**Wie wenig andere global agierende Markenkonzerne steht McDonald's für den Prozess der Globalisierung. Mit rund 70 Millionen Kunden am Tag und mehr als 36.000 Filialen in mehr als 110 Staaten ist McDonald's die wohl bekannteste Fast-Food-Kette der Welt. Auch wegen seiner Größe und seines Bekanntheitsgrads war und ist der Konzern Ziel von Protestaktionen von Globalisierungskritikern sowie Umwelt- und Verbraucherschützern. Gleichzeitig ist McDonald's auch ein Beispiel für die These der kulturellen Konvergenz, da der Konzern den Auftritt und die Produktpalette je nach Region den kulturellen Gegebenheiten anpasst.**

Fakten

Viele global agierende Markenkonzerne haben ihren Ursprung in den USA. Mit ihren Produkten erweitern sie nicht nur das Warenangebot in der jeweiligen Zielregion, sondern verdrängen dabei auch regionale Produkte. Zudem ist das Tragen von Nike-Schuhen, das Trinken von Coca-Cola und das Essen bei McDonald's immer auch ein Ausdruck des kulturellen Selbstverständnisses.

Bei den Diskussionen über die Globalisierung werden einerseits die Dominanz der westlichen Kultur und die damit verbundenen Konsummuster kritisiert. Andererseits wird auf Homogenisierungstendenzen hingewiesen, die im Zuge von Austausch- und Standardisierungsprozessen zu einer Verschmelzung von Kulturen führen können: Wenn sich das weltweite Konsumverhalten und andere Bereiche des Alltagslebens immer weiter angleichen, werden lokale Traditionen schrittweise durch eine Einheitskultur ersetzt.

Für beide Thesen – westliche Dominanz und kulturelle Konvergenz – wird der Konzern McDonald's als Beispiel angeführt. Für die westliche Dominanz steht das durch den amerikanischen Soziologen George Ritzer geprägte Schlagwort "McDonaldisierung". Die Fast-Food-Kette McDonald's steht in diesem Zusammenhang für die negativen Folgen der Globalisierung. Sie verkörpert den Wandel von traditionellen hin zu profitgetriebenen Geschäfts- und Gedankenmodellen.

Auch wenn die Fast-Food-Kette Subway seit Ende 2010 weltweit mehr Filialen als McDonald's betreibt, ist McDonald's mit rund 70 Millionen Kunden am Tag (2008: 58 Mio. / 2003: 47 Mio.) die wohl bekannteste Fast-Food-Kette der Welt. Auch wegen seiner Größe und seines Bekanntheitsgrads war und ist der Konzern Ziel von Protestaktionen von Globalisierungskritikern sowie Umwelt- und Verbraucherschützern. Darüber hinaus wurden dem Konzern die Ausbeutung von Arbeitskräften und das Verhindern gewerkschaftlicher und betriebsrätlicher Zusammenschlüsse vorgeworfen. Im Zusammenhang mit der Herstellung von Werbespielzeug war McDonald’s auch schon dem Vorwurf der Kinderarbeit ausgesetzt. Im Nahen Osten, Frankreich und Spanien kam es in der Vergangenheit sogar zu gewalttätigen Aktionen gegen einzelne Niederlassungen.

Gleichzeitig ist McDonald's auch ein Beispiel für die These der kulturellen Konvergenz, da der Konzern den Auftritt und die Produktpalette je nach Region den kulturellen Gegebenheiten anpasst. So wird etwa in israelischen Niederlassungen lediglich koscheres Essen angeboten und entsprechend der jüdischen Tradition bleiben die Restaurants am Sabbat geschlossen. Wiederum werden in Indien keine Rindfleischgerichte verkauft und auch in islamisch geprägten Ländern werden die jeweiligen Speisevorschriften eingehalten. Zuletzt überraschte McDonald’s seine Kritiker mit der weltweit erstmaligen Einführung eines Biofleisch-Burgers Ende 2015 in Deutschland. Der Burger wurde jedoch nach kurzer Zeit wieder aus dem Programm genommen, da – nach Aussagen des Unternehmens – die Nachfrage zu gering war.

Im Gegensatz zum Image von McDonald's in der westlichen Welt, wo es eher für standardisiertes und ungesundes Essen steht, wird McDonald's in anderen Teilen der Welt, zum Beispiel in Kasachstan, eher mit einem höheren sozialen Status in Verbindung gebracht. Um das Image insgesamt aufzubessern, hat McDonald's in einigen Staaten sein Einrichtungskonzept, das Angebot sowie sein Erscheinungsbild verändert: Sitzwürfel aus Leder ergänzen die Plastikbänke, das Angebot von McCafé konkurriert mit dem klassischer Kaffeehäuser und in Europa wurde Ende 2009 damit begonnen, bei den Filialen die Hintergrundfarbe "rot" durch "grün" zu ersetzen.

Das erste McDonald's Restaurant wurde 1940 in Kalifornien eröffnet. In den frühen 1970er-Jahren expandierte das Unternehmen in Teile Europas und Mittelamerikas sowie nach Australien und Japan (Deutschland: 1971). In den darauffolgenden 20 Jahren wurden Westeuropa sowie Mittel- und Südamerika nahezu komplett erschlossen. In den 1990er-Jahren erfolgte die Expansion vor allem nach Asien, Osteuropa und in den Nahen Osten. Auch in Afrika begann der Konzern, erste Filialen einzurichten. Kurz nach dem Fall des Eisernen Vorhangs wurde im Januar 1990 in Moskau die erste russische Filiale eröffnet. Obwohl McDonald’s seit Jahrzehnten international ausgerichtet ist und eng mit den Franchisenehmern zusammenarbeitet, wurde erst 2003 eine globale Werbekampagne gestartet (i’m lovin‘ it) und 2008 das Verpackungsdesign international angepasst.

In der Expansionsgeschichte von McDonald's gibt es auch Rückschläge: Beispielsweise wurden im Zuge der weltweiten Finanzkrise Ende 2009 die McDonald's-Filialen in Island geschlossen (2008 wurden drei Filialen betrieben). Aufgrund der Abwertung der isländischen Währung waren die Kosten für Importe stark gestiegen. Die Einfuhr aller Waren aus anderen Ländern – vom Fleisch über Käse bis hin zu den Verpackungen – war jedoch notwendig, da der isländische Markt zu klein ist, um diese Produkte vor Ort zu produzieren. Zuletzt wurden im Jahr 2013 alle Filialen in der ehemaligen jugoslawischen Republik Mazedonien geschlossen – 16 Jahre nach der Eröffnung der ersten McDonald’s-Filiale im Land.

McDonald's war nach eigenen Angaben Ende 2015 in 119 Staaten/Gebieten aktiv und betrieb weltweit 36.525 Restaurants. Ende 1983 waren es noch 7.778 Restaurants in 32 Staaten. Das Unternehmen verzeichnete im Jahr 2015 einen Gesamtumsatz von 25,4 Milliarden US-Dollar und einen Gewinn von 4,5 Milliarden US-Dollar. Allerdings wirkt sich die zunehmende Konkurrenz – die häufig mit gesünderen Angeboten oder zumindest mit einem entsprechenden Image Marktanteile gewinnt – auch beim Umsatz aus: 2013 lag dieser noch bei 28,1 Milliarden US-Dollar. Von dem Umsatz in Höhe von 25,4 Milliarden US-Dollar im Jahr 2015 basierten 16,5 Milliarden US-Dollar auf dem Umsatz der McDonald's Corporation und 8,9 Milliarden US-Dollar waren Einnahmen, die von den Franchisenehmern erbracht wurden. Der Umsatz der Franchiseunternehmen lag 2015 bei 66,2 Milliarden US-Dollar.

Datenquelle

McDonald's Corporation: www.mcdonalds.com, Annual Reports, Daten zur Grafik größtenteils durch McDonald's bestätigt

Dieser Text ist unter der Creative Commons Lizenz [by-nc-nd/3.0/de/](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/de/) veröffentlicht.

Bundeszentrale für politische Bildung 2017 | [www.bpb.de](http://www.bpb.de)