

# In globaler und lokaler Verantwortung

Das ‚M‘ in McDonald's steht nicht nur für das ‚M‘ in Big Mac<sup>®</sup>, sondern auch für ‚M‘ wie Mittelstand.

*McDonald's Deutschland setzt gemeinsam mit seinen Franchisenehmern und Partnern seit Jahrzehnten auf hohe Qualität und Gastfreundschaft. Diese Erfolgsgeschichte ist nur möglich aufgrund des verantwortungsvollen Handelns und der nachhaltigen Entscheidungen, die das Unternehmen und seine Franchisenehmer tagtäglich treffen. Die McDonald's Franchisenehmer haben sich unter dem Dach der globalen Marke selbstständig gemacht und übernehmen Verantwortung für die ökonomische, ökologische und auch soziale Entwicklung ihres Geschäfts.*

Rund 85 Prozent aller McDonald's Restaurants in Deutschland werden von selbstständigen Unternehmern geführt, während der Betrieb von ca. 15 Prozent der Restaurants von McDonald's selbst verantwortet wird.

Unter dem Dach der globalen Marke McDonald's führen die Franchisenehmer im Schnitt bis zu fünf Restaurants als selbstständige mittelständische Unternehmer in eigener Verantwortung. Sie nutzen das weltweit bewährte Know-how von McDonald's sowie das attraktive und qualitativ hochwertige Produktsortiment und profitieren von einer ausgefeilten Logistik und nicht zuletzt einer starken Werbegemeinschaft. Durch seine Fachabteilungen und regionalen Servicecenter steht McDonald's den Franchise-Partnern bei allen Anliegen permanent mit kompetenter Beratung zur Seite. Durch fortlaufende Konsultationsprozesse und Teilhabe an Entscheidungsprozessen werden sie in die Ausrichtung des Gesamt-Unternehmens mit einbezogen.

Vor Ort engagieren sich die Franchisenehmer im Gegenzug dazu mit unternehmerischem Herzblut und Kreativität für den Erfolg ihres Restaurants und die Marke McDonald's.

Ihr Engagement macht es möglich, ganz nah an den Bedürfnissen der Gäste zu sein. Es sind die Franchisenehmer, die der Marke McDonald's ein persönliches Gesicht verleihen und sie vor Ort repräsentieren. Durch das Engagement des Franchisenehmers auf kommunaler Ebene profitiert auch das gesellschaftliche und unternehmerische Umfeld eines jeden Restaurants. Zur gesellschaftlichen und unternehmerischen Verantwortung der Franchisenehmer gehört auch der Auftrag, ein guter Arbeitgeber zu sein. In seinen

im Durchschnitt fünf Restaurants übernimmt der Franchisenehmer (bei rund 40-60 Mitarbeitern pro Restaurant) die Verantwortung für rund 250 Mitarbeiter. Unternehmerisches Handeln und Gespür zeigen die McDonald's Franchisenehmer im Bereich der Personalplanung sowie einer flexiblen Preisgestaltung.

McDonald's setzt auf verlässliche und langfristige Beziehungen zu seinen Franchisenehmern. Die Verträge sind mit einer vorgesehenen Laufzeit von 20 Jahren in die Zukunft gerichtet und durch nachvollziehbare Franchise-Gebühren, die auch umsatzbezogen sind, gekennzeichnet. Auch die partnerschaftlichen Beziehungen zu mittelständischen Dienstleistungs- und Zuliefererunternehmen sind von Kontinuität geprägt. Mit einem Einkaufsvolumen von über 770 Millionen Euro und einer Einkaufsquote von rund 75 Prozent aus Deutschland verlässt sich McDonald's hierbei stark auf die mittelständischen Strukturen in seinem Geschäftsumfeld. Die qualitativ hochwertigen Produkte stammen von über 116 Unternehmen aus dem Lebensmittelsektor. Hinzu kommen Verpackungshersteller, Abfallentsorger oder auch das Baugewerbe, wenn ein neues McDonald's Restaurant eröffnet oder ein bestehendes renoviert wird.

Hand in Hand und in globaler und lokaler Verantwortung ermöglichen alle involvierten mittelständischen Unternehmen einen nachhaltigen Erfolg der Weltmarke McDonald's.

Weiterführende Informationen erhalten Sie auch unter  
▶ [www.mcdonalds.de](http://www.mcdonalds.de)





## DIE WELT ÄNDERT SICH IMMER SCHNELLER.

Ebenso die Erwartungen der Konsumenten. Wer nicht mit der Zeit geht läuft Gefahr, seine Marktposition zu schwächen oder gar in der Bedeutungslosigkeit zu versinken. Es gibt – wie in jeder Branche – auch in der Systemgastronomie Vorreiter in Sachen Innovation.

Der Bildvergleich der McDonald's-Restaurants zeigt bereits von außen eine deutliche Entwicklung. Mit dem neuen in 2015 eröffneten McDonald's Restaurant am Flughafen Frankfurt (aktuellstes Design) sollen neue Maßstäbe gesetzt werden.

McDonalds geht als hoch innovatives Unternehmen schon immer mit der Zeit. Die Aussage „Das haben wir immer schon so gemacht“ oder „Das haben wir noch nie so gemacht“ wird man dort wohl nicht hören.

Innovation betrifft bei McDonald's aber nicht nur das Design. Es betrifft auch und vor allem auch die Prozesse, die Technik, die Produkte und den Service. In allen Bereichen wird bei McDonald's in regelmäßigen Abständen etwas geändert, um am Ball der Zeit zu bleiben. Innovation ist also ein aktiver Prozess – und das nicht

in einem Restaurant oder in einem Land, sondern gleich weltweit.

Zur Innovation gehört aber auch ein struktureller Wandel der Organisation. In Kürze wird McDonald's seine neue globale Struktur kommunizieren.

Wichtig aber bleibt vor allem aber auch folgende Erkenntnis:

*Innovation ist nicht etwas, das man einmal macht, sondern ein permanenter Prozess.*

