

McDonald's Österreich
Lokale Nachhaltigkeits-Heroes
Booklet für Local Store PR

Weil nur reden nicht reicht.

August 2019



i'm lovin' it





Liebe Franchisenehmerinnen und Franchisenehmer!

Gemeinsam gehen wir den Weg der Nachhaltigkeit weiter.

„Machen statt reden“ lautet das Motto, nach dem wir unsere gesellschaftliche, ökologische und ökonomische Verantwortung seit vielen Jahren wahrnehmen. So stolz wir auf das bisher Erreichte sind und so selbstverständlich wir in vielen Bereichen eine Vorreiterrolle einnehmen – als Systemgastronomie-Marktführer möchten wir nachhaltige Entwicklungen vorantreiben. Denn Nachhaltigkeit ist bei McDonald's Österreich kein Thema, sondern Selbstverständlichkeit.

Getragen wird dieses Konzept auch von eurem großartigen Einsatz und euren Ideen in den Restaurants. Wir wollen eure herausragenden Leistungen stärker vor den Vorhang holen und für Gäste, PartnerInnen sowie Medien sichtbar machen. Mit dem bewährten Local Store PR Paket steht euch im Rahmen des LSM professioneller Support bei Medienanfragen oder individuellen PR-Aktivitäten zum Thema Nachhaltigkeit zur Verfügung. Hiermit möchten wir euch den Leistungsumfang, den Nutzen und die optimale Vorgehensweise in Zusammenhang mit euren PR-Aktivitäten zum Thema Nachhaltigkeit darstellen. Wir unterstützen euch, lokale Nachhaltigkeits-Heroes zu werden!

Ich bedanke mich für euer Engagement und bitte euch, dieses wichtige Thema auch weiterhin mit uns zu gestalten, voranzutreiben und so einen gemeinsamen Beitrag für zukünftige Generationen zu leisten. Denn reden alleine reicht nicht: Wir machen's – und reden darüber!

Liebe Grüße

Willi

Wilhelm Baldia, Leiter Unternehmenskommunikation

Inhaltsverzeichnis

| | |
|---|----|
| Machhaltigkeit – für alle ein Gewinn | 3 |
| Warum ist lokale Medienarbeit wichtig?..... | 4 |
| Lokale Success Stories: Themen-Checkliste | 6 |
| Das Nachhaltigkeits-Heroes PR Paket..... | 7 |
| Anhang 1: Nachhaltigkeits-Hero Datenblatt..... | 8 |
| Anhang 2: Clipping-& Advertorial-Beispiele..... | 10 |





Machhaltigkeit – für alle ein Gewinn

McDonald's Österreich hat es sich seit vielen Jahren zur Aufgabe gemacht, verantwortungsvoll und nachhaltig zu wirtschaften und dabei eine Vorreiterrolle in Österreich einzunehmen.

Nachhaltigkeit muss eine Selbstverständlichkeit sein und bewahrt nicht nur unsere Welt für zukünftige Generationen, sondern auch unsere Wettbewerbsfähigkeit: Für immer mehr KonsumentInnen ist Nachhaltigkeit ein entscheidendes Kaufkriterium und immer mehr Unternehmen reagieren auf diese veränderte Nachfrage. Auch die europäische und nationale Gesetzgebung treibt angesichts des Klimawandels und des wachsenden Bewusstseins auf breiter gesellschaftlicher Ebene Umweltthemen wie beispielsweise die Einweg-Plastik-Verordnung voran. Dabei darf Nachhaltigkeit aber niemals „Green-Washing“ sein, also reine Imagewerbung ohne tatsächliches Handeln im Hintergrund. Wir nehmen unsere Verantwortung als Chance wahr, unsere Zukunft aktiv mitzugestalten und erfüllen den Wunsch unserer Gäste, MitarbeiterInnen sowie PartnerInnen nach Transparenz und Engagement, das über den Tabletttrand hinausgeht. Mit unserer bereits 2011 festgelegten Nachhaltigkeitsstrategie beweisen wir Mut zu Innovationen und Veränderungen, die sich vielleicht vor zwanzig Jahren noch kaum jemand vorstellen konnte.

Wir reden nicht – wir machen! Mit unserem Konzept der Machhaltigkeit setzen wir uns erste klare Ziele bis 2025, die unter anderem eine Steigerung des Anteils der Lebensmittel aus Österreich von derzeit 70 auf 80 Prozent, eine Verdoppelung der ausgegebenen Kinder- und Jugendbücher im Happy Meal von derzeit einer Million auf zwei Millionen pro Jahr und die Weiterentwicklung der Verpackungslösungen vorsehen: Zukünftig sollen alle Verpackungen aus 100 Prozent recycelten, erneuerbaren oder zertifizierten Materialien stammen.

Doch dies ist bei weitem nicht alles. Für regionale Wertschöpfung und Nachhaltigkeit sorgt nicht zuletzt euer Engagement als lokal verankerte FranchisenehmerInnen von Vorarlberg bis ins Burgenland. **Ihr seid unsere „Machhaltigkeits-Heroes“ und wir wollen eure Erfolgsgeschichten erzählen.** Mit der richtigen Medienarbeit beweisen wir unser lokales McDonald's Engagement und machen eure Errungenschaften sichtbar.





Warum ist lokale Medienarbeit wichtig?

Mit den richtigen Kommunikationsmaßnahmen auf lokaler Ebene pflegen und verstärken wir unsere Beziehung zu unseren Gästen, MitarbeiterInnen und (Medien-)PartnerInnen. Wir nützen Medienarbeit, um das Ansehen unserer Marke zu verbessern, neue Gäste zu erreichen, Wissen zu vermitteln und die Aufmerksamkeit auf unser Nachhaltigkeitsengagement zu lenken. Mit transparentem Handeln und kontinuierlichem Dialog mit Medien wollen wir sicherstellen, dass sich jeder Gast bei seinem McDonald's Restaurantbesuch einfach gut fühlt. Eure Erfolgsgeschichten sind unser Beweis, dass wir nicht nur reden, sondern wirklich machen.

Infobox

Die nationale PR-Strategie

- ✓ Aktives Reputationsmanagement, Markenpflege (Brand Love & Trust), Aufbau von Vertrauen
- ✓ Orientierung durch Vermittlung von Standpunkten, um den politischen, wirtschaftlichen und sozialen Handlungsspielraum unseres Unternehmens in der öffentlichen Meinung zu sichern
- ✓ Bewusstseinschaffung und Informationsarbeit bei den Gästen und ausgewählten Dialoggruppen (PartnerInnen, Politik, Wirtschaft, Medien, etc.)
- ✓ Spürbarmachen des Markenversprechens der Nachhaltigkeit auf allen Ebenen

Local Store PR als Beitrag mit großem Potenzial

- ✓ Lokale Relevanz & Authentizität schaffen höhere Frequenz in Regionalmedien und stärken die Bedeutsamkeit von McDonald's in der Region
- ✓ Local Empowerment durch strategisches Themenspektrum und gezielte Einbindung und Positionierung der FranchisenehmerInnen als Nachhaltigkeits-Heroes
- ✓ Offener Dialog verstärkt Vertrauen, Glaubwürdigkeit und „Good-Will“ in der Öffentlichkeit
- ✓ Aktivitäten & Medienkontakte der FranchisenehmerInnen zahlen wiederum auch auf überregionale Themen ein (langfristige gegenseitige Verstärkung der Reputationsdimensionen)

Erfolgsfaktor Medienrelevanz

Bevor wir mit der lokalen Medianarbeit beginnen, ist es wichtig die Relevanz für Medien abzuklären – wir sprechen hier vom so genannten „**Newswert**“ bzw. „Informationswert“. Vor der Entscheidung zu einer PR-Aktivität müssen wir uns fragen: Ist das Thema für die LeserInnen/ZuseherInnen des Mediums und für die breite Öffentlichkeit interessant? Oder ist





unser Thema zwar beispielsweise toll, aber nicht mehr neu und eignet sich damit besser für ein gekennzeichnetes, bezahltes Advertorial?

Klassische Kriterien für Medienrelevanz sind Zeit („jetzt neu“), Nähe & Größe („erstes/größtes/originellstes Beispiel im Bezirk“), Status („BürgermeisterIn besucht ein Restaurant zur Feier von xyz“, „Prominenter Besuch im McDonald’s Restaurant“), Dynamik („Überraschung für Anrainer“, „Wettbewerb: Jury-Sitzung entscheidet“), Valenz („Auszeichnung für McDonald’s Restaurant“) und Identifikation („Regionale Vorreiterrolle für McDonald’s Restaurant xy“) – und im Idealfall eine Kombination mehrerer Faktoren.

Erfolgsfaktor Bildmaterial

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte: Gerade für regionale Medienarbeit ist gutes, aussagekräftiges und aktuelles Bildmaterial mit regional bekannten Menschen am Foto ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Auch Slideshow-Material oder kurze Videos werden von Medien gerne aufgegriffen. Von der Karrieremeldung (Portraitfoto) bis zur Eröffnung eines neuen Features im Restaurants (Gruppenfoto mit Ehrengästen) erhöhen gute Fotos die Chancen auf die Berichterstattung um ein Vielfaches.





Lokale Success Stories: Themen-Checkliste

Unsere Nachhaltigkeitsstrategie umfasst vier Schwerpunkte: unser Essen, unsere Umwelt, unsere MitarbeiterInnen und die Familien. Zu jedem dieser Themen können wir mit unseren Errungenschaften und Erfolgsgeschichten punkten. Damit die Region von eurem Bemühen erfährt, müssen wir eure Geschichten erzählen. Hier ein kleiner Auszug an Möglichkeiten:

Food

- ✓ Einbindung des regionalen McDonald's Liefernetzwerks: Gemeinsame Portraits oder Veranstaltungen von FN & Zulieferbetrieben (beispielweise M-Rind Bauernhof oder Kartoffelfarm)

Family

- ✓ Vorstellung bestehender oder neuer Sponsoring-Aktivitäten z.B. von lokalen Sportvereinen, die Bewegung von Kindern und Jugendlichen fördern
- ✓ Aktivitäten für die Ronald McDonald Kinderhilfe
- ✓ Ausrichtung oder Unterstützung von Kinder- und Jugendveranstaltungen

Umwelt

- ✓ Vorstellung von Restaurants, die durch besondere oder besonders umfassende Maßnahmen ihr Engagement für den Umweltschutz unter Beweis stellen
- ✓ Technische Innovationen sowie bauliche Maßnahmen, beispielweise Anschaffung einer Photovoltaik-Anlage, Reduktion des Wasserverbrauchs, etc.
- ✓ Eröffnung neuer E-Tankstellen
- ✓ Müllsammelaktionen (Anti-Littering)
- ✓ Sonstige Maßnahmen für Umweltschutz, Energieeffizienz und Reduktion des CO₂-Fußabdrucks

People

- ✓ Karrieremeldungen: Einstieg als / Aufstieg zur Restaurantleiterin / zum Restaurantleiter oder ähnlich hohen Positionen im Franchiseunternehmen, Betriebszugehörigkeitsjubiläen, individuelle Auszeichnungen
- ✓ Inklusionspreise
- ✓ Lehrlingsaktivitäten, spezielle Programme oder andere Aktivitäten
- ✓ Starker regionaler Partner: Stellenausbau, Bsp.: Storeeröffnung
- ✓ Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf & Familie: beispielweise Karenztreffen, Papa-Monat-Info-Veranstaltungen





Das Machhaltigkeits-Heroes PR Paket

Für jede Region wird ein **regionaler Medienverteiler** erstellt. Dieser beinhaltet die Ressorts Wirtschaft, Agrar/Nachhaltigkeit sowie Chronik. Somit stellen wir sicher, dass die Medien lokal relevante Informationen erhalten und diese in Artikeln mit euren Gästen, potentiellen Gästen, PartnerInnen und auch MitarbeiterInnen teilen. Sie sollen von euren Erfolgen und eurem Engagement lesen, hören und darüber sprechen.

Dies schaffen wir durch das richtige PR Paket – zum Beispiel:

- ✓ Statements, Kurzmeldungen, Presseinformationen aller Art (Textierung, Abstimmung, Versand an lokale Verteiler)
- ✓ Story Placements und Interviewkoordination zu allen Machhaltigkeits-Themen
- ✓ Textierung & Fotoauswahl für das seitens der Franchisenehmerin / des Franchisenehmers gebuchte Advertorials mit Machhaltigkeits-Schwerpunkt

Für Eröffnungen, Baureportagen und allgemeine Themen steht das reguläre Local Store PR Paket zur Verfügung. Über das skizzierte Leistungsspektrum hinausgehende Umsetzungen wie Werbematerialien, umfangreiche Textstrecken wie Broschüren, Webseiten oder andere kreative Maßnahmen können nach Abstimmung mit dem Unternehmenskommunikationsteam gerne separat zur individuellen Kostenübernahme angeboten werden.

Machhaltigkeits-PR: So geht's!

Wenn du nach dem obenstehenden Themen-Check und dem Medienrelevanz-Check eine Machhaltigkeits-Aktivität planst, die sich an Medien bzw. die lokale Öffentlichkeit richtet, fülle das beiliegende **Machhaltigkeits-Hero Datenblatt** (siehe Anhang 1) aus und kontaktiere bitte im ersten Schritt unsere **PR-Agentur currycom**, die dein Anliegen aufnimmt und die wichtigsten Eckpunkte (Was ist zu tun? Welche Infos und Materialien sind vorhanden? Was wird gebraucht? Bis wann? Wie soll die Kommunikation erfolgen?) mit dir abklärt. Deine Ansprechpartnerinnen sind:

- **Manisha Joshi, MA | Consultant & FN-Hub | Tel. +43 (0)1 599 50 | manisha.joshi@currycom.com**
- Mag. (FH) Martina Wenzel | Head Consultant | Tel. +43 (0)1 599 50 | martina.wenzel@currycom.com

currycom stimmt sich im Anschluss mit der COMMS Pressestelle ab, die den Prozess freigibt und ggf. zusätzliche Ressourcen organisiert. Sämtliche Texte und Bilder werden sowohl mit dem/der AnsprechpartnerIn auf Franchisenehmerseite als auch mit der COMMS Pressestelle abgestimmt und freigegeben.

Darüber hinaus wird das COMMS Team relevante Themen identifizieren und aktiv auf euch zukommen.

Los geht's – weil nur reden nicht reicht!





Anhang 1: Nachhaltigkeits-Hero Datenblatt

| | |
|---|---|
| FranchisenehmerIn <i>(Name inkl. Handynummer & E-Mail-Adresse)</i> | |
| ProjektansprechpartnerIn <i>(Name inkl. Handynummer & E-Mail-Adresse)</i> | |
| Restaurantname & -nummer | |
| Adresse | |
| Anzahl der MitarbeiterInnen im Store: | |
| Anzahl der MitarbeiterInnen des Franchisenehmers/ der Franchisenehmerin gesamt: | |
| Machhaltigkeits-Schwerpunkt | <input type="checkbox"/> Lebensmittel/Food <input type="checkbox"/> Familie & Gäste <input type="checkbox"/> MitarbeiterInnen & Integration <input type="checkbox"/> Umwelt, Recycling & CO ₂ |
| Kurzbeschreibung der Nachhaltigkeits-Story <i>In welchem Bereich leistet das Restaurant bzw. das Franchiseunternehmen einen Beitrag zur Nachhaltigkeit? Wen wollen wir vor den Vorhang stellen? Wem kommt unser Handeln zugute? Wie stellen wir Medienrelevanz her?</i> | |
| Geplante PR-Aktivitäten | <input type="checkbox"/> Pressemitteilung <input type="checkbox"/> PR-Event/ Pressekonferenz <input type="checkbox"/> tbd, bitte um Abstimmung |





| | |
|---|---|
| Welches Bildmaterial ist dazu vorhanden? | <input type="checkbox"/> Portraitfoto FranchisenehmerIn <input type="checkbox"/> Portraitfoto MitarbeiterIn <input type="checkbox"/> Teamfoto <input type="checkbox"/> Aktuelle Außenaufnahmen des Restaurants <input type="checkbox"/> Aktuelle Innenaufnahmen des Restaurants <input type="checkbox"/> Themenspezifisches Bildmaterial <input type="checkbox"/> Themenspezifisches Fotomaterial <input type="checkbox"/> tbd, bitte um Abstimmung |
| | |
| Gewünschter Termin der Presseaussendung/ des Events/ des Interviews/ der Medienkooperation | |
| Anmerkungen | |



Anhang 2: Clipping- & Advertorial-Beispiele

Mc Donald's in neuem Glanz

Nach acht Wochen Bauzeit wurde das McDonald's Restaurant neu eröffnet

WIENER NEUSTADT. 70 weitere Sitzplätze, zehn neue Mitarbeiter, ein einladendes McCafé, eine neue Photovoltaikanlage sowie eine erweiterte Terrasse begeisterten die Projektpartner und Gäste vom Franchisenehmer Peter Stief am Eröffnungstag in der Wiener Straße. „Ich investiere ganz bewusst in erneuerbare Energie, denn Nachhaltigkeit ist kein Thema, sondern eine Selbstverständlichkeit. Meine Photovoltaikanlage ist eine weitere Aktivität in unserem Bemühen, nachhaltig zu wirtschaften“, so Franchisenehmer Peter Stief.

„Mit mehr als 400 derartigen Anlagen im öffentlichen und privaten Bereich ist W. Neustadt hier ganz vorne mit dabei“, freut sich Bgm. Klaus Schneeberger. „Ich gratuliere den Verantwortlichen zu diesem wichtigen Schritt und zum gelungenen Umbau des Restaurants, bei dem man ganz bewusst auf die Kraft unserer regionalen Wirtschaft gesetzt hat.“ Für die reibungslose Bauabwicklung des vom Architektenteam Viereck entworfenen Restaurants zeichnet Karin Schuster verantwortlich.



Bgm. Schneeberger, Peter Stief, „Strom Marsch“

462 Module
Mithilfe der 750 Quadratmeter großen Kollektorkäfen produziert das McDonald's Restaurant mehr als die Hälfte des eigenen Stromverbrauchs und vermeidet damit jährlich bis zu 95.000 kg CO₂-Emission. Die Projektentwicklung lag in den Händen von Cornelia Daniel.

Tun statt reden
Nachhaltigkeit bezeichnet Peter Stief auch als Machbarkeit, und das Tun setzt sich in den Bereichen Ernährung, Verpackung und Mitarbeiterverantwortung fort. 70 % der Nahrungsmittel kommen aus Österreich bzw. aus regionalen Betrieben, 90 % aller Verpackungen sind recyclebar, 70 % der Verpackungen bestehen aus

Karton oder Papier. Die Mitarbeiter-Verantwortung liegt Peter Stief besonders am Herzen, hier geht es um das Thema Langfristigkeit. Die Eröffnung des neuen McDonald's Restaurants nahm er daher zum Anlass, um Cosima Gschelder für ihre zehn Jahre währende Mitarbeit mit einem bunten Blumenstrauß zu danken.

McDonald's Vorarlberg mit Inklusionspreis geehrt

In Vorarlberg sind die Restaurants von McDonald's Franchisenehmer Loek Versluis für vielfältige Aktivitäten und Engagement für ihre Mitarbeiter seit vielen Jahren bekannt. Jetzt ist der erfolgreiche Unternehmer mit seinen McDonald's Restaurants in Bludenz/Bürs, Rankweil, Hohenems, Dornbirn, Lustenau und Hard vom Sozialministeriumservice Vorarlberg mit dem Inklusionspreis 2019 Fokus Wirtschaft ausgezeichnet worden.



Drei Betriebe wurden vom Sozialministeriumservice Vbg. mit dem Inklusionspreis 2019 ausgezeichnet. Foto: dafür Unternehmens- und Personalberatung GmbH

Mit einer angeborenen Beeinträchtigung, nach einer ernsthaften Erkrankung oder einem folgenschweren Unfall scheint der (Wieder-)Einstieg in den Arbeitsmarkt oft mit großen Hürden verbunden. Der Inklusionspreis des Sozialministeriumservice Vorarlberg soll nicht nur Betroffenen Mut machen und Perspektiven aufzeigen, sondern

auch Beispiele gelungener Inklusion im Arbeitsmarkt vor den Vorhang holen und so weitere Vorarlberger Unternehmen motivieren, Diversität und Inklusion als Verantwortung und Chance ins unter-

nehmerische Handeln zu integrieren. „Das gesamte Team in allen unseren McDonald's Restaurants profitiert von der Vielfalt der einzelnen Menschen. Wir setzen stark auf Inklusion und sind sehr stolz auf die

verliehene Auszeichnung. Wir bieten unseren Mitarbeiterinnen einen sicheren Arbeitsplatz, spannende Weiterbildungsmöglichkeiten und beste Arbeitsbedingungen. Es freut uns sehr, dass diese Bemühungen so positiv gesehen werden“, so McDonald's Franchisenehmer Loek Versluis.

Karriere bei McDonald's

Die Weiterentwicklung jede McDonald's Restaurantmitarbeiterin wird dabei unabhängig von Alter, Geschlecht Herkunft und von eventueller Behinderungen oder sonstigen individuellen Merkmalen durch transparente Karrieremöglichkeiten, umfassendes Kompetenzmanagement und individuell Weiterbildungsprogramme gefördert. Weitere Informationen auf: www.mcdonalds.at

WORDRAP

Den schönsten Urlaub verbrachte ich ...
gerade am Dachstein, am Hochkönig mit der 13-köpfigen Familie.
Zum Frühstück gibt's bei mir ...
Müsli und Kaffee im Kaffeehaus.
Für die Zukunft wünsche ich mir ...
dass der eine Sohn mit seiner App ein gutes zweites Standbein aufbaut und der andere in 10 Jahren die Betriebe übernimmt.
Ich bin Fan von ...
Netflix.



Renate Marschalek ist ein Familiemensch. Foto: Böhmi

Familienbetrieb McDonald's

Menschen stehen bei Renate Marschalek ganz oben: sei es ihre Familie oder einer ihrer 230 Mitarbeiter.

Bezirksblätter: Wie hat es Sie zu McDonald's verschlagen?
Marschalek: Ich war nie eine der Mütter, die nur mit dem Kinderwagen im Park sitzen wollte. So hab ich mich vor 37 Jahren bei

Business Brunch

McDonald's am Schwarzenbergplatz beworben.

Sie sind also eine Pionierin. McDonald's feiert ja heuer 40 Jahre in Österreich.

Ich war beim Aufbau dabei. Heute habe ich fünf Filialen: in Mistelbach, Hochleithen, Zwettl,

Hollabrunn und Horn mit insgesamt 230 Mitarbeitern.
Aus der Gastronomie hört man immer Klagen, es sei schwierig, Personal zu bekommen.

Wir haben eine Bewerberliste von 180 Leuten. Uns ist es sehr wichtig, auf die Bedürfnisse der Mitarbeiter Rücksicht zu nehmen. Mein Sohn hat dafür eine eigene Dienstplan-App entwickelt.

Sie sind also ein familienfreundliches Unternehmen?

80 Prozent unserer Mitarbeiter sind Frauen. Davon haben die meisten kleine Kinder. Wir arbeiten in erster Linie mit unseren Mitarbeitern. Wir müssen uns nach ihnen richten.

Sie haben selbst Familie?

Wir sind alle mit McDonald's verbunden. Mein Mann, mein Sohn und ich führen die fünf Filialen in Niederösterreich. Alexander hat auch eine IT-Entwicklungsfirma als zweites Standbein. Der

andere Sohn, Harald, betreibt fünf weitere Filialen in Wien.

Wie gehen Sie mit Gesundheitstrends wie Veganismus und Lebensmittelunverträglichkeiten um?

McDonald's hatte schon vor zehn Jahren Brokkoli-Nuggets und Veggie-Burger im Programm. Der Absatz war überschaubar. Mit der Möglichkeit, den eigenen Burger zu kreieren, kann man sich einen Low Carb-Burger mit nur Fleisch und Salat zusammenstellen. Es gibt auch glutenfreie Angebote.

Das heißt, McDonald's gibt's auch „gesund“?

Ich gehe von mündigen Konsumenten aus. Wir haben unsere Küchen umgerüstet, um diese Individualität zu ermöglichen. McDonald's erfindet sich immer wieder neu. Man kann heute noch nicht sagen, wie die Zukunft in zehn Jahren aussehen wird.



McBreakfast: Bezirksblätter-Redakteurin Karina Seidl frühstückt mit McDonald's-Chefin Renate Marschalek. Foto: Böhmi

Rückfragehinweis McDonald's Österreich

Wilhelm Baldia | Head of Corporate Communications | +43 (0)664 8534999 | E-Mail: wilhelm.baldia@at.mcd.com

Tara Bichler | Communications Professional | +43 (0)664 6144469 | E-Mail: tara.bichler@at.mcd.com

Website: mcdonalds.at/pressekontakt