

McDonald's Impuls



Liebe Abgeordnete des Deutschen Bundestages,

im Namen von McDonald's Deutschland gratuliere ich Ihnen zum Einzug oder Wiedereinzug in den neu gewählten Deutschen Bundestag. Ich wünsche Ihnen ein sicheres Gespür für Entscheidungen, die uns alle wieder nach vorne bringen – wirtschaftlich, gesellschaftlich und sozial.

Kaum ein Bundestag der vergangenen Jahrzehnte hat vor so großen Aufgaben gestanden wie der jetzt amtierende. Es geht um nichts Geringeres als darum, die deutsche Wirtschaft wieder in Schwung zu bringen.

Es sind große Aufgaben. Wir müssen alle mit anpacken. Zurücklehnen und abwarten kann sich kein Unternehmen und keine Institution erlauben. Und abwarten war auch noch nie die Strategie von McDonald's Deutschland. Wir sind es gewohnt, hart zu arbeiten und zu verändern, wo es Sinn macht und notwendig ist.

„Zurücklehnen und abwarten kann sich kein Unternehmen erlauben.“

Wir verstehen uns als Unternehmer im besten Sinne des Wortes. Deshalb fordern wir nicht nur, sondern wir bieten auch etwas an. Ihnen möchte ich unsere Unterstützung anbieten, als Marktführer der Gastronomie mit rund 1.400 Restaurants und 1,8 Millionen Gästen täglich in Deutschland. Nutzen Sie unsere Erfahrungen als Marktführer der Gastronomie-Branche, als glaubwürdige Marke, als Arbeitgeber von rund 67.000 Mitarbeitenden aus über 160 Nationen, als wichtiger Partner der deutschen Landwirtschaft und Multiplikator gegenüber unseren Gästen.

Der Dialog mit Ihnen und mit der Politik insgesamt ist uns nicht nur wichtig. Er ist essenziell, denn nur wenn Politik und Wirtschaft im kontinuierlichen Austausch stehen, können wir Deutschland wieder nach vorne bringen.

Ihnen allen wünsche ich für Ihre parlamentarische Arbeit eine glückliche Hand. Sie können auf unsere Unterstützung zählen.

Mit herzlichen Grüßen

Mario Federico

Vorstandsvorsitzender McDonald's Deutschland LLC

Inhalt

Seite 2

Das erwarten unsere Lieferpartner von der Politik

Vertreter unserer rund 20 Lieferpartner formulieren ihre Wünsche an die neue Regierung.

Seite 3

Burger Dialog: Politik und Gen Z im Gespräch

Das neue Talk-Format von McDonald's gibt der Demokratie eine Bühne.



Seite 4

Bürokratiebelastung auf Rekordniveau

Markus Suchert, Hauptgeschäftsführer des Bundesverbands der Systemgastronomie, warnt vor weiteren Benachteiligungen für die Branche.



Seite 5

Landwirtschaft gemeinsam gestalten

So treibt McDonald's die Weiterentwicklung der deutschen Landwirtschaft mit Partnern voran.

Seite 5

Rahmen schaffen für Fortschritt vom Hof

Lea Fließ, Geschäftsführerin Forum Moderne Landwirtschaft, hofft auf praxisnahe Politik.



Seite 6

Partnerschaft mit McDonald's: Darum ist sie so wertvoll

Sabine Uehlein, Geschäftsführerin Programme der Stiftung Lesen, erklärt, wie wichtig die Bücher im Happy Meal® für die Lesefähigkeit in Deutschland sind.





Das erwarten unsere Lieferpartner von der Politik

Deutschland steht vor großen Herausforderungen. Und die lassen sich nur gemeinsam schultern. Zusammen mit einem großen Netzwerk zeigt McDonald's Deutschland schon heute, wie Transformation im Konsens gelingt.

Mit den rund 120 Lieferpartnern, darunter viele große deutsche Unternehmen aus den Bereichen Food, Agrar,

Verpackung und Recycling, Energie, Logistik und Kreativwirtschaft, findet McDonald's Deutschland Lösungen für die Herausforderungen der Zukunft. Was dafür nötig ist? Eine Politik der machbaren Schritte, die enorme Effekte erzielen kann. Vor allem aber braucht es Planungssicherheit. Darum schließt McDonald's Deutschland mit seinen Lieferpartnern langfristige Verträge ab, die Investitionen absichern.

Mehr Wertschätzung für unsere Wertschöpfung



Dr. Christian Hörger
Geschäftsführer
Quality Bakers GmbH

Als Großbäckerei mit Verantwortung für regionale Versorgung, zahlreiche Arbeitsplätze und handwerkliche Qualität haben wir klare Anforderungen.

1. Mehr Wertschätzung für unsere Wertschöpfung

Ohne Unternehmen wie unseres gibt es keine regionale Versorgung, keine Ausbildungsplätze und keine Zukunft für handwerkliche Qualität.

2. Flexibilisierung der Arbeit

Für eine bedarfsgerechte Arbeitsorganisation brauchen wir mehr Flexibilität bei der Gestaltung von Arbeitszeiten sowie eine Weiterentwicklung des Mitbestimmungsrechts.

3. Energieversorgung

Backen ist energieintensiv. Wir brauchen eine verlässliche Energieversorgung und planbare, wettbewerbsfähige Energiekosten. Nur so können wir die Zunft der Bäcker und die Kunst des Backens in die Zukunft führen.

Innovation braucht verlässliche Bedingungen



Michael Durach
Geschäftsführer Develey
Senf & Feinkost GmbH

Für ein investitionsfreundliches Deutschland braucht es verlässliche Rahmenbedingungen.

„Bürokratie, kurzfristige Vorgaben und fehlende Planungssicherheit behindern Investitionen.“

Als Mittelstand stehen wir für Innovation, regionale Stärke und langfristige Verantwortung. Bürokratie, kurzfristige Vorgaben und fehlende Planungssicherheit behindern Investitionen.

Damit wir auch künftig erfolgreich wirtschaften können, plädieren wir für praxistaugliche Gesetze, stabile und kontinuierliche Prozesse und eine leistungsgerechte Förderung.

Landwirtschaft muss wieder attraktiver werden!



Margit Kurz-Rothmaier
Geschäftsführung ovofit
Eiprodukte GmbH

Wir erwarten, dass sich die Politik konsequenter hinter unsere Lieferanten, die deutschen Landwirte, stellt und sich für ein positives Image und mehr Anerkennung einsetzt. Vernünftige Rahmenbedingungen sind von größter Wichtigkeit, damit auch die nächste Generation Landwirte bereit ist, die Betriebe fortzuführen und natürliche Lebensmittel in Deutschland zu produzieren.

Die Landwirtschaft muss wieder attraktiver werden! Unsere Landwirte sind nicht nur wichtige Lieferanten für unsere Lebensmittel, sie sind auch Pfleger und Erhalter unserer Kulturlandschaft.

Wir bei ovofit sind stolz, dass wir 100 Prozent des Bedarfes an Frühstückseiern von McDonald's Deutschland mit Freilandeiern aus Deutschland abdecken können. Wir wollen, dass das auch in Zukunft so bleibt.

Burger Dialog bringt Gen Z und Politik zusammen



Talkgäste (v. l.): Marco @marcoart, Max Rogall @321maxx, Helena @helenaclear, Moderatorin Nele Würzbach, Jamila Schäfer, Elvan Korkmaz-Emre und Philipp Amthor.



Stephanie Wolf
Department Head
Public Affairs McDonald's
Deutschland

Selten war unsere Gesellschaft so gespalten wie heute. Jeder bleibt in seiner Bubble, jeder bleibt bei seiner Meinung. Aber bei McDonald's kommen alle zusammen. Wir bewirten täglich rund 1,8 Millionen Menschen mit den unterschiedlichsten Hintergründen. Als „demokratischstes Restaurant“ lag es deshalb für uns nahe, dem Meinungsaustausch eine Bühne zu geben. Denn Demokratie lebt von der Diskussion. Kurz vor der Bundestagswahl startete dann auch unser neues Talk-Format Burger Dialog mit prominenten Gästen aus Politik und Gen Z.

Im McDonald's Restaurant in der Mall of Berlin stellten sich die Bundestagsabgeordneten Elvan Korkmaz-Emre (SPD), Jamila Schäfer (Bündnis 90/Die Grünen) und Philipp Amthor (CDU) den Fragen der Content Creators @helenaclear, @321maxx und @marcoart, die diese vorab in ihrer Community eingesammelt hatten. Das Thema, passend zur Bundestagswahl: Zukunft und Zusammenhalt. Die Fragen reichten von Politik als Schulfach bis zur Prävention psychischer Erkrankungen bei Jugendlichen.

„Es waren nicht diese typischen Talkshow-Fragen, sondern Themen, die junge Menschen wirklich beschäftigen“, urteilte Jamila Schäfer, die wie Elvan Korkmaz-Emre und Philipp Amthor den Burger Dialog als Impulsgeber für politische Teilhabe verstehen. Viel Lob gab es auch von den jungen Teilnehmenden. Übereinstimmend erklärten sie: „Wir fühlten uns erstmals wirklich gehört.“

Weitere Burger Dialoge werden folgen.



Philipp Amthor
MdB CDU
„Ein offener Austausch zwischen der Politik und der jüngeren Generationen ist wichtig. Der Burger Dialog hat dazu beigetragen.“



Helena Clear
Influencerin
„Ich musste mich erst überwinden, bei den Politiker:innen nachzuhaken. Ich habe es getan, weil ich Antworten wollte. Ich fand, dass sie auf uns alle eingegangen sind.“



Medienstimmen

Der Auftakt des „Burger Dialogs“ [...] hat gezeigt, wie wichtig der direkte Austausch zwischen jungen Menschen und politischen Entscheidungsträger:innen ist.

Handelsblatt

Das Event hebt sich dabei bewusst durch seine offene, interaktive und moderne Gestaltung von klassischen Talk-Formaten ab.

WirtschaftsWoche

Täglich besuchen [...] Menschen aus unterschiedlichsten Lebenswelten [McDonald's]. Diese Vielfalt möchte das Unternehmen [...] nun auch für seine neue Event-Reihe nutzen, um „auf Augenhöhe“ ins Gespräch zu kommen.

foodservice

Kommt der Wähler nicht zu dir, dann musst du zum Wähler.

ntv



Jamila Schäfer
MdB Bündnis 90/Die Grünen
„Die Debatte beim Burger Dialog war für viele junge Menschen wahrscheinlich zugänglicher als einige andere Formate, die man sonst erlebt.“

Gastbeitrag

Bürokratiebelastung in der Systemgastronomie auf Rekordniveau



Markus Suchert

Hauptgeschäftsführer
des Bundesverbands der
Systemgastronomie e. V. (BdS)

Die Systemgastronomie in Deutschland leidet unter einer stetig wachsenden Bürokratielast. Komplexe Vorschriften verursachen erheblichen Verwaltungsaufwand und hohe Kosten. Obwohl der Bürokratieabbau von der Politik seit Jahren versprochen wird, ist bislang wenig geschehen. Ein dichtes Netz aus Regulierungen, Normen und Verfahrensaufgaben bremst die Branche und gefährdet den Standort Deutschland. Es besteht dringender Handlungsbedarf. Trotz Maßnahmen wie der „One in, one out“-Regel hat sich die Regelungsdichte weiter verschärft. 2014 gab es 1.671 Gesetze mit 44.216 Einzelnormen, Anfang 2024 bereits 1.792 Gesetze mit 52.155 Einzelnormen, ergänzt durch 44.272 Einzelnormen aus Rechtsverordnungen. Laut einer Studie von Sira Consulting im Auftrag der DIHK wenden Unternehmen im Gastgewerbe bis zu sechs Prozent ihres Umsatzes für Bürokratie auf – Tendenz steigend.

Aktuelle Vorschriften wie das Einwegkunststofffondsgesetz oder die EU-Verpackungsverordnung (PPWR) verschärfen die Situation. Auch kommunale Verpackungssteuern stellen Unternehmen vor große Herausforderungen: Sie müssen die eigene Betroffenheit prüfen, ihre Kassensysteme umrüsten, Daten erheben, speichern und melden. Zudem entsteht ein Flickenteppich verschiedener Vorgaben, da die Kommunen auf unterschiedliche Modelle von Verpackungssteuern setzen. Dies betrifft etwa die Auswahl der betroffenen Produkte,



die Höhe der Steuern oder auch die behördliche Zuständigkeit. Damit erhöht sich der bürokratische Aufwand massiv, insbesondere für bundesweit tätige Unternehmen.

„Nicht alle Branchen profitieren gleichermaßen von Entlastungen.“

Auch die zuständige Verwaltungsbehörde steht vor einer erheblichen Mehrbelastung. Sie muss nicht nur die Umsetzung der kommunalen Verpackungssteuer organisieren, sondern auch deren Einhaltung durch die Unternehmen sicherstellen. Dies bedeutet zusätzlichen Aufwand für Kontrolle und Vollzug.

Zudem profitieren nicht alle Branchen gleichermaßen von Entlastungen. In der Systemgastronomie gilt etwa beim Nachweis von Arbeitsbedingungen weiterhin die Schriftform, während in anderen Branchen die Textform genügt, z. B. durch E-Mail. Diese Ungleichbehandlung ist nicht nachvollziehbar. Gerade die beschäftigungsstarke Branche der Systemgastronomie ist durch zahlreiche Nachweis- und Dokumentationspflichten belastet, insbesondere aus dem Arbeitszeit- und Mindestlohngesetz. Eine Ungleichbehandlung der Branchen lässt sich nicht rechtfertigen. Alle arbeitsrechtlichen Schriftformerfordernisse sind für alle Branchen auf das Notwendigste zu reduzieren. Der Gesetzgeber sollte eine umfassende Nutzung der Textform zur Erfüllung der Nachweispflicht ermöglichen.

Über den Bundesverband der Systemgastronomie e. V.

Der BdS ist die zentrale Interessenvertretung der markenorientierten Gastronomie in Deutschland. Er spricht für rund 830 Mitgliedsunternehmen, darunter McDonald's, Burger King, Nordsee und Vapiano. Sein Wort hat Gewicht, weil er als Stimme einer der beschäftigungsstärksten Branchen im Dienstleistungssektor gilt, maßgeblich tarifpolitisch mitgestaltet und die Aus- und Weiterbildung in der Gastronomie fördert. Die Mitglieder des BdS beschäftigen zusammen mehr als 120.000 Menschen.

Mehr Infos finden Sie hier: ▶



Landwirtschaft gemeinsam gestalten



Diana Wicht
Supply Chain Lead
McDonald's Deutschland

McDonald's treibt die Weiterentwicklung der deutschen Landwirtschaft mit eigenen Programmen und Kooperationen voran. Immer im engen Austausch mit der Branche.

Im Koalitionsvertrag betont die neue Regierung, sie wolle Landwirtschaft „praxistauglich gestalten“. Zwei Worte, die optimistisch stimmen. Wir wissen aus eigener Erfahrung: Praxistauglichkeit ist gerade für Landwirtinnen und Landwirte existentiell.

McDonald's zählt zu den größten Abnehmern landwirtschaftlicher Erzeugnisse aus Deutschland. Mehr als 60 Prozent unserer Rohwaren beziehen wir aus der Heimat. Bei Rind- und Schweinefleisch sowie Milch, Eiern und Gurken liegt der Anteil sogar bei 100 Prozent. Dabei spielen für uns nicht nur Top-Qualität und Verfügbarkeit eine Rolle. Wir betrachten heimisches Sourcing auch als wichtige Investition in den Standort Deutschland.

Auch deshalb sehen wir eine mögliche Ausweitung des Tierhaltungskennzeichnungsgesetzes auf die Gastronomie kritisch. Das Gesetz würde nicht nur die heimische Fleischproduktion benachteiligen, da es ausschließlich deutsches Fleisch betrifft, sondern auch zusätzliche Bürokratie verursachen. Bereits jetzt ist die bürokratische Belastung im Gastgewerbe hoch. Der erhebliche



bürokratische Aufwand steht in keinem Verhältnis zum fraglichen Nutzen der Kennzeichnung – belastbare Daten zum Interesse der Gäste an Haltungsformen fehlen. Für die meisten zählen Geschmack und Preis. Als Partner der deutschen Landwirtschaft tragen wir dazu bei, die heimische Erzeugung weiterzuentwickeln – immer im Dialog mit Praktikern und gerne mit Politik.

McDonald's hat eigene Programme aufgelegt und kooperiert mit vielen Initiativen. Hier nur einige Beispiele:

• **Farmers for McDonald's:**

Damit fördert McDonald's den engen Austausch engagierter Lieferpartner und Landwirte. Wir diskutieren Innovationen für Feld und Stall und setzen Pilotprojekte um – von Kameras für mehr Tierwohl im Hähnchenstall bis zum klimaschonenden Dünger.

• **BEST Beef Programm:**

Das Bonusprogramm zur Förderung von Tierwohl, Tiergesundheit und

Klimaschutz belohnt gute landwirtschaftliche Praktiken in der Milchkühhaltung. McDonald's hat das Programm initiiert und entwickelt es stetig weiter, zusammen mit Partnern aus Landwirtschaft, Fleischwirtschaft und Wissenschaft.

• **Initiative Tierwohl (ITW):**

McDonald's kooperiert mit der ITW. So haben wir 2024 u. a. das Schweinefleisch in unserem Angebot auf 100 Prozent ITW-zertifizierte Ware umgestellt, ebenso den Anteil unseres Hähnchenfleisches, der aus Deutschland stammt. Seit Juni beziehen wir die Milch für unsere Kaffeespezialitäten sowie unsere Shake- und Eisbasis aus der Haltungsstufe 3.

• **Dialog mit Verbrauchern:**

Als Mitglied des Forums Moderne Landwirtschaft setzen wir auf den Austausch mit Verbrauchern. Bestes Beispiel ist unser Burger Dialog zum Thema „Zukunft & Landwirtschaft“.

Gastbeitrag



Lea Fließ
Geschäftsführerin,
Forum Moderne
Landwirtschaft
Foto: Forum Moderne
Landwirtschaft

Rahmen schaffen für Fortschritt vom Hof

Der neue Koalitionsvertrag setzt wichtige Impulse – jetzt braucht es Umsetzung. Moderne Landwirtschaft kann Teil der Lösung sein: für Klimaschutz, Ernährungssicherheit und vitale ländliche Räume. Doch damit sie dieses Potenzial entfalten kann, braucht es passende politische Rahmenbedingungen. Weniger Bürokratie, mehr Innovationskraft, die Gleichstellung von Bio und Konventionell – all das

gelingt nur im engen Dialog mit der landwirtschaftlichen Praxis. Als Forum Moderne Landwirtschaft bringen wir die Perspektive vom Hof und aus der gesamten landwirtschaftlichen Wertschöpfungskette in Politik, Medien und Gesellschaft ein. Unser Appell an die neue Bundesregierung: Handeln Sie jetzt – mit Mut zur Vereinfachung, mit Planungssicherheit und mit praxisnaher Politik.

Mehr als nur Spielzeug!



Stephanie Blum
Director Marketing
McDonald's Deutschland
LLC

McDonald's denkt Nachhaltigkeit ganzheitlich: ökologisch, ökonomisch und sozial. Ein gutes Beispiel dafür ist das Happy Meal®, das wir kontinuierlich verbessern.

So verzichten wir längst auf Spielzeuge mit Batterien. Wir verpacken die Toys in Papier statt Plastik. Innovative Werkstoffe wie „green PE“ verdrängen mehr und mehr die herkömmlichen Kunststoffe auf Erdölbasis, aus denen die Spielzeuge bislang gefertigt wurden. Unser Ziel: Bis 2025 sollen alle Toys im Happy Meal® aus nachhaltigen Materialien bestehen.

Woran sich nichts ändert: Wir werden weiterhin darauf achten, dass ein Happy Meal® auch für Familien mit kleinem Einkommen erschwinglich bleibt. Auch sozial kann das Happy Meal® punkten: Als dauerhafte Alternative zu den Spielzeugen bieten wir ein Buch an. McDonald's spendet 10 Cent pro Buch an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung, die sich für Familien schwer kranker Kinder einsetzt.

Zudem machen die Bücher Lust aufs Lesen. 2024 besaßen bereits mehr als 62 Prozent der Kinder in Deutschland ein Buch aus dem Happy Meal®.

Darum ist unsere Partnerschaft mit McDonald's so wertvoll

Gastbeitrag



Sabine Uehlein
Geschäftsführerin
Programme
Stiftung Lesen

Als Stiftung Lesen wissen wir: Jedes Buchgeschenk macht einen Unterschied im Leben eines Kindes und für uns als Gesellschaft.

Familien erhalten durch das Happy Meal® einfachen Zugang zu vielseitigem Lesematerial – und zwar auch die Familien, die sonst selten mit Büchern in Kontakt kommen. Das macht die Partnerschaft mit McDonald's so wertvoll: Denn sind mehr Bücher in Haushalten vorhanden, wird nachweislich mehr vorgelesen – die Grundlage dafür, selbst lesen zu lernen. Und diese Grundlage erhalten vier von zehn Kindern in Deutschland nicht.

Doch eine gute Lesefähigkeit hat Einfluss auf das Selbstbild, die Einbindung in die Gesellschaft oder auch darauf, ob eine Person wählen geht – oder eben nicht.

Stiftung Lesen

Kontakt & Impressum

Sie haben Interesse an einem persönlichen Austausch? Dann melden Sie sich gerne jederzeit bei:



Markus Weiß
Unternehmens-
sprecher
Impact Lead

markus.weiss@de.mcd.com



Stephanie Wolf
Department Head
Public Affairs

stephanie.wolf@de.mcd.com



Sabrina Drescher
Manager
Public Affairs

sabrina.drescher@de.mcd.com

McDonald's Deutschland LLC

Zweigniederlassung München | Drygalski-Allee 51, 81477 München | T: +49 89 78594 413 | F: +49 89 78594 479
E-Mail: verantwortung@mcdonalds.de | Pressekontakt: presse@mcdonalds.de

Die McDonald's Promotions GmbH & Co. KG Werbegesellschaft Deutschland (R001675) und die McDonald's Deutschland LLC, Zweigniederlassung München (R001671), sind registrierte Interessenvertreter gemäß dem Lobbyregistergesetz (LobbyRG).

Alle Mitarbeitenden unterliegen dem LobbyRG-Verhaltenskodex.