schweinefleisch stammt aus Österreich; der Schinken wird von OSI Niederlande geliefert.

Huhn und Eier

Bei manchen Produkten nutzt McDonald's Österreich Synergien mit anderen McDonald's Ländern. Dies ist bei Hühnerfleisch der Fall, das ausschließlich aus Europa kommt, wo die Hühner in Ställen mit Einstreu aufwachsen. Zudem gibt der Systemgastronom eine verantwortungsvolle Verwendung von Antibiotika vor, einschließlich des Verbots einer Verabreichung zur routinemäßigen Prävention und Wachstumsförderung bei Masthühnern.

McDonald's Österreich bezieht jährlich rund vier Millionen Eier aus Freilandhaltung von zumeist familiengeführten Betrieben – herkunftsgesichert aus Österreich und garantiert ohne Gentechnik. Die Hennen werden mit pflanzlichem Donau Soja aus der Donauregion gefüttert. Verarbeitete Eier, die beispielsweise für süßes Gebäck, Dressings und Saucen verwendet werden, stammen zu einem großen Teil noch nicht aus Freilandhaltung. Wo immer möglich, arbeitet McDonald's mit den Lieferantinnen und Lieferanten daran, Eier aus Freilandhaltung zu verwenden.

Fisch und Shrimps

Seit 2011 stammen 100 % des Fisches, der bei McDonald's Österreich für den Filet-o-Fish verwendet wird, aus nachhaltiger Fischerei in Deutschland. Ausgewiesen sind die Produkte mit dem Zertifikat des Marine Stewardship Council (MSC), dessen Ziel es ist, die weltweite Überfischung zu reduzieren.

Alle Meeresfrüchte stammen aus verantwortungsvoll betriebener Aquakultur, gekennzeichnet mit dem Siegel des Aquaculture Stewardship Council (ASC), einem vom WWF mitbegründeten Label für Meeresfrüchtefarmen, die umweltverträglich wirtschaften und ihren Mitarbeiter:innen einen fairen und sicheren Arbeitsplatz bieten.

Buns, Weckerl, Mehlspeisen

Die Burger-Buns werden von der Austrian Hamburger Bakery in Korneuburg (NÖ) produziert. Semmeln und Kornspitz liefert der regionale Anbieter Resch&Frisch Holding GmbH.

Konditoreispezialitäten für das McCafé, wie die Kardinalschnitte und die Esterházy Schnitte, stellt die Traditionsbäckerei Haubis GmbH in Petzenkirchen (NÖ) her. Verwendet werden dafür nahezu 100 % österreichische Rohstoffe. Auch die Bonnevitz Feinbäckerei GmbH mit Sitz in Reith im Alpbachtal (Tirol), die Plundergebäck für die McCafés liefert, achtet bei der Rohstoffauswahl auf regionale Anbieter:innen.

Kaffee und Milch

In den McCafés verwendet McDonald's klassischen Jacobs Espresso mit 100 % Arabica Bohnen aus Mittel- und Südamerika. Die verwendeten Bohnen stammen ausschließlich von Farmen, die definierte Standards für nachhaltigen Anbau erfüllen und mit dem Zertifikat der Rainforest Alliance ausgezeichnet sind. Das Gütesiegel garantiert die Einhaltung

hoher sozialer, ökologischer und wirtschaftlicher Standards. Die Rainforest Alliance hat es sich zur Aufgabe gemacht, das sensible Ökosystem Regenwald zu schützen und damit Lebensräume für Menschen, Tiere und Pflanzen langfristig zu erhalten. Somit wird sichergestellt, dass nicht nur der Kaffee den hohen Qualitätsansprüchen von McDonald's entspricht. Auch seinem Engagement, nachhaltig erzeugte Produkte einzukaufen, kommt McDonald's damit nach.

Die von McDonald's verwendete Milch stammt ausschließlich von in Österreich gehaltenen Kühen und wird von der Firma Berglandmilch eGen weiterverarbeitet. Die Milch und das Speiseeis sind mit dem AMA-Gütesiegel ausgezeichnet.

Palmöl

Palmöl kommt unter anderem in einigen McDonald's Mehlspeisen, bestimmten McFlurry Toppings oder in der Panade von Shrimps vor. Wo immer möglich, arbeitet McDonald's daran, Palmöl durch andere Rohstoffquellen zu ersetzen. Da, wo es verwendet wird, setzt der Systemgastronom auf RSPO-Palmöl. Die vom WWF gegründete Initiative RSPO (Roundtable on Sustainable Palm Oil) fördert nachhaltige Anbaumethoden. Der heute am weitesten verbreitete Standard im Palmölsektor signalisiert mehr Einsatz für Menschenrechte und Naturschutz auf den Plantagen.

Bio-Produkte

Das EU-Bio-Logo kennzeichnet Erzeugnisse aus kontrolliert ökologischer Landwirtschaft, die nach den EU-Rechtsvorschriften für ökologischen Landbau hergestellt, verarbeitet und gelagert wurden. McDonald's verwendet Bio-Produkte hauptsächlich für das Happy Meal – zum Beispiel Bio-Äpfel und Bio-Fruchtpürees.



HERKUNFT UND MENGEN DER PRODUKTE

Lebensmittel	Menge	Herkunft	Hauptlieferant	Qualität und Gütesiegel
Kartoffeln (verarbeitete Menge für Pommes frites)	22.502 t	100 % Österreich	LWM Austria GmbH	100 % AMA-zertifiziert
Rindfleisch	5.699 t	100 % Österreich	OSI Food Solutions Austria	100 % AMA-zertifiziert ²
Hühnerfleisch & Chickenprodukte (inklusive Panade)	9.570 t	Europa	OSI Food Solutions Austria OSI Food Solutions Hungary OSI Food Solutions Germany	
Schweinefleisch	266 t	Deutschland, Niederlande, Schweiz	Ospelt food AG OSI Food Solutions Germany OSI Food Solutions Netherlands	
Fische	348 t	Deutschland	Espersen Poland Sp. z.o.o.	MSC-zertifiziert
Shrimps (inklusive Panade)	77 t	Vietnam	Yuu'n Mee fine foods Vertriebs-GmbH	ASC-zertifiziert
Brötchen (Buns)	92 Mio. Stk.		AHB Backwaren	
Donuts	1,8 Mio. Stk.		AHB Backwaren	palmölfrei
Weiteres Gebäck (Semmeln und Kornspitz)	1,7 Mio. Stk.		Resch&Frisch Holding GmbH	AMA-zertifiziert
Eier	4 Mio. Stk.	100 % Österreich	ovofit Eiprodukte GmbH	Freilandhaltung
Salate und frisches Gemüse	2.032 t	Im Sommer aus Österreich	Eisberg Österreich GmbH	
Milch	4,12 Mio. l	100 % Österreich	Berglandmilch eGen	100 % AMA-zertifiziert
Kaffee	193 t	Mittel- und Südamerika	Jacobs Douwe Egberts	Rainforest Alliance Certified
Obst und Gemüse im Happy Meal	190 t	Österreich	Eisberg Österreich GmbH	Äpfel: Bio-zertifiziert

² Durch einen Brand im OSI-Werk in Enns im April 2022 wurde der letzte Herstellungsschritt der Rindfleisch-Patties kurzfristig nach Deutschland verlagert; in der Kommunikation wird deshalb für diesen Zeitraum das AMA-Gütesiegel bis zur Wiederaufnahme der Produktion in Enns nicht verwendet.



ZIELE

- Weiterentwicklung M-Rind:** Das Qualitätsprogramm wird als M-Rind 2.0 adaptiert und insbesondere bei den Themen **Wissensvermittlung** und **Tierwohl** angepasst.
- Etablierung M-Food:** Das M-Rind-Programm wird auf weitere, direkt **aus Österreich bezogene Lebensmittel** ausgeweitet.
- Rollout eines neuen digitalen HACCP-Systems:** Die Umstellung ist mit Ende 2022 abgeschlossen.



Unsere Umwelt

„Für die Umwelt gehen wir voran: mit innovativen Recyclinglösungen, dem Einsatz von grüner Energie sowie Verpackungen aus Papier und Karton.“

„Als Paktpartner von klimaaktiv verpflichten wir uns, unsere CO₂-Emissionen bis 2030 um 50 % zu reduzieren.“



OUR PLANET

McDonald's trägt aktiv zur Umsetzung europäischer und nationaler Klimaziele bei. Der Umweltgedanke inkludiert die gesamte Transportkette – startet also am Anfang der Supply Chain und endet nach dem Verzehr der einzelnen Produkte im Restaurant. Der sparsame und bewusste Einsatz von Ressourcen sowie möglichst umfassende Konzepte zur Abfallvermeidung und Abfallverwertung sind in allen Bereichen der Produktionsprozesse verankert – von der Landwirtschaft über die Verarbeitung der Rohwaren und die Transportlogistik bis hin zum Betrieb der Restaurants.

In den letzten Jahren hat McDonald's Österreich seine Umweltschutzaktivitäten systematisch ausgedehnt und setzt in allen Unternehmensbereichen vielfältige Maßnahmen zur

Nutzung von Energiesparpotenzialen, Steigerung der Energieeffizienz und Reduktion umweltrelevanter Emissionen ein.

PARTNER DES KLIMAAKTIV PAKTS 2030

Seit 2011 ist McDonald's Österreich Partner des klimaaktiv Pakts, einer Klimaschutzinitiative des Bundesministeriums für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK) für österreichische Großbetriebe. Damals verpflichtete sich das Unternehmen, seine CO₂-Emissionen von 2005 bis 2020 um mindestens 16 % zu reduzieren – tatsächlich schaffte es McDonald's Österreich mit einer Senkung von 60 %, dieses Ziel weit zu übertreffen. Die Energieeffizienz wurde im selben Zeitraum um 33 % gesteigert und der Einsatz erneuerbarer Energieträger auf 60 % erhöht.

GRI- Angaben:

102-11, 102-12, 201-2, 103-2

Die langfristigen Klimaschutzziele von McDonald's Österreich sehen auch weiterhin eine Reduktion der treibhausrelevanten Emissionen vor. Bis 2030 will das Unternehmen den CO₂-Ausstoß im Vergleich zum Basisjahr 2005 sowohl im Restaurantbereich als auch in den Bürogebäuden um 80 % senken, die Energieeffizienz um mindestens 26 % steigern sowie den Anteil an erneuerbaren Energien um 35 % erhöhen.

Im Rahmen des klimaaktiv Pakts 2030 werden vorwiegend die CO₂-Emissionen aus den Bereichen Energie und Verkehr erfasst (Scope 1 und Scope 2).

ENERGIEMANAGEMENT

Zur Erreichung dieser Ziele setzt das Unternehmen Maßnahmen ein, um sukzessive den Energieverbrauch zu reduzieren, Energie sparsam einzusetzen und die Energieeffizienz in einem ständigen Verbesserungsprozess zu steigern. Gelingen kann das durch innovative Technologien, den Einsatz erneuerbarer Energien und natürlich auch durch die Mithilfe aller Mitarbeiter:innen und Franchisenehmer:innen. Zudem hat McDonald's Österreich ein Energiemanagementsystem eingeführt. Mit all diesen Maßnahmen kann das Unternehmen einerseits Kosten sparen, andererseits einen wesentlichen Beitrag zu den Klimaschutzzvorgaben leisten.

Zur Verbesserung der Datenqualität und Erhöhung der Transparenz plant McDonald's Österreich ein fortschrittliches Energie-Monitoring-System in den Verwaltungsgebäuden wie auch in allen Restaurants einzuführen. Durch eine österreichweite Ausweitung des Systems wird zum einen die Datenqualität erheblich verbessert, zum anderen können Franchisepartner:innen ihren Verbrauch durch den Vergleich zu anderen Restaurants besser interpretieren, voneinander lernen und sukzessive ihre Energieverbräuche und CO₂-Emissionen reduzieren. Zusätzlich werden sie bei unnötigem Mehrverbrauch oder Anlagenstörungen unmittelbar informiert.



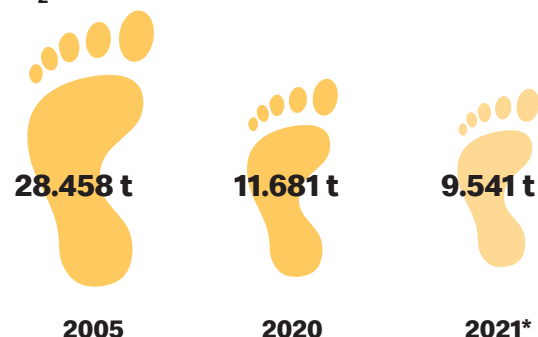
ENERGIEVERBRÄUCHE MCDONALD'S ÖSTERREICH

	Einheit	Basisjahr 2005	2020	2021*
ENERGIE (Endenergie)				
Strom	kWh	107.223.425	73.391.088	80.126.658
Wärme	kWh	27.796.453	19.096.109	16.526.702
Verkehr	kWh	1.308.111	841.221	515.781
Gesamt-Energieverbrauch	kWh	136.327.989	93.328.418	97.169.141
Davon Erneuerbare	kWh	73.587.899	61.296.571	70.539.850
ENERGIEEFFIZIENZ				
Energieintensität	kWh/Restaurant	826.230	473.748	483.429

* Daten für 2021 vorläufig, Validierung im Rahmen des klimaaktiv Pakts noch ausständig
Quelle: Zielverfolgungstabelle klimaaktiv Pakt 2030 McDonald's Österreich³

³ Die Berechnungsgrundlagen und -methoden wurden im klimaaktiv Pakt 2030 adaptiert, weshalb für die hier angeführten Kennzahlen nur für das Basisjahr 2005 sowie die Jahre 2020 und 2021 vergleichbare Daten vorliegen. Die Daten für 2021 waren zum Redaktionsschluss noch nicht durch klimaaktiv validiert.

CO₂-FUSSABDRUCK



CO₂-BILANZ / EMISSIONEN NACH ENDENERGIETRÄGER

	Einheit	Basisjahr 2005	2020	2021*
EMISSIONEN nach Endenergieträger				
Strom	tCO ₂ eq	19.795	4.945	3.975
Wärme	tCO ₂ eq	5.647	3.804	3.176
Verkehr	tCO ₂ eq	355	215	129
Sonstige Emissionen	tCO ₂ eq	2.660	2.718	2.260
Gesamte Treibhausgasemissionen	tCO₂ eq	28.458	11.681	9.541

* Daten für 2021 vorläufig, Validierung im Rahmen des klimaaktiv Pakts noch ausständig

Quelle: Zielverfolgungstabelle klimaaktiv Pakt 2030 McDonald's Österreich⁴

⁴ Die Berechnungsgrundlagen und -methoden wurden im klimaaktiv Pakt 2030 adaptiert, weshalb für die hier angeführten Kennzahlen nur für das Basisjahr 2005 sowie die Jahre 2020 und 2021 vergleichbare Daten vorliegen. Die Daten für 2021 waren zum Redaktionsschluss noch nicht durch klimaaktiv validiert.

GRI-Angaben:
305-1, 305-2, 305-5

ERNEUERBARE ENERGIETRÄGER

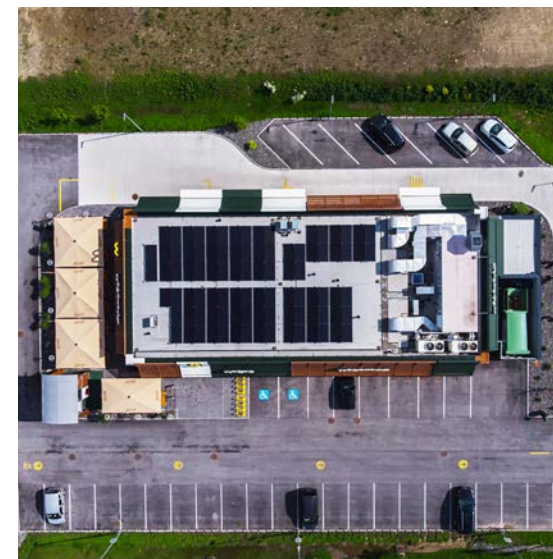
Umstellung auf Strom und Gas mit Umweltzeichen

Der österreichische Strommix besteht bereits zu 78 % aus erneuerbaren Energien, was Österreich im europaweiten Vergleich zu einem Spitzenreiter macht. McDonald's Österreich möchte durch den Erwerb von Umweltzeichen-Strom (UZ46) und Umweltzeichen-Gas (UZ87) einen Beitrag zum Ausbau der erneuerbaren Energien leisten und langfristig 100 % Bezug anstreben.

Strom mit dem Umweltzeichen ist garantiert frei von nuklearen und fossilen Energieträgern und muss einen Mindestanteil Strom aus Photovoltaik (PV) beinhalten sowie aus Biomasse, Erdwärme, Sonne, Wind oder Wasserkraft stammen. Biogas wird vorwiegend aus der Vergärung regional anfallender organischer Reststoffe gewonnen oder durch die Nutzung von Überschussstrom aus Windkraft- und PV-Anlagen erzeugt, um via Elektrolyse Wasser in Wasserstoff und Sauerstoff zu spalten (Power-to-Gas). Ziel ist es, bis 2030 mehr als 85 GWh Strom aus UZ46-Strom zu beziehen und damit 5.829 Tonnen CO₂ einzusparen.

Ausbau Photovoltaikanlagen

Um einen Teil des Strombedarfs in den Restaurants zukünftig über Eigenerzeugung abzudecken, ist geplant, PV-Anlagen auf allen Restaurants zu installieren, die über eine geeignete Dachfläche oder Freiflächen verfügen. Die Erfahrungen der bisher 16 Restaurants mit PV-Anlagen haben gezeigt, dass damit ca. acht Prozent des jährlichen Strombedarfs gedeckt werden können (35.000 bis 38.000 kWh Stromerzeugung durch PV). Eine Energieinventur hat zudem ergeben, dass sich 72 weitere Restaurants eignen, mit PV-Flächen ausgestattet zu werden. Bei einem durchschnittlichen





Jahresstromverbrauch von ca. 450.000 kWh pro Restaurant bringt die Installation von PV-Anlagen eine Gesamteinsparung von ca. 181 Tonnen CO₂.

Bei allen Neubauten werden künftig PV-Anlagen als Teil neuer Gebäudestandards zur Grundausstattung gehören. In den Restaurants und Bereichen, bei denen in Zukunft E-Fahrzeuge eingesetzt werden, soll auch sukzessiv die Installation von PV-Anlagen an dem jeweiligen Gebäude erfolgen, um so eine umweltfreundliche Ladesäuleninfrastruktur zu ermöglichen.

Einsatz von Wärmepumpen und klimafreundlichen Kältemitteln

McDonald's Restaurants in Österreich sollen künftig vorwiegend mit Wärmepumpen beheizt werden – eine Form der Wärmebereitstellung, die bei Neubauten automatisch vorgesehen ist. Damit sind fossile Brennstoffe bei neuen Restaurants gänzlich verschwunden. Zudem soll bis 2030 auch bei bestehenden Restaurants kein Heizöl mehr zum Einsatz kommen und bis 2030 sollen mindestens 30 % der Gebäude mit Erdgasheizungen umgerüstet werden. Stattdessen sollen auch hier überwiegend Wärmepumpen installiert werden.

Eine weitere Reduktionsmaßnahme ist die geplante Umstellung auf klimafreundliche Kältemittel. Bis 2030 soll die Hälfte der Standorte umgerüstet sein.

NEUE STANDARDS FÜR MCDONALD'S RESTAURANTS

McDonald's Österreich definierte 2021 für alle Neubauten und größeren Umbauten der Restaurants neue Gebäudestandards. Umgesetzt werden dabei ein intelligentes Energiemanagement, nachhaltige Technologien für Heizung, Raumluftechnik und Beleuchtung, die optimale Verwertung der im Restaurant anfallenden Ressourcen, wie zum Beispiel des gesammelten Altspeiseöls der Fritteusen, aus dem Biodiesel gewonnen wird, und nicht zuletzt der Bezug von 100 % Ökostrom aus erneuerbaren Quellen sowie die Erweiterung der Photovoltaik-Eigenproduktion und E-Tankstellen.

Bei den Vorgaben geht McDonald's Österreich teilweise sogar weiter, als es die geltende Bauordnung vorsieht. So wird beispielsweise die Gebäudehülle bei Neubauten energetisch hochwertiger realisiert und das Dach zusätzlich gedämmt.

Zu einem effizienten McDonald's Restaurant gehören beispielsweise auch LED-Beleuchtung im Innen- und Außenbereich, Bewegungsmelder, Bedarfssteuerung der Lüftungsanlage, Kühlräume mit eigenen Dämmplatten, ein Windfang im Eingangsbereich, natürliches Licht in den Personalbereichen, Durchflussbegrenzer, eine Spartaste bei der Toiletten-spülung und wasserlose Urinale sowie teilweise Brunnen für den Außenbereich (Gartenbewässerung). All diese Maßnahmen zusammen ermöglichen es, ein Restaurant möglichst klimaschonend zu betreiben.



KLIMA-VORZEIGERESTAURANT



Anfang November 2021 wurde in Spital am Semmering (Steiermark) das 200. österreichische McDonald's Restaurant eröffnet, mit dem das Unternehmen anschaulich demonstriert, welche neuesten Umwelt- und Gebäudestandards angewandt werden.

Ausstattung:

-  Photovoltaikanlage
-  Wärmepumpe
-  Altöl-Abpumpanlage für die Gewinnung von Biodiesel
-  Bio-Schredder
-  150 kW E-Tankstelle
-  E-Bike-Ladestation



Ausbau der E-Tankstellen

Elektromobilität wird sich in den kommenden Jahren als Technologie im Verkehrssektor immer mehr durchsetzen. Diese Entwicklung unterstützt McDonald's Österreich mit seiner E-Mobilitätsstrategie, die vorsieht, bis Ende 2023 alle Restaurants mit Parkplatz mit leistungsstarken E-Schnellladestationen mit bis zu 300 kW auszurüsten.

Für diese flächendeckende Versorgung mit E-Tankstellen hat McDonald's Österreich den deutschen E-Mobilitätsdienstleister Mer, Europas größten Erzeuger erneuerbarer Energie, als Partner an Bord geholt.

2021 wurden bereits die ersten zehn 150 kW starken Alpitronic Hypercharger mit zwei Ladepunkten an ausgewählten Standorten installiert. An hochfrequenten Standorten sind noch leistungsstärkere Stationen mit bis zu 300 kW vorgesehen, an denen für entsprechend ausgerüstete Fahrzeuge das Nachladen mit einer Reichweite von 300 Kilometern in rund 20 Minuten möglich ist. Im Zuge dieses Projekts werden zur Förderung der E-Mobilität in den nächsten drei Jahren rund 100 McDrive-Restaurants mit Ladesäulen ausgestattet.

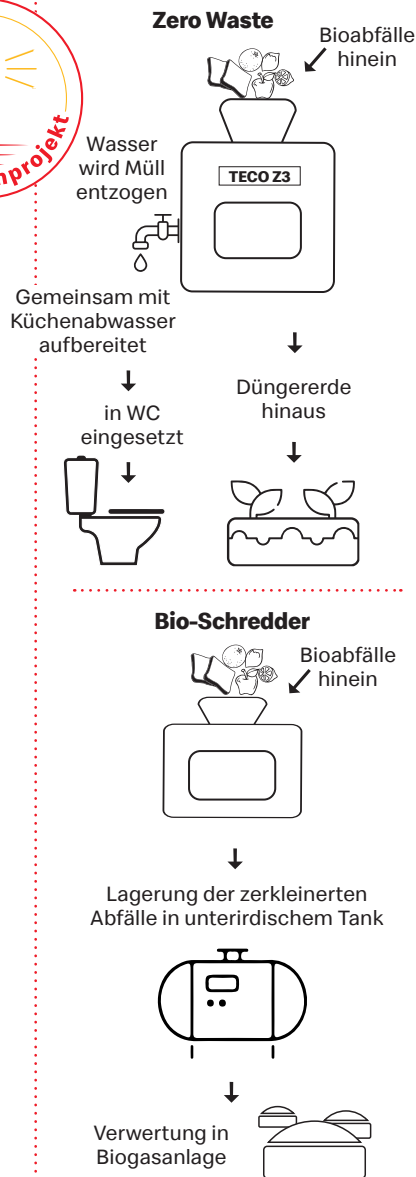
McGreens

Die beste Technologie nützt wenig, wenn nicht Menschen mit Überzeugung und Motivation hinter dem Ziel stehen, den Standort möglichst klimaschonend zu betreiben. Aus diesem Grund gibt es in jedem Restaurant eine oder einen McGreen, also eine Person, die für alle Belange rund um die Einsparungen von Energie und Ressourcen verantwortlich zeichnet.

Der oder die McGreen kümmert sich darum, die anderen Mitarbeiter:innen im Restaurant über Effizienzmaßnahmen zu informieren und sie zu motivieren, aktiv mitzuhelfen – denn ein hohes Energieeinsparpotenzial liegt im bewussten Umgang mit den elektronischen Geräten. Dabei sind auch neue Ideen und das Aufzeigen von Verbesserungsvorschlägen jederzeit willkommen.

Im Vorfeld gibt es für die McGreens eine Ausbildung via Online-Tool, das gerade neu auf der Lernplattform Campus & FRED gestaltet wurde.





Bioabfall, Zero Waste und Bio-Schredder

Kein Müll mehr – diese Vision hatte McDonald's Franchisenehmer Michael Kühlwein und entwickelte in Zusammenarbeit mit TEC AUSTRIA GmbH das Projekt **Zero Waste**. Dabei werden der angefallene Biomüll – also Speisereste, Küchenabfälle und Kaffeesatz – und Abwasser in einem zweistufigen Prozess zu Dünger und anderen Zwischenprodukten verarbeitet, was zu einer effektiven Müllreduzierung beiträgt.

Das Abwasser, das dem Bioabfall entzogen wird, wird mithilfe einer biologischen Reinigung und keramischen Membran aufbereitet und anschließend wieder im Restaurant eingesetzt, zum Beispiel für die Toilettenspülung.

Insgesamt lassen sich durch das Projekt Treibhausgase einsparen, besonders in den vor- und nachgelagerten Prozessen, und der Ressourcenverbrauch verringern. Der Wasserverbrauch lässt sich zudem vor Ort in den Restaurants reduzieren.

Immer öfter kommt auch ein **Bio-Schredder** in den Restaurants zum Einsatz: Bioabfälle werden zerkleinert und – wie bereits auch das Altspeseöl – in einem unterirdischen Tank gelagert. Ein Logistikunternehmen holt diese beiden Abfallfraktionen ab und bringt sie zur weiteren Verarbeitung.

Der zerkleinerte Bioabfall wird in Biogasanlagen eingesetzt oder als Dünger verwendet, sodass eine Kompostierung und die dabei entstehenden Treibhausgasemissionen vermieden werden. Das Altspeseöl aus den Fritteusen wird ebenso aufbereitet und als Biodiesel eingesetzt.

In Zukunft wird jeder Neubau – wie bereits mit den Altöltanks – auch mit einer solchen Bio-Schredderanlage ausgestattet. Ziel ist es, keinen Bioabfall und kein Abwasser mehr zu haben, sondern diese als Ressource für andere Bereiche zu verwenden. Unterstützt wird McDonald's Österreich dabei von den Partnerunternehmen HAVI Logistics G.m.b.H., Münzer Bioindustrie und HPF Biokraft.

LOGISTIK

Mit HAVI Logistics G.m.b.H. hat McDonald's einen heimischen Partner, der die Beschaffung von Waren unterschiedlicher Lieferantinnen und Lieferanten, die Lagerung sowie die Auslieferung nahezu aller Produkte in die Restaurants organisiert.

Mit seinem Beitritt zur Science Based Targets initiative (SBTi) hat sich HAVI Logistics G.m.b.H. offiziell verpflichtet, seinen CO₂-Fußabdruck noch weiter zu verringern. Dafür setzt das Unternehmen unter anderem auf nachhaltige Gebäudetechnik, 100 % Grünstrom, innovative Recycling- und Waste Management-Services sowie die hauseigene Biodiesel-LKW-Flotte, die unter anderem mit Biodiesel aus Altspeseöl der österreichischen McDonald's Restaurants betrieben wird. Rund 900 Tonnen Altspeseöl wurden 2021 gesammelt, von HAVI Logistics G.m.b.H. abgeholt und anschließend verarbeitet. Damit konnten mehr als 2.400 Tonnen CO₂ eingespart werden. Zudem zeigt dieses Best Practice-Projekt in Sachen Kreislaufwirtschaft, wie durch sinnvolle Kooperationen sowohl ökonomischer als vor allem auch ökologischer Mehrwert geschaffen werden kann.

Umstellung auf E-Mobilität

Die Car Policy für den eigenen Fuhrpark der Unternehmenszentrale von McDonald's Österreich wurde überarbeitet und sieht nun eine sukzessive Umstellung der Fahrzeugflotte auf E-Mobilität vor. So wird bis 2025 ein Drittel der knapp 70 Fahrzeuge elektrisch betrieben sein.

VERPACKUNG UND RECYCLING

Im Bereich Umweltschutz und Recycling werden noch weitere konkrete Ziele verfolgt: Neben der kontinuierlichen Reduktion der CO₂-Emissionen werden im Rahmen des Wiederverwertungsprogramms McRecycle Abfälle in jedem der rund 200 McDonald's Restaurants gesammelt, getrennt und anschließend wiederverwertet und eine Recyclingquote von mehr als 90 % erreicht. Damit folgt das Unternehmen konsequent dem Prinzip „vermeiden, verringern, verwerten“.

Dabei wird auch heuer der Anteil an Verpackungen aus Papier und Karton von derzeit 91 % durch neue Verpackungslösungen weiter erhöht. Bis 2025 sollen 100 % aller Gästeverpackungen aus erneuerbaren, recycelten oder zertifizierten Quellen stammen.

Wo immer es möglich ist, setzt McDonald's Österreich auf nachhaltige oder wiederverwertbare Materialien, um Plastik einzusparen. Das begann bereits 1992 mit der Einführung der Kartonverpackungen für Burger und des Papiersackerls. Mit der Verabschiedung der McFlurry- und Shake-Plastik-Becher sowie der Umstellung der Salatverpackungen auf recycelbaren Karton setzte McDonald's in den letzten Jahren weitere wichtige Schritte in der Plastikreduktion. Zuletzt tauschte das Unternehmen die Plastikverpackungen der Spielzeuge im Happy Meal ausnahmslos auf Kartonverpackungen aus.

Seit Frühling 2020 gibt es bei McDonald's Österreich ausschließlich Papierstrohhalm; im Sommer 2021 wurden das Plastikbesteck durch Holzbesteck ersetzt, zudem PET-Flaschen bei McDelivery ausgelistet, Shake-Becher aus Plastik durch Kaltgetränkebecher ersetzt und die Espresso Becherdeckel aus Papier eingeführt. Durch all diese Maßnahmen konnte McDonald's Österreich von 2019 bis 2021 insgesamt 122 Tonnen Plastik einsparen. Im Sommer 2023 wird die Eisverpackung von McSundae voraussichtlich ebenfalls auf eine plastikfreie Alternative umgestellt werden.

Zusätzlich zur Umstellung von Verpackungen auf recycelte, nachwachsende oder zertifizierte Rohstoffe will der Systemgastronom Einwegverpackungen, wo immer möglich, ganz weglassen. So werden beispielsweise die Papierstrohhalm und auch die Becherdeckel (Lids) in den Restaurants nur auf Nachfrage ausgegeben.



Plastikfreie Spielzeuge im Happy Meal

Im Rahmen der Nachhaltigkeitsstrategie soll Plastikmüll in allen Bereichen reduziert werden. Aus diesem Grund war es McDonald's Österreich auch wichtig, den Fokus auf nachhaltigere Optionen bei den Spielzeugen im Happy Meal zu legen. Als Alternative zu Plastikspielzeugen erhalten die Kinder nun hauptsächlich Plüschtiere oder innovative neue Spielfiguren und Spiele aus Papier und Karton. Bis 2025 sollen ausschließlich plastikfreie Spielzeuge im Happy Meal zu finden sein.

Auch bei der Verpackung gab es einen Paradigmenwechsel: So werden seit März 2021 Happy Meal-Spielzeuge in Papier verpackt.

Bedenkt man, dass jährlich weltweit rund sechs Milliarden Happy Meals verkauft werden, so wird bewusst gemacht, um welche Menge an Verpackung und Spielzeug es sich hier handelt und wie wichtig es ist, Gäste für die Themen Plastik und Müll zu sensibilisieren.

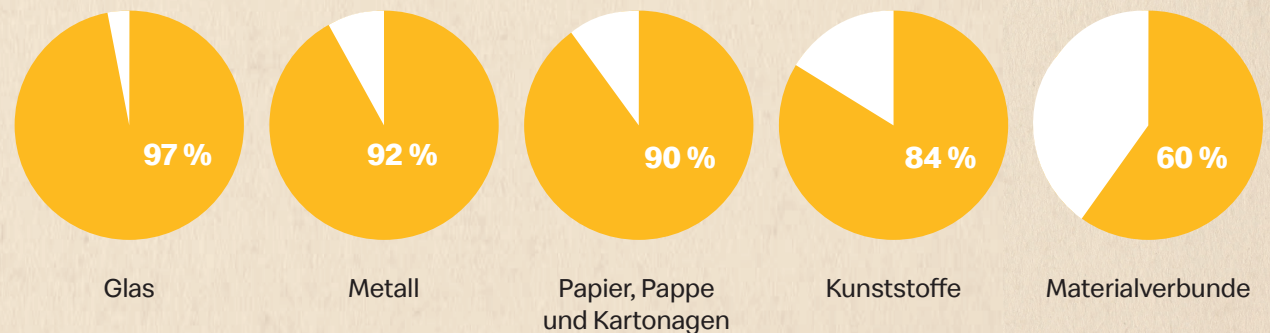


ABFALLFRAKTIONEN 2021



**„Durch unser Wieder-
verwertungsprogramm
McRecycle werden in
jedem der rund 200
McDonald's Restaurants
Abfälle gesammelt, ge-
trennt und anschließend
wiederverwertet.“**

RECYCLINGQUOTE 2021



„Bis 2025 sollen 100 % aller Gästeverpackungen aus erneuerbaren, recycelten oder zertifizierten Quellen stammen.“



ZIELE

Klimaschutzziele von McDonald's Österreich

- Reduktion der Treibhausgasemissionen um 80 % (Basis 2005) bis 2030
- Steigerung der Energieeffizienz um 26 % (Basis 2005) bis 2030
- Anteil erneuerbarer Energien am gesamten Energieverbrauch von 35 % bis 2030

Ausbau erneuerbarer Energien und neue Gebäudestandards

- Sukzessive Umstellung auf UZ87-Gas und UZ46-Strom. Ziel ist es, bis 2030 mehr als 85 GWh Strom aus UZ46-Strom zu beziehen
- Weiterhin kontinuierlicher Ausbau von Photovoltaikanlagen
- Ausstattung jedes Neubaus mit einer Bio-Schredderanlage
- Umstellung auf nachhaltige Heizsysteme
- Umstellung auf klimafreundlichere Kältemittel: Im Zuge einer Kältemittelstrategie werden die Klimaschränke und Tiefkühlschränke sukzessive auf CO₂ als Kältemittel umgestellt.

Ausbau E-Mobilität

- Ausstattung von 100 McDrive-Restaurants mit E-Ladesäulen bis Ende 2023
- Erhöhung des Anteils von E-Autos im eigenen Fuhrpark

Verpackung und Recycling

- Bis 2025 sollen 100 % aller Gästeverpackungen aus erneuerbaren, recycelten oder zertifizierten Quellen stammen.
- Plastikreduktion durch weitere Umstellungen der Verpackungen, so zum Beispiel Änderung der Eisverpackung von McSundae auf eine plastikfreie Alternative im Sommer 2023
- Bis 2025 ausschließlich plastikfreie Spielzeuge im Happy Meal





Arbeitsplätze und Inklusion

*„Als größter Arbeitgeber
in der österreichischen
Systemgastronomie stehen
wir für Vielfalt, Respekt und
Perspektiven.“*



„Wir sind stolz auf die kulturelle Vielfalt unserer 9.600 Mitarbeiter:innen aus 92 Nationen.“



JOBS, INCLUSION & EMPOWERMENT

Respekt und Chancengleichheit für alle – das ist bei McDonald's oberste Prämisse. Als größter Arbeitgeber der heimischen Systemgastronomie freut sich McDonald's Österreich über die kulturelle Vielfalt seiner 9.600 Mitarbeiter:innen aus 92 Nationen.

Vielfalt bietet allen einen Mehrwert. Deshalb engagiert sich McDonald's für Inklusion und Diversität. McDonald's ist stolz auf seine lebendige Mischung von Sprachen und Kulturen. Hier arbeiten Menschen mit unterschiedlichsten Bedürfnissen – Menschen mit Migrationshintergrund, Menschen mit Behinderung und Menschen, die beispielsweise als Alleinerziehende besonderen Herausforderungen bei der Vereinbarkeit von Beruf und Familie gegenüberstehen oder als Studierende Ausbildung und Job unter einen Hut bringen. Sie alle finden bei McDonald's Österreich die gleichen Berufschancen, bekommen die Möglichkeit, eine Karriere zu beginnen und wichtige praktische Fähigkeiten zu erlernen – unabhängig von ethnischer Zugehörigkeit, Hautfarbe, Religion, Geschlecht, Alter, nationaler Herkunft oder Staatsangehörigkeit, Behinderung, sexueller Orientierung oder anderen gesetzlich geschützten Merkmalen.

McDonald's hat 2020 weltweit seine Unternehmenswerte erneuert und dazu zwei Regelwerke eingeführt: eine globale Grundsatzerklärung gegen Diskriminierung, Belästigung und Repressalien sowie eine globale Grundsatzerklärung zur Prävention von Gewalt am Arbeitsplatz. Alle McDonald's Restaurants auf der ganzen Welt – sowohl firmeneigene als auch Franchisestandorte – müssen sich an diese Standards halten.

Auch McDonald's Österreich hat diverse Maßnahmen wie Richtlinien, Tools und Schulungen getroffen, um die Vorgaben einhalten zu können und den Werten gerecht zu werden. Denn Belästigung, Diskriminierung und Mobbing haben bei McDonald's keinen Platz.

So wurde beispielsweise 2021 eine Vertrauensstelle für alle Mitarbeiter:innen eingerichtet und ein klar geregelter Prozess dahinter installiert. Wenn Mitarbeiter:innen aufgrund eines Vorfalls direkten Kontakt suchen, können sie sich jederzeit anonym an eine Hotline wenden oder auch ein Online-Formular nutzen, das über das Intranet abrufbar ist. McDonald's stellt dann sicher, dass die Anfragen an die richtigen Personen weitergeleitet werden und dem jeweiligen Vorfall nachgegangen wird – diskret und vertrauensvoll.

VIELFALT, CHANCENGLEICHHEIT UND INKLUSION

Als internationales Unternehmen hat es sich McDonald's – geleitet von seinen Werten – zum Ziel gemacht, seinen Einfluss und seine Größe zu nutzen, um sinnvolle gesellschaftliche Veränderungen für seine Mitarbeiter:innen, Franchisenehmer:innen, Lieferantinnen und Lieferanten, Gäste und die Gesellschaft zu beschleunigen. Die Strategie für Vielfalt, Gleichberechtigung und Integration spiegelt diesen Plan wider, den Wandel im Unternehmen und in der Wertschöpfungskette voranzutreiben.

Damit Diversität und Inklusion zur gelebten Erfahrung in der McDonald's Familie werden, arbeitet ein internationales Team (D, CH, B, NL) in fünf Arbeitsgruppen an der Konkretisierung unterschiedlicher Maßnahmen, um die bereits gelebte Vielfalt im Unternehmen zu intensivieren.

Aufbauend auf dieser globalen Strategie leitet McDonald's Österreich die im europäischen Netzwerk erarbeiteten Maßnahmen für den heimischen Markt ab und nimmt Vielfalt, Gleichberechtigung und Integration als unternehmensrelevante Themen auf. Dabei orientiert sich McDonald's Österreich an der ÖNORM S 2501. Sie liefert in kompakter und übersichtlicher Form wesentliche Informationen zu den Grundsätzen, Systemen und Hilfsinstrumenten zur Umsetzung von Diversity Management innerhalb einer Organisation.

FAIRE ARBEITSBEDINGUNGEN

Gerechte Arbeitsbedingungen und faire Entlohnung sind wichtige Grundsätze für das Personalmanagement von McDonald's Österreich. Denn nur zufriedene Mitarbeiter:innen sind gute Gastgeber:innen. Umfassende Aus- und Weiterbildungsangebote, chancengleiche Aufstiegsmöglichkeiten und flexible Arbeitszeitmodelle ermöglichen es den Mitarbeiter:innen, Familie, Ausbildung und Beruf optimal zu verbinden.

Das Gehaltssystem von McDonald's Österreich ist in einem eigenen Kollektivvertrag transparent gestaltet und auf der [Website](#) nachvollziehbar.

Für alle Company-eigenen und durch Franchisenehmer:innen betriebenen Restaurants gilt seit 2011 der eigene McDonald's Kollektivvertrag, der gemeinsam mit dem Fachverband Gastronomie der Wirtschaftskammer Österreich und der Gewerkschaft vida beschlossen wurde.

Für die Managementebene gilt der Kollektivvertrag der Gastronomie, in der Unternehmenszentrale der Kollektivvertrag für Angestellte im Handel.

Sowohl für die Mitarbeiter:innen der Restaurants als auch für die Mitarbeiter:innen der Servicezentrale werden auf globaler Ebene jährlich Analysen durchgeführt, um eine geschlechtsneutrale Bezahlung zu gewährleisten.

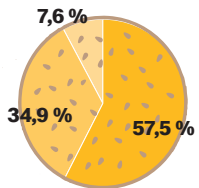
Damit sich alle Mitarbeiter:innen gut aufgehoben fühlen, entwickelt McDonald's Österreich laufend Initiativen und verbessert bestehende Prozesse. So bietet das Unternehmen beispielsweise Deutschkurse für Nicht-Muttersprachler:innen an und führt die jährliche Meinungsumfrage mit allen Mitarbeiter:innen in acht unterschiedlichen Sprachen durch. Damit ermöglicht McDonald's, dass alle ihr Feedback geben können und gehört werden.



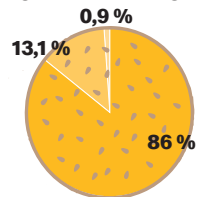


MITARBEITER:INNEN NACH BESCHÄFTIGUNGSVERHÄLTNIS 2021

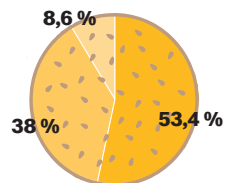
RESTAURANT GESAMT



RESTAURANT MANAGEMENT



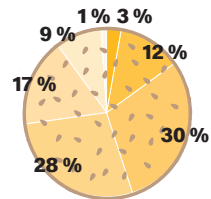
RESTAURANT CREW



● Vollzeit
● Teilzeit
● geringfügig

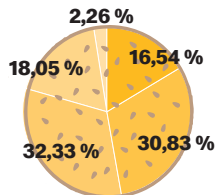
MITARBEITER:INNEN NACH ALTER 2021

RESTAURANT



● <18 Jahre
● 18-25 Jahre
● 26-30 Jahre
● 31-40 Jahre
● 41-50 Jahre
● 51-60 Jahre
● >60 Jahre

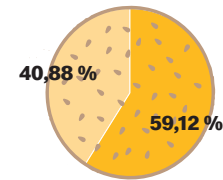
SERVICEZENTRALE



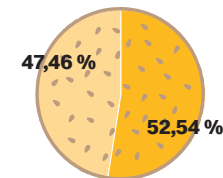
● 20-29 Jahre
● 30-39 Jahre
● 40-49 Jahre
● 50-59 Jahre
● 60-69 Jahre

MITARBEITER:INNEN NACH GESCHLECHT 2021

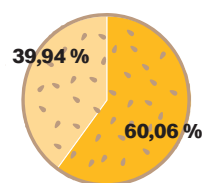
RESTAURANT GESAMT



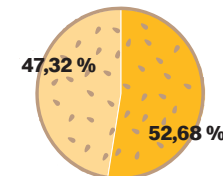
RESTAURANT MANAGEMENT



RESTAURANT CREW



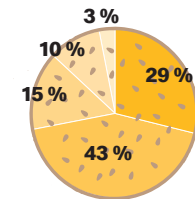
SERVICEZENTRALE



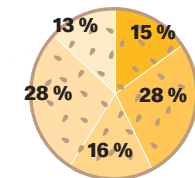
● Frauen
● Männer

UNTERNEHMENSZUGEHÖRIGKEIT 2021 (INKLUSIVE KARENZ)

RESTAURANT



SERVICEZENTRALE



● <1 Jahr
● 1-5 Jahre
● 5-10 Jahre
● 10-20 Jahre
● >20 Jahre



PERSONALENTWICKLUNG UND FÖRDERUNG

McDonald's legt großen Wert auf die Weiterentwicklung seiner Mitarbeiter:innen. Dabei steht im Fokus, Talente früh zu erkennen und die individuelle Karriereplanung zu unterstützen. Jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter wird gleichermaßen ermöglicht, das persönliche Potenzial zu entfalten.

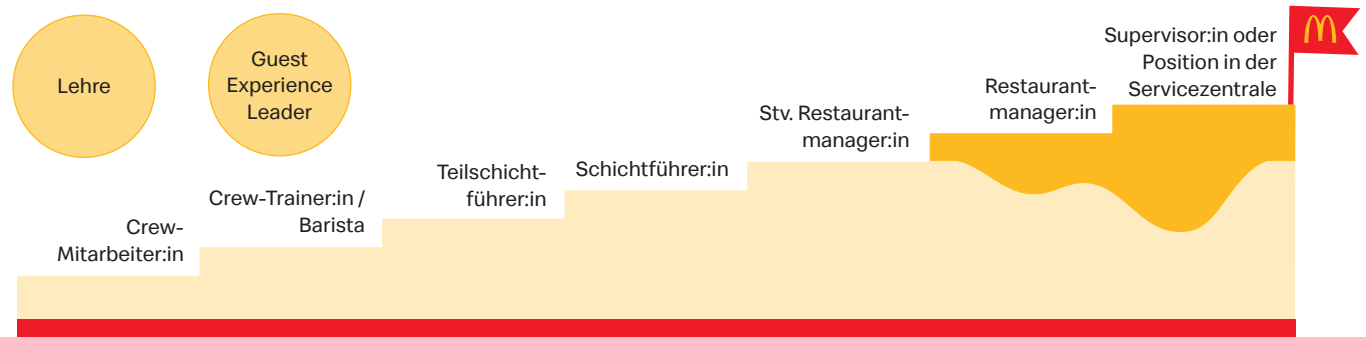
In den Restaurants

Die Weiterentwicklung und Fortbildung seiner Mitarbeiter:innen in den Restaurants ist McDonald's Österreich wichtig – nicht zuletzt, da man das klare Bekenntnis zur Rekrutierung von Führungskräften aus den eigenen Reihen verfolgt. Bei McDonald's können sich Restaurant-Mitarbeiter:innen bis zur Führungskraft entwickeln. Auf jeder Ebene erhält man spezifische Aus- und Weiterbildungsangebote.

Ist McDonald's auf dem richtigen Weg? Um diese Frage nicht aus den Augen zu verlieren, werden einerseits diverse Themen regelmäßig bei den Franchiseorganisationen abgefragt und andererseits einmal im Jahr verpflichtende Befragungen der Mitarbeiter:innen in den Restaurants durchgeführt, auf deren Basis Aktionspläne für die Restaurants erstellt werden.

Das Restaurantpersonal absolviert laufend Trainings an den einzelnen Stationen und zu den aktuellen Produktneuheiten, erhält Feedback zum Arbeitsablauf und nimmt regelmäßig an Crew-Meetings teil. Im Rahmen von Workshops oder Online-Webcasts werden außerdem Weiterbildungen für spezifische Zielgruppen angeboten.

Die Leistung der Manager:innen bleibt auch innerhalb des McDonald's Systems nicht unbeachtet: Jedes Jahr werden im Rahmen des globalen Ray Kroc Awards aus über 36.000 Restaurants weltweit die besten McDonald's Restaurant Manager:innen ausgewählt. Mit der Auszeichnung wird herausragende Leistung in der Teamführung und im operativen Geschäft gekürt. 2020 zählten zwei Frauen aus Österreich zu den besten Restaurant Manager:innen der Welt.





Krise als Chance: Digitalisierung der Trainings

Was die Aus- und Weiterbildung betrifft, brachte die Corona-Pandemie auch positive Effekte mit sich. Hier konnte das Unternehmen die Krise als Chance nutzen und die Digitalisierung der Trainingsangebote sowie die Erweiterung mit Kurz-Webinaren zu diversen Schwerpunktthemen vorantreiben.

Was für die Restaurants insbesondere 2020 wichtig war, um alle relevanten Trainings aufrechterhalten und die Mitarbeiter:innen bestmöglich unterstützen zu können, ermöglicht nun eine innovative Zusammenstellung der Weiterbildungsangebote und die Erschließung neuer Zielgruppen. Das Ergebnis ist ein ansprechender Mix aus Präsenzangeboten und digitalen Elementen sowie die Möglichkeit, das E-Learning-Angebot zu forcieren und vertiefende Train the Trainer-Konzepte zu realisieren.

Für Mitarbeiter:innen der Crew und des Managements wurde mit Campus & FRED ein neues Learning-Management-System eingeführt. Im Fokus stehen hier verstärkt selbst gesteuerte Lernangebote.

Zudem geht der Trend in die Richtung, globale Synergieeffekte zu schaffen, um die Trainingsangebote länderübergreifend auszuweiten und zu intensivieren. Durch globale Zusammenarbeit erschließen sich hier zusätzlich neue Trainingsmöglichkeiten. So wurde 2020 und 2021 das komplette Curriculum nach internationalen Standards, Leadership-Gedanken und Ausrollung im Markt überarbeitet. Dabei wurden beispielsweise Theorie und Praxis stärker vernetzt und die individuelle Entwicklung der Lernenden verstärkt in den Mittelpunkt gerückt.

Essenziell bei der digitalen Weitergabe von Wissen sind neue, kreative und ansprechende Tools. Sogenannte Wissensnuggets vermitteln dabei interaktive Lerninhalte bedarfsgerecht und pointiert.

Im Vordergrund steht die Vereinfachung diverser Prozesse für die Restaurants. 2021 wurde die Ausbildung der Crew mit einem neuen Konzept komplett überarbeitet.

Angeboten werden zudem Online-Trainings für alle Mitarbeiter:innen der Servicezentrale sowie der Restaurants, die das Zugehörigkeitsgefühl stärken, aber auch ermutigen sollen, bei Vorliegen eines Missstandes füreinander einzutreten (Speak-up Culture).

In der Servicezentrale

Talente früh zu erkennen, bei ihrer Karriereplanung zu unterstützen und mit individuellen Maßnahmen zu fördern – dieser Grundsatz gilt auch für das Angebot der Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten in der Servicezentrale.

Die Weiterbildungsmaßnahmen sind daher individuell und auf spezielle Zielgruppen abgestimmt – sowohl was die facheinschlägige Weiterbildung angeht als auch persönliche Skills wie Projekt- und Präsentationsmanagement, Trainings für Führungskräfte und Women Empowerment Workshops. Zudem wird die Teilnahme am globalen Mentoring-Programm bei McDonald's gefördert. Durch die soge-



nannten „Knowledge Nuggets“ soll unterstützt werden, dass Mitarbeiter:innen voneinander lernen und ihr Wissen aktiv weitergeben. Auch für die Servicezentrale wurde ein neues E-Learning-System mit spezifischen Inhalten und Lernangeboten für die Mitarbeiter:innen installiert. Zur Förderung und Weiterbildung von Talenten gibt es ein jährliches Talente-Review, eine Erstellung von Entwicklungsplänen sowie eine Nachfolgeplanung. Zweimal im Jahr werden Befragungen der Mitarbeiter:innen in der Servicezentrale zu den unterschiedlichsten Themen durchgeführt.

FRAUEN MACHEN KARRIERE

In den Restaurants, wo 60 % Frauen und 40 % Männer arbeiten, liegt auch die Frauenquote bei den Managementpositionen mit 52,5 % relativ hoch.

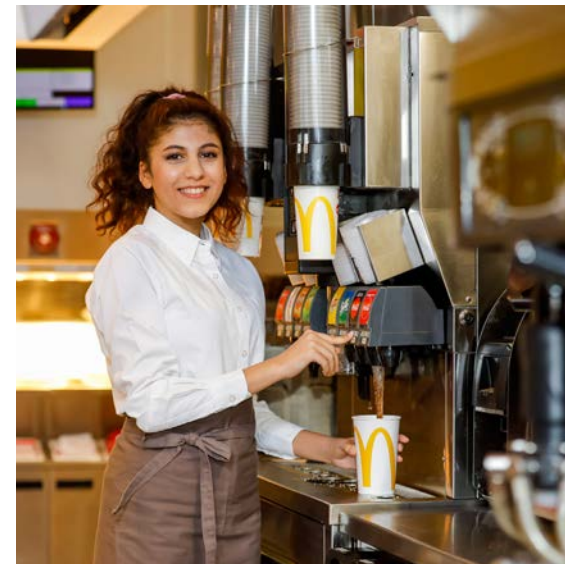
In der Unternehmenszentrale ist die Frauenquote generell ausgewogen: 52,54 % der Beschäftigten in der Servicezentrale sind Frauen und 43 % der Führungspositionen sind in weiblicher Hand. Von den 59 Frauen in der Servicezentrale

sind damit 16 Mitarbeiterinnen bzw. 27,1 % in Führungsfunktionen, davon 31,25 % in Teilzeit.

Um Frauenkarrieren gezielt zu fördern, ist McDonald's Österreich Mitglied von „the female factor“ – einer globalen Gemeinschaft, die es Frauen durch Workshops, Projektgruppen und Mentoring-Programme erleichtert, sich noch mehr zu entfalten.

Ein Job bei McDonald's ermöglicht aber nicht nur Karriereplanung und Weiterentwicklung, sondern auch eine ausgewogene Work-Life-Balance auf jeder Beschäftigungsebene. Viele Mitarbeiterinnen und Managerinnen sind Mütter oder studieren. Es ist dem Unternehmen wichtig, mit strukturellen und individuellen Maßnahmen zur besseren Bewältigung der jeweiligen Lebens- und Arbeitssituation beizutragen.

Im Rahmen eines internationalen Frauennetzwerkes findet ein regelmäßiger Austausch zu relevanten Themen innerhalb der McDonald's Gruppe statt. Zusätzlich steht die persönliche Weiterentwicklung im Fokus.



Maja Tesanovic

*Senior Restaurant Managerin,
McDonald's Restaurants Korneuburg
und Stockerau*

Als Maja Tesanovic 2015 bei McDonald's als Mitarbeiterin im McCafé begann, dachte sie, das wäre ein vorübergehender Job. Heute ist sie als alleinerziehende Mutter eines Achtjährigen Führungskraft im Unternehmen und leitet die Restaurants in Korneuburg und Stockerau.

„Aus einer Übergangslösung wurden sieben Jahre bei McDonald's und ein großer Schritt in meinem Leben, in meiner Karriere und in meiner Entwicklung als Person.“



Aufstiegs- chancen: Frauen berichten

Andrea Mayr

*Projektleiterin für Neubauten
und Umbauten*

Als Frau in einer Männerdomäne plant Andrea Mayr als Projektleiterin im Bereich Development in der Servicezentrale seit 2017 die Neubauten und Umbauten der Restaurants. Zuvor war sie als Bautechnikerin für die Ausführung von Großbaustellen im Wohnungsbau zuständig. Als Andrea Mayr nach einer neuen Herausforderung in einem anderen Arbeitsgebiet gesucht hat, wurde sie bei McDonald's fündig.

„Mein Job bringt sehr viele spannende Projekte mit sich. Ich kann eigenverantwortlich und flexibel arbeiten und mich in bereichsübergreifenden Themen zur Optimierung einbringen.“



Anabela Delic

COO von McDonald's Österreich

Anabela Delic ist seit 22 Jahren Teil der McFamily. Die gebürtige Bosnierin nutzte ihre Chancen und startete ihre Karriere in einem Wiener Restaurant als Crew-Mitarbeiterin. Heute ist sie Director Operations und Development bei McDonald's Österreich.

„McDonald's bietet jedem eine Chance, egal ob man bei McDonald's Karriere machen oder den Job als Sprungbrett für eine andere berufliche Zukunft nutzen will. Man sammelt hier sehr wertvolle Erfahrungen, die man nutzen kann, egal wohin es einen verschlägt.“



Carolina Mendez

*Restaurant Managerin,
McDonald's Restaurant Vöcklabruck*

Karriere und Familie zu verbinden, ist für Carolina Mendez, die einen siebenjährigen Sohn hat, nicht immer leicht. Als Restaurant Managerin kann sie ihre Rollen als Mutter und Führungskraft im Alltag jedoch gut vereinen. Begonnen hat die gebürtige Dominikanerin mit einer Lehre bei McDonald's; danach arbeitete sie als Assistentin und schon bald übernahm sie mit der Restaurantleitung auch die Verantwortung für rund 60 Mitarbeiter:innen.

„Vollzeitmitarbeiterin und Mutter zu sein, ist nicht leicht. Mein Job hat mir viel Stabilität gegeben – und gibt sie mir jeden Tag.“



LEHRLINGE IM FOKUS

McDonald's Österreich bildet – von der Wirtschaftskammer zertifiziert – bereits seit über 20 Jahren Lehrlinge aus. Die klassische gastronomische Lehrlingsausbildung wird in der Lehre „Fachmann/Fachfrau für Systemgastronomie“ um umfangreiche Management-, Leadership- und unternehmensrelevante Zusatzausbildungen ergänzt. Ein zentrales Ziel der McDonald's Ausbildung ist, dass die jungen Leute nach drei Jahren fit genug sind, ins Management aufgenommen zu werden.

Mit der Ausbildung bei McDonald's erwerben die Lehrlinge in der Ausbildungszeit sowohl fachspezifische Kenntnisse der Systemgastronomie als auch kaufmännische Kenntnisse und Fertigkeiten, die gezielt darauf vorbereiten, ein mittelständisches Unternehmen zu managen. Somit schafft die Lehre eine gute Basis für eine Managementkarriere und die Auszubildenden haben die Möglichkeit, nach dem Abschluss als Schichtführer:in und später als Restaurantleiter:in durchzustarten.

Entsprechend dieser Vorgabe lag der Schwerpunkt bei der Lehrlingsförderung für McDonald's Österreich in einem ersten Schritt darin, die Qualität der Ausbildung zu heben. Während der Ausbildung stehen den Lehrlingen diverse Kurse in der sogenannten M*Academy zur Verfügung. Nachdem sich hier Webinare, die aufgrund der Corona-Pandemie notgedrungen installiert worden waren, sehr gut bewährt haben, gibt es seit 2021 eine Mischform aus Online- und Präsenzfortbildungen. Auch überbetriebliche Trainingsmodule können hier absolviert werden, die unter anderem Themen wie Teambuilding, Konfliktbewältigung, Umgang mit Social Media oder wirtschaftliches Denken behandeln. Besonders Lehrlinge, die kurz vor der Lehrabschlussprüfung stehen, unterstützt das Modul „Verantwortung übernehmen“, um

den Wechsel vom Lehrling zum Vorgesetzten zu erleichtern. Mit der Tour zu Lieferantinnen und Lieferanten haben die Lehrlinge zudem die Möglichkeit, die Herkunft der Zutaten, die Betriebe der Partner:innen und die Lieferkette näher kennenzulernen. Darüber hinaus unterstützt McDonald's Österreich auch die Lehrlingsausbilder:innen durch eigene Webinare und Trainings.

Aktuell bilden ca. 50 % der Franchisenehmer:innen Jugendliche zu Fachleuten der Systemgastronomie aus.

In einem weiteren Schritt rückt nun die Quantität bei der Lehrlingsausbildung in den Mittelpunkt. Dabei soll auch die niederschwellige Bewerbungsmöglichkeit für interessierte Jugendliche über die [Website](#) helfen.

Im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich (WKO) und gemeinsam mit BURGER KING®, Nordsee und der Gewerkschaft vida hat McDonald's Österreich maßgeblich an der Aktualisierung des Berufsbildes mitgewirkt: Ziel ist es, das Bild der Lehre in der Systemgastronomie realistischer und attraktiver zu gestalten.

JOB-SICHERHEIT WÄHREND DER PANDEMIE

Als großer heimischer Arbeitgeber hatte McDonald's Österreich auch in den herausfordernden Zeiten der Corona-Pandemie eine besondere Verantwortung gegenüber seinen Mitarbeiter:innen: Um die österreichweit 9.600 Arbeitsplätze zu sichern, setzten die heimischen Franchisenehmer:innen mehrheitlich auf Kurzarbeit. Mehr als 90 % der Jobs konnten damit gesichert werden. Die restlichen 10 % ergaben sich aus einer Mischung aus natürlicher Fluktuation, Pendler:innen aus dem Ausland, die aufgrund geschlossener Grenzen dem Arbeitsmarkt nicht zur Verfügung standen, und geringfügig Beschäftigten, die man nicht in Kurzarbeit übernehmen konnte.

In der Servicezentrale waren alle Mitarbeiter:innen während der Lockdowns im Homeoffice tätig und wurden mit dem



„Dank unseres umfangreichen Sicherheitskonzepts konnten wir die Herausforderungen der Corona-Pandemie professionell bewältigen.“



nötigen Equipment ausgestattet. Auch vor der Pandemie war Homeoffice in Absprache mit der Führungskraft möglich. Die Belegschaft in der Servicezentrale war die ganze Krise hindurch vollbeschäftigt.

Dass dieses gemeinsame Engagement der Franchisenehmer:innen und McDonald's, alle Mitarbeiter:innen möglichst sicher durch diese herausfordernden Zeiten zu bringen, honoriert wurde, zeigt das gute Feedback der Mitarbeiter:innen. Demnach fühlten diese sich während der Krise gut aufgehoben und schätzten die zeitnahen Informationen. Positiv wurde in Umfragen bewertet, dass die Bedürfnisse und Sorgen der Mitarbeiter:innen ernst genommen und sämtliche Sicherheitsvorkehrungen vorbildlich umgesetzt wurden. 94 % der befragten Mitarbeiter:innen stimmten „voll“ bzw. „eher“ zu, dass sie über Schutzmaßnahmen sowie Änderungen bei operativen Prozessen ausreichend informiert und vorbereitet waren. Vom Management unterstützt fühlten sich 95 %. Auf die Frage, ob sie sich in ihrem Restaurant sicher fühlten, antworteten knapp 79 % mit „stimme voll zu“ und 15 % mit „stimme eher zu“.

GESUNDHEIT UND PRÄVENTION

Die Themen Gesundheit und Sicherheit der Mitarbeiter:innen rückten mit der Corona-Pandemie für McDonald's Österreich noch mehr in den Mittelpunkt. Zum Schutz für Arbeitnehmer:innen und Gäste wurde ein umfangreiches Sicherheitskonzept erstellt, mit dem das Unternehmen versuchte, eine Balance zwischen Schutz und angenehmer Arbeitsatmosphäre zu schaffen. Darin sind klare Regeln vorgegeben, deren Einhaltung regelmäßig überprüft werden (siehe dazu auch Kapitel „Sicher durch die Corona-Pandemie“ auf Seite 12). Darüber hinaus gab es kostenlose Selbsttests in den Restaurants und in der Servicezentrale bzw. für Trainingsveranstaltungen in Kooperation mit dem Samariterbund.

Das Angebot anderer Schutzimpfungen und Vorsorgeuntersuchungen durch den Betriebsarzt sind in der Servicezentrale nach wie vor eine Selbstverständlichkeit. Darüber hinaus wird ein vergünstigter Apotheken-Bestellservice angeboten.



Franchisenehmer:innen engagieren sich für Inklusion

Vielfalt, Respekt und Perspektiven: McDonald's Österreich fördert gemeinsam mit seinen 42 Franchisenehmer:innen seit vielen Jahren Inklusion und Integration am Arbeitsplatz.

Vor allem das individuelle Engagement der Franchisenehmer:innen treibt die gesellschaftliche Thematisierung voran – wie beispielsweise Loek Versluis und Rudolf Ringhofer, die Mitarbeiter:innen im Rollstuhl beschäftigen.

Franchisenehmer Andreas Schwerla wurde im Rahmen des Austrian Leading Companies Awards 2020 mit dem Sonderpreis für herausragende Leistungen bei der Integration von Menschen mit Behinderung ins Berufsleben ausgezeichnet. Zu seinem Team gehören 43 Mitarbeiter:innen mit eingeschränktem Hörvermögen oder anderer Beeinträchtigung, die in den verschiedensten Bereichen von der Betreuung der Gäste bis zur Teilschichtführung tätig sind. So gibt es unter anderem auch einen eigenen Crew-Trainer, der gehörlose Mitarbeiter:innen einschult. In Zukunft sollen außerdem weitere Karriere- und Ausbildungsmöglichkeiten für Menschen mit Behinderung angeboten und die technische Unterstützung ausgebaut werden.

Der in Osttirol und Kärnten tätige Franchisenehmer Karl Jurak erhielt das Gütesiegel „Wir sind inklusiv“ vom Sozialministerium-

service Tirol für den Zeitraum 2021 bis 2023. Bereits seit 2002 bietet er in Kooperation mit der arbas Arbeitsassistenten Tirol und dem AMS langfristige, sichere Jobs für Menschen mit körperlichen Einschränkungen. Die Mitarbeiter:innen werden vor allem im McDrive, im Servicebereich oder als Reinigungskraft eingesetzt und erhalten eine umfassende Unterstützung im Berufsalltag. Die ersten Arbeitswochen begleitet die Agentur arbas Arbeitsassistenten Tirol vor Ort und unterstützt das Unternehmen bei der Einschulung. Aber auch langfristig wird auf die berufliche Weiterentwicklung viel Wert gelegt. So haben die Mitarbeiter:innen die Möglichkeit, neue Aufgaben zu übernehmen und ihre Fachkenntnisse durch interne Schulungen zu erweitern.

Ein weiteres Programm bei McDonald's Österreich wurde bereits 2001 von Franchisenehmer Martin Spörker ins Leben gerufen. Gemeinsam mit der Jobfabrik im Verbund der Volkshilfe Wien verhilft er Jugendlichen mit fehlenden Ausbildungsperspektiven im Rahmen von „McStart“ zu einem erfolgreichen Karrierestart. Das Förderprogramm erleichtert jungen Menschen den Berufseinstieg und schafft erste Erfolgsmomente. Anlässlich des 20-Jahr-Jubiläums von „McStart“ konnte eine positive Bilanz gezogen werden: Mehr als 180 Jugendliche begannen eine Ausbildung, konnten diese abschließen und dauerhaft ins Berufsleben integriert werden.

BETRIEBLICHE LEISTUNGEN

In der Servicezentrale profitieren die Mitarbeiter:innen von vielfältigen betrieblichen Leistungen, die mit der Corona-Pandemie ausgebaut wurden. Auch die Möglichkeit der Inanspruchnahme von Homeoffice wurde erweitert. Das zur Verfügung gestellte Equipment wie Laptops und Handys darf auch privat genutzt werden. Weitere Vorteile sind ein Fahrtkostenzuschuss und ein Parkplatz, ein Essenszuschuss sowie Kaffee, Obst und Getränke zur freien Entnahme im Büro. Nach dreijähriger Betriebszugehörigkeit wird eine betriebliche Zusatzpension eingerichtet; außerdem gibt es eine vergünstigte private Krankenversicherung.

Erholung vom Arbeitsalltag ist wichtig – deshalb stellt McDonald's Österreich seinen Mitarbeiter:innen zwei firmeneigene Ferienappartements in Velden vergünstigt zur Verfügung. Darüber hinaus gibt es mit 2022 einen Sonderurlaubstag zum Geburtstag. Zudem ist ein zweiwöchiger Bildungsurlaub nach fünf Jahren Betriebszugehörigkeit möglich.

Für die Mitarbeiter:innen in den Restaurants gibt es eine eigene Benefit-Plattform. Weitere Vorteile werden auch individuell je nach den Organisationen der Franchisenehmer:innen angeboten wie beispielsweise Dienstwägen, Laptops, Diensthandys oder Ermäßigungen im Handel.



- **Branchenleader** und Role Model für **Diversity, Equity & Inclusion**. Dazu sind neue Projekte und lokale Best Practice-Beispiele geplant; Franchisenehmer:innen unterstützen mit ihrem Engagement und eigenen Projekten.
- **100 % mehr Lehrlinge** als Investition in die Zukunft; nach der qualitativen Steigerung der Lehrlingsausbildung folgte mit Start Herbst 2021 die quantitative Ausweitung.

Unsere Gemeinschaft

„Gemeinsam mit unseren Franchisenehmer:innen unterstützen wir die Ronald McDonald Kinderhilfe und setzen Initiativen zu Bildung, Sport und Bewegung.“



AUSGEWOGENE ERNÄHRUNG

Als führender Systemgastronom hat McDonald's einerseits Einfluss darauf, wie sich die Menschen täglich ernähren. Andererseits reagiert das Unternehmen auf Ernährungstrends und Anforderungen seitens der Gäste. Generell ist zu bemerken, dass der Trend hin zu bewusster, ausgewogener und weniger industriell verarbeiteter Ernährung geht. Der Anteil jener Menschen steigt, die immer häufiger bewusst auf Fleisch verzichten – sei es aus gesundheitlichen oder aus klimarelevanten Beweggründen. Immer beliebter werden vegetarische und vegane Produkte. In der Ernährung spielen ökologische Aspekte und eine faire Produktion entlang der gesamten Lieferkette eine immer größere Rolle, Regionalität rückt zunehmend in den Fokus.

Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen stimmt McDonald's Österreich laufend sein Angebot ab. Alle Gäste sollen sich von der Zusammenstellung der Produkte angesprochen fühlen und frei wählen können – egal welche Vorlieben und Ansprüche sie bei ihrer Ernährung haben. Neben den Klassikern wie Cheeseburger und Pommes Frites gibt es daher auch Salate, Wraps und vegetarische Alternativen. Bei McDonald's Österreich sind fleischlose Optionen seit vielen Jahren selbstverständlicher Teil des Angebots. 2019 wurde das Veggie-Sortiment von Grund auf erneuert. 2021 ergänzte McDonald's Österreich sein Angebot mit dem „McPlant“, dessen pflanzliches Patty von Beyond Meat® auf Basis von Erbsenprotein ohne künstliche Farbstoffe und Konservierungsmittel hergestellt wird.

Seit 2015 gibt es in allen McDonald's Restaurants in Österreich Burger mit glutenfreien Buns. Wer Kohlenhydrate prinzipiell reduzieren möchte, kann bei der Bestellung Salat als Alternative zum Bun bestellen. Was den Salz-, Fett- und Zuckergehalt betrifft, arbeitet McDonald's Österreich daran, diese Anteile in den Rezepturen der Produkte zu reduzieren.



Geschenke mit Mehrwert im Happy Meal

Als Goodie gibt es im Happy Meal eine kleine Überraschung – entweder Spielzeug oder seit 2012 alternativ ein Buch. In Zusammenarbeit mit dem Österreichischen Buchklub der Jugend wird pädagogisch wertvoller Lesestoff ausgewählt. Damit will McDonald's Österreich die Bildung und Lesekompetenz der jüngsten Gäste fördern sowie für Spaß am Lesen und Lernen sorgen. Pro Jahr werden rund eine Million Bücher ausgegeben.

Beim Spielzeug wird – ganz im Sinne der nachhaltigen Ausrichtung von McDonald's – darauf geachtet, dass möglichst wenig Plastik zum Einsatz kommt. Mittlerweile ist es gelungen, Plastik bei den Spielzeugen stark zu reduzieren und bei deren Verpackung darauf zu verzichten. Vielmehr setzt der Systemgastronom nun auf Spielsachen aus Papier, Karton, Plüsch oder Stoff; die Verpackung wird aus Karton hergestellt. Das bedeutet nicht nur weniger Aufkommen an Plastik bzw. Plastikmüll, sondern auch eine wichtige Sensibilisierung für das Thema bei den Kleinsten.

Inhaltsstoffe, Nährwerte und Allergene aller Produkte sind auf der Website übersichtlich und transparent aufgelistet. Zusätzlich gibt es einen Nährwertrechner, der den Gästen einen schnellen Überblick ihrer Produktzusammenstellung bezüglich Kilokalorien, Fett, Kohlenhydraten und Eiweiß gibt.

VERANTWORTUNG ALS FAMILIENRESTAURANT

Ein großer Teil der Gäste sind Familien mit Kindern, weshalb McDonald's hier eine besondere Verantwortung obliegt.

Im Rahmen seiner globalen Nachhaltigkeitsstrategie hat sich McDonald's im Jahr 2018 neue, weltweit gültige Ziele zur Verbesserung des Happy Meals gesetzt. Die Ziele zu Nährwerten, ausgewogener Menüzusammensetzung, Inhaltsstoffen, transparenten Nährwertangaben und Richtlinien für verantwortungsvolles Marketing gegenüber Kindern sollen bis 2022 weltweit umgesetzt werden und werden regelmäßig überprüft. In Österreich wurden diese Ziele bereits 2021 erreicht und natürlich wird weiterhin an der kontinuierlichen Verbesserung des Happy Meals gearbeitet. Beispielsweise soll in Zukunft das vegetarische Angebot erweitert werden.

Das 5-Punkte-Programm zum Happy Meal:

- Ausgewogen: bestimmte Nährwertangaben für 55 % der Happy Meal-Zutaten
- Vereinfachung der Zutaten: keine künstlichen Farb-, Geschmacks- und Konservierungsstoffe
- Transparenz der Nährwertangaben: Verfügbarkeit über die Website
- Verantwortung bei Marketing und Werbung
- Steigerung der Anteile an gesunden Lebensmitteln und Getränken



Wertvolle Lebensmittel

Lebensmittel sind wertvoll. Umso wichtiger ist es McDonald's Österreich, gegen Verschwendung von Lebensmitteln anzukämpfen, die immerhin für rund zehn Prozent des globalen Treibhausgasausstoßes verantwortlich ist. Gemeinsam mit seinem Logistikdienstleister HAVI Logistics G.m.b.H. spendete der Systemgastronom allein im letzten Quartal 2021 zehn Tonnen an Produkten aus dem McDonald's Sortiment. Insgesamt wurden 2021 rund 33 Tonnen Lebensmittel noch vor Ablauf des Mindesthaltbarkeitsdatums karitativen Einrichtungen zur Verfügung gestellt, darunter der soogut-Sozialmarkt in Stockerau, der Sozialgreissler in Korneuburg, die Wiener Tafel und „Le+O“, die Lebensmittelausgabe der Caritas in Wien.

Um der Verschwendung wertvoller Nahrungsmittel entgegenzuwirken, stimmt sich McDonald's Österreich zudem mit anderen Landesorganisationen ab. Die internationalen Strukturen des Systemgastronomen helfen, Engpässe genauso wie Überschüsse in den einzelnen Ländern abzufedern.



„Nähe hilft: In den vier Ronald McDonald Kinderhilfe Häusern finden Familien von schwerkranken Kindern ein Zuhause auf Zeit in Kliniknähe.“



GEMEINSAM FÖRDERN UND UNTERSTÜTZEN

Gesellschaftliches Engagement ist für McDonald's Österreich ebenso wie für die Franchisenehmer:innen als heimische Unternehmer:innen wichtig. Die Unterstützung der Ronald McDonald Kinderhilfe steht im Fokus, gleichzeitig werden Initiativen zu Bildung, Sport und Bewegung gesetzt. Insbesondere die Franchisenehmer:innen engagieren sich aktiv für Projekte in der jeweiligen Region – speziell mit karitativen Aufgaben in den Gemeinden sowie der Unterstützung von sportlichen Events und Vereinen. Darüber hinaus gibt es Projekte zur Inklusion am Arbeitsplatz, die sich für das respektvolle Miteinander in einer multikulturellen Gesellschaft engagieren (siehe dazu auch Seite 44).

RONALD MCDONALD KINDERHILFE

In 65 Ländern weltweit engagiert sich McDonald's mit Ronald McDonald House Charities für Familien mit kranken Kindern. In Österreich wurde die Ronald McDonald Kinderhilfe 1987 als eigenständiger, gemeinnütziger Verein gegründet. Dieser baut und betreibt seither Ronald McDonald Kinderhilfe Häuser in ganz Österreich. Dort können Eltern und Geschwister in Krankenhausnähe wohnen, wenn ein Kind schwer erkrankt ist und in einer Spezialklinik behandelt werden muss.

Rund 1.200 Familien finden pro Jahr in den vier Ronald McDonald Kinderhilfe Häusern in Wien, Graz und Salzburg ein „Zuhause auf Zeit“ – in unmittelbarer Reichweite der behandelnden Kliniken. Die Nähe zur Familie kann den Heilungsprozess nachweislich um bis zu ein Drittel beschleunigen. Seit dem Start der Initiative konnte in Österreich bereits mehr als 20.000 Familien geholfen werden. Die hohe Auslastung der Ronald McDonald Kinderhilfe Häuser zeigt deutlich, wie wichtig und unverzichtbar dieses Angebot mittlerweile geworden ist.

Die Ronald McDonald Kinderhilfe leistet auch in besonderen Krisensituationen Hilfe – mit dem Ukraine-Krieg kamen

auch geflüchtete Familien mit schwer kranken Kindern nach Österreich. Deshalb stellt die Ronald McDonald Kinderhilfe jede freie Kapazität in den Kinderhilfe Häusern für ukrainische Familien zur Verfügung, deren Kinder dringend auf medizinische Versorgung angewiesen sind.

Die Ronald McDonald Kinderhilfe wird durch McDonald's Österreich und seine Franchisenehmer:innen, die Großzügigkeit der Gäste, Partner:innen und Unternehmen tatkräftig unterstützt. So gibt es beispielsweise jedes Jahr den McDonald's Car Wash Day, bei dem unter dem Motto „Saubere Sache: Gutes tun“ Franchisenehmer:innen, Restaurantmitarbeiter:innen, zahlreiche freiwillige Helfer:innen und prominente Unterstützer:innen österreichweit in über 100 McDrives die Windschutzscheiben der Gäste gegen eine freiwillige Spende waschen. 2020 konnten so 50.000 Euro gesammelt werden, 2021 waren es bereits 80.000 Euro.

Darüber hinaus engagiert sich McDonald's Österreich mit diversen Aktivitäten für die Ronald McDonald Kinderhilfe – unter anderem mit Charity-Veranstaltungen, durch Spendenmöglichkeiten an den Bestellkiosken und im Kassenbereich oder durch den Verkauf von Non-Food-Artikeln. Hinzu kommen regionale, individuelle Spendeninitiativen der Franchisenehmer:innen.



ZIELE

McDonald's gibt rund eine Million Bücher für Kinder pro Jahr aus.

- Diese sollen bis 2025 vermehrt **Lesestoff mit Nachhaltigkeitsthemen** beinhalten.
- Es soll Charity-Literatur **an soziale Einrichtungen** für Kinder zur Verfügung gestellt werden.
- Die **Ronald McDonald Kinderhilfe Häuser** sollen Bücher erhalten.

GRI- Angaben:

103-3, 203-1, 103-2, 413-1

GRI-Inhaltsindex

Der Nachhaltigkeitsbericht von McDonald's Österreich erfüllt laut Selbsteinschätzung die GRI-Standards in der Option Kern. Zudem werden die relevanten branchenspezifischen Standards (Food Processing – FP) berichtet. Die Auswahl der für McDonald's Österreich

wesentlichen GRI-Themen erfolgte auf Basis der Ergebnisse der Wesentlichkeitsanalyse unter der Einbindung externer Stakeholder (siehe Seite 6-7). Wenn nicht anders angegeben, beziehen sich die im GRI-Index angegebenen Seitenzahlen auf den vorliegenden Bericht.

ALLGEMEINE STANDARDANGABEN

Code	Inhalt nach GRI Standards (Kern)	Verweis	Anmerkung
Organisationsprofil			
102-1	Name der Organisation	S. 52	
102-2	Aktivitäten, Marken, Produkte und Dienstleistungen	S. 9f.	
102-3	Ort des Hauptsitzes	S. 9	
102-4	Länder der Geschäftstätigkeit/Betriebsstätten	S. 9	
102-5	Eigentum und Rechtsform	S. 9	
102-6	Bediente Märkte	S. 9	
102-7	Größe der Organisation	S. 9	
102-8	Informationen über Angestellte und andere Mitarbeiter:innen	S. 9, S. 35, S. 37	
102-9	Lieferkette	S.14f.	
102-10	Signifikante Änderungen in der Organisation und ihrer Lieferkette	S. 9	Keine signifikanten Änderungen
102-11	Vorsorgeprinzip oder Vorsichtsmaßnahmen	S. 5, 25	
102-12	Externe Initiativen	S. 11, S. 25f.	
102-13	Mitgliedschaften in Verbänden	S. 11	
Strategie			
102-14	Aussagen der Führungskräfte	S. 3	
Ethik und Integrität			
102-16	Werte, Richtlinien, Standards und Verhaltensnormen	S. 10f.	
Führung			
102-18	Führungsstruktur	S. 9	https://www.mcdonalds.at/unternehmensfuehrung

Code	Inhalt nach GRI Standards (Kern)	Verweis	Anmerkung
Einbeziehung von Stakeholdern			
102-40	Liste der Stakeholder-Gruppen	S. 6	
102-41	Tarifverhandlungen	S. 36	
102-42	Identifikation und Auswahl von Stakeholdern	S. 6	
102-43	Ansatz für die Stakeholder-Einbeziehung	S. 6	
102-44	Schlüsselthemen und Anliegen	S. 7	
Berichtsprofil/Vorgehensweise bei der Berichterstattung			
102-45	Darstellung der Berichtsgrenzen	S. 5f.	
102-46	Bestimmung von Berichtsinhalt und Themenabgrenzung	S. 5f.	
102-47	Liste der wesentlichen Themen	S. 7	
102-48	Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten	S.26f.	
102-49	Änderung bei der Berichterstattung		Keine Änderungen
102-50	Berichtszeitraum	S. 6	
102-51	Veröffentlichung des letzten Berichts	S. 6	
102-52	Berichtszyklus	S. 5f.	
102-53	Kontaktangaben bei Fragen zum Bericht	S. 52	
102-54	Angabe der GRI Standards Option	S. 6	
102-55	GRI-Inhaltsindex	S. 49ff.	
102-56	Externe Prüfung		Keine externe Prüfung
Managementansatz			
103-1	Erklärung der wesentlichen Themen und ihre Abgrenzung	S. 6f.	

Code	Inhalt nach GRI Standards (Kern)	Verweis	Anmerkung
103-2	Der Managementansatz und seine Komponenten	S. 7, S. 14, S. 25, S. 35, S. 48	
103-3	Prüfung des Managementansatzes	S. 23, S. 33, S. 44, S. 48	

THEMENSPEZIFISCHE STANDARDS

Ökonomie

Thema		Aspekte	Verweis	Anmerkung
Wirtschaftliche Leistung	201-2	Finanzielle Folgen, Risiken und Chancen des Klimawandels für die Aktivitäten der Organisation	S. 25f.	Beschreibung der strategischen Herangehensweise
	203-1	Infrastrukturinvestitionen und geförderte Dienstleistungen	S. 48	
Indirekte ökonomische Auswirkungen	203-2	Erhebliche indirekte ökonomische Auswirkungen	S. 12	Detaillierte Daten zur Wertschöpfungsstudie werden im Herbst 2022 veröffentlicht und im NHB ergänzt
	204-1	Anteil der Ausgaben für lokale Lieferantinnen und Lieferanten	S. 23	Herkunft und Mengen der Produkte
Beschaffungspraktiken	FP1	Anteil des Einkaufsvolumens von Lieferantinnen und Lieferanten, die die Beschaffungskriterien des Unternehmens erfüllen	S. 12, S. 14	Alle Lieferantinnen und Lieferanten erfüllen den „Code of Conduct for Suppliers“
	FP2	Anteil des Einkaufsvolumens, das international anerkannten, nachhaltigen Produktionsstandards entspricht	S. 14	Geregelt durch eine nachhaltige Beschaffungsstrategie (international gültig)

Thema		Aspekte	Verweis	Anmerkung
Korruptionsbe- kämpfung	205-1	Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden	S. 11	In den „Standards of Business Conduct“ geregelt
	205-2	Informationen und Schulungen zur Korruptionsbekämpfung	S. 11	
	205-3	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen		Keine Vorfälle im Berichtszeitraum

Ökologie

Thema		Aspekte	Verweis	Anmerkung
Materialien	301-1	Eingesetzte Materialien nach Gewicht oder Volumen	S. 23	Betrifft Lebensmittel
	301-2	Eingesetzte rezyklierte Ausgangsstoffe	S. 30-31	
	301-3	Wiederverwertete Produkte und ihre Verpackungsmaterialien	S. 30-31	
Energie	302-1	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	S. 26	
	302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	S. 23, S. 26ff.	
Emissionen	305-1	Direkte Treibhausgasemissionen (Scope 1)	S. 27	
	305-2	Indirekte energiebedingte Treibhausgasemissionen (Scope 2)	S. 27	
	305-5	Reduktion der Treibhausgasemissionen	S. 24ff., S 27ff.	
Abwasser und Abfall	306-2	Abfall nach Art und Entsorgungsverfahren	S. 32	

Thema	Aspekte	Verweis	Anmerkung
Umweltbewertung der Lieferantinnen und Lieferanten	308-1 Anteil neuer Lieferantinnen und Lieferanten, die nach Umweltkriterien geprüft wurden	S. 12, S. 14	Alle Lieferantinnen und Lieferanten erfüllen den „Code of Conduct for Suppliers“
	308-2 Negative Umweltauswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	S. 30	Beschreibung nachhaltiger Maßnahmen

Soziales

Thema	Aspekte	Verweis	Anmerkung
Beschäftigung	401-2 Betriebliche Leistungen für Vollzeitbeschäftigte	S. 44	
Aus- und Weiterbildung	404-1 Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung	S. 38ff.	Qualitative Beschreibung
	404-2 Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und Übergangshilfe	S. 38ff.	
	404-3 Prozentsatz der Angestellten, deren Leistung und Karriereentwicklung beurteilt wurde		Betrifft alle Mitarbeiter:innen
Vielfalt und Chancengleichheit	405-1 Vielfalt in Leitungsorganen und bei den Angestellten	S. 36f.	
	405-2 Verhältnis von Grundgehalt und Vergütung zwischen Frauen und Männern	S. 36	Gleicher Grundgehalt für Männer und Frauen
Gleichbehandlung	406-1 Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	S. 35	Keine Vorfälle im Berichtszeitraum, Beschreibung von Maßnahmen und Richtlinien

Thema	Aspekte	Verweis	Anmerkung
Prüfung auf Einhaltung der Menschenrechte	412-1 Geschäftsstandorte, an denen die Einhaltung der Menschenrechte überprüft wurde	S. 12	Durch „Standards of Business Conduct“ sowie „Code of Conduct for Suppliers“ geregelt
	412-3 Erhebliche Investitionsvereinbarungen und Investitionsverträge, die Menschenrechtsklauseln enthalten oder auf Menschenrechtsaspekte überprüft wurden	S. 12	Durch „Standards of Business Conduct“ sowie „Code of Conduct for Suppliers“ geregelt
Lokale Gemeinschaften	413-1 Geschäftsstandorte mit Einbindung der lokalen Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme	S. 10, S. 48	
Soziale Bewertung der Lieferantinnen und Lieferanten	414-1 Anteil neuer Lieferantinnen und Lieferanten, die anhand von sozialen Kriterien überprüft wurden	S. 12, S. 14	Alle; durch „Code of Conduct for Suppliers“ geregelt
	414-2 Negative soziale Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen	S. 14-15	
Politische Einflussnahme	415-1 Parteispenden		Keine Spenden an Politiker:innen und Parteien im Berichtszeitraum

Thema		Aspekte	Verweis	Anmerkung
Gesundheit und Sicherheit der Kundinnen und Kunden	416-1	Bewertung der Auswirkungen von Produkten auf Gesundheit und Sicherheit	S. 14f.	Beschreibung der Qualitätssicherung
	FP5	Produktionsvolumen von Betriebsstätten, die nach anerkannten Standards zur Lebensmittelsicherheit zertifiziert sind	S. 14	Beschreibung der Qualitätssicherung
	FP6	Anteil am Verkaufsvolumen von Produkten mit gemindertem Anteil an gesättigten Fetten, Transfetten, Natrium und zugesetztem Zucker	S. 46	Qualitative Beschreibung
	FP7	Anteil am Verkaufsvolumen von Produkten mit erhöhtem Anteil nährhafter Inhaltsstoffe wie Ballaststoffe, Vitamine, Mineralien etc.	S. 47	Qualitative Beschreibung
Gesunde und leistbare Lebensmittel	(vormals FP4)	Programme und Maßnahmen für einen gesunden Lebensstil, Vermeidung von chronischen Krankheiten, Zugang zu gesunden und leistbaren Lebensmitteln und erhöhte Lebensqualität für Gemeinschaften	S. 46f.	
Marketing und Kennzeichnung	417-1	Anforderungen an Produkt- und Serviceinformation und Kennzeichnung	S. 11	
Tierwohl	FP9	Prozentsatz und Anzahl gezüchteter und/oder weiterverarbeiteter Tiere, aufgeschlüsselt nach Gattung und Zucht-Typ	S. 19ff.	Beschreibung tiergerechter Haltungssysteme
	FP12	Richtlinien und Methoden hinsichtlich Antibiotika, Entzündungshemmer, Hormone und/oder wachstumsfördernder Verfahren, aufgeschlüsselt nach Gattung und Zucht-Typ	S. 19ff.	Beschreibung tiergerechter Haltungssysteme

Impressum

Herausgeber und für den Inhalt verantwortlich:

McDonald's Franchise GmbH
Wilhelm Baldia
Unternehmenssprecher, Leiter Unternehmenskommunikation
Tel.: +43 2236 3070 6439
E-Mail: wilhelm.baldia@at.mcd.com
Campus 21, Liebermannstraße A01601
2345 Brunn am Gebirge, Österreich

Koordination und redaktionelle Begleitung

currycom communications GmbH
brainbows informationsmanagement GmbH

Design und Layout

cremefresh.at, Andrés González

Lektorat

Mediendesign Hanten & Hauptfeld

Fotonachweise

AHB Backwaren (S. 16)
Alex Zoltai (S. 22)
Andrés González (S. 9)
Berglandmilch eGen (S. 16, 22)
Bonnevit Feinbäckerei GmbH (S. 16)
Christian Husar (S. 3, 4, 6, 7, 20, 26, 28, 33)
currycom communications GmbH (S. 7)
Eisberg Österreich GmbH (S. 17)
Eva Kolenko (S. 46)
Haubis GmbH (S. 18)
HAVI Logistics GmbH (S. 17, 25, 47)
Karo Pernegger (S. 7, 10, 13, 14, 15, 21, 23, 48)
Kurt Prinz (S. 5, 7, 10, 15, 19, 31, 37, 38, 39, 42, 45)
LWM Austria GmbH (S. 17, 25)
Machland Obst- und Gemüsedelikatessen GmbH (S. 18)
McDonald's Österreich / Virtue Austria (S. 2, 11, 12, 27, 29, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 48)
OSI International Holding GmbH (S. 17)
Ospelt food AG (S. 18)
Ralph Gassner (S. 1, 24, 27)
Resch&Frisch Holding GmbH (S. 18)
Richard Tanzer (S. 10)
Sebastian Binderberger und Fabian Schwabegger, Backwater Studios (S. 8)

Redaktionsschluss

01.09.2022

Wichtige Links auf einen Blick

Nachhaltigkeit McDonald's Österreich
www.mcdonalds.at/care

Unternehmensführung McDonald's Österreich
[Unternehmensführung - McDonald's \(mcdonalds.at\)](http://Unternehmensführung - McDonald's (mcdonalds.at))

Scale for Good, Nachhaltigkeitsstrategie McDonald's Corporation
[Impact Strategy & ESG Reporting \(mcdonalds.com\)](http://Impact Strategy & ESG Reporting (mcdonalds.com))

Geschäftsbericht McDonald's Corporation
[Financial Information \(mcdonalds.com\)](http://Financial Information (mcdonalds.com))

Zutaten in den jeweiligen Produkten
www.mcdonalds.at/produkte/zutaten-und-allergene

Kalorienrechner
www.mcdonalds.at/eat

Ronald McDonald Kinderhilfe
www.kinderhilfe.at

GRI-Angaben:

102-1, 102-53