



# Mit einem Scan zum Job.

## Mit einem Scan zum Job:

Jetzt als Mitarbeiter:in im Restaurant und als Lieferfahrer:in bewerben.  
#JobsWieDu

karriere.mcdonalds.de



### Kunde

McDonald's Deutschland LLC, München

Verantwortlich

Carolin Pazdzierny, Thomas Großmann

### Agentur

Scholz & Friends, Berlin

Verantwortlich

Michaela Edl, Frederic Engelhardt, Malte Fischer, Jessica Franke, Thomas Griesbach, Oliver Handlos, Maik Hansel, Juliane Jansen, Daniel Klessig, Lena Klockenbring, Jasmin Krausch, Robert Krause, David Krempel, Mirjam Kundt, Annabelle Marschall, Kerstin Mende, Elena Mokulys, Wulf Rehtacek, Sandra Schrecke, Matthias Spaetgens, Berit Stegmann, Anneke Wulf

### Mediaagentur

OMD Germany, München

Verantwortlich

Magdalena Nolde, Ekaterina Staebler

### Weitere Agenturen

deepblue networks AG, Hamburg

Instant Data GmbH, Hamburg

McDonald's möchte für den Job-Scan auf Deinen Standort zugreifen. Mit dem Scan des QR-Codes willigst Du ein, dass wir auf Deinen Standort zugreifen dürfen, um Dir Job-Angebote in Deiner Nähe anbieten zu können. Diese Einwilligung ist jederzeit frei widerruflich. Näheres findest Du in unserer Datenschutzerklärung unter <https://karriere.mcdonalds.de/jobscan/datenschutz>

© 2022 McDonald's

## HERAUSFORDERUNG

Der „Fachkräftemangel bleibt die größte Bedrohung für unsere Wirtschaft“. 87 % der Unternehmen kämpfen mit fehlendem Personal und davon ist natürlich auch McDonald's stark betroffen. Zumal die Pandemie und die damit verbundenen Lockdowns gerade in der Gastronomiebranche als Brandbeschleuniger gewirkt haben und übermäßig viele Beschäftigte in andere Bereiche abgewandert sind. Und wer einmal weg ist, kommt selten zurück.

Das führt bei McDonald's nicht nur dazu, dass die verbliebenen Kräfte unter Mehrbelastung leiden, sondern entwickelt sich immer mehr zu einem existenziellen Problem, das den Geschäftserfolg gefährdet. Das beliebteste Fast Food der Deutschen könnte dem Fachkräftemangel zum Opfer fallen. Viele Restaurants müssen mittlerweile die Öffnungszeiten kürzen, um mit dem knappen Personal zurechtzukommen. Eine Franchise-Nehmerin beklagt, dass sie ihr 24-Stunden-Restaurant nun jeden Abend um 20 Uhr schließen müsse, da sie niemanden mehr finde, der bereit sei, die Nachtschichten zu übernehmen.

## ZIELE

- Mindestens genauso viele Bewerbungen wie vor der Pandemie zu erhalten.
- Möglichst viele User:innen sollen den gesamten Bewerbungsprozess durchlaufen – vom Aufrufen des Bewerbungsformulars bis zum finalen Absenden der Bewerbung.
- Die Franchise-Nehmer:innen sollen die Kampagne als hilfreich für ihre lokalen Recruiting-Aktivitäten bewerten.

## STRATEGIE

Das Problem des Fachkräftemangels hat unlängst auch die Politik erreicht und mögliche Lösungsvorschläge gibt es viele: Die leidenden Unternehmen sollen Fachkräfte aus dem Ausland anwerben, Rentner:innen aus dem Ruhestand zurückholen oder ihre Beschäftigten bitten, mehr Überstunden zu machen. Und natürlich kann man auch darüber nachdenken, der Konkurrenz ihre Arbeitskräfte streitig zu machen und sie abzuwerben. Das ist jedoch keine nachhaltige Lösung für die schwierige Arbeitsmarktsituation und würde nur zu einem Hin- und Hergeretz zwischen den Wettbewerbern führen.

Deshalb haben wir weitergesucht, ob es nicht doch noch ein unerschlossenes Potenzial für unser Problem gibt. Dabei sind wir auf eine große Gruppe von Menschen gestoßen, die bei der gesamten Debatte ausgeblendet wird: die vielen Menschen, die ohne Abschluss die Schule verlassen. Das sind jedes Jahr rund 50.000. In Deutschland gab es im Jahr 2019 eine Schulabbrucherquote von 6,3 %, unter Ausländern waren es sogar 18,1 %. Diese Zahlen werden durch die Pandemie

voraussichtlich weiter kräftig steigen. Konzepte, wie dieser Trend gestoppt werden kann, gibt es nicht.

Diese Menschen haben es oft schwer, ohne Abschluss auf dem deutschen Arbeitsmarkt Fuß zu fassen. Sie pendeln zwischen Maßnahmen des Arbeitsamtes, Gelegenheitsjobs und wiederkehrender Arbeitslosigkeit hin und her. Für den Arbeitsmarkt scheinen sie nicht interessant und für die Politik allenfalls ein lästiges Problem zu sein.

Hinzu kommt: Sich in Deutschland auf einen Job zu bewerben, kann eine echte Herausforderung sein. Menschen mit einem eher schlechten Bildungshintergrund trauen sich oft nicht, eine Bewerbung zu verfassen oder scheitern an dem komplizierten Prozess. Aus diesem Grund haben wir versucht, alle Hürden im Bewerbungsprozess soweit wie möglich zu senken. Denn wir wollen, dass sich möglichst viele bei McDonald's bewerben und eine Chance bekommen, etwas aus dem eigenen Leben zu machen.

Wir haben also einen radikal einfachen Bewerbungsprozess ins Leben gerufen:

- Einfach QR-Code scannen: Ein großer QR-Code auf reduzierten Plakaten lädt dazu ein, das Smartphone zu zücken.
- Einfach den Job um die Ecke sehen: Ohne Recherche-Aufwand werden sofort alle freien Jobs in den McDonald's-Restaurants der Umgebung gezeigt.
- Einfach Name und Kontaktinfo hinterlassen: Felder ausfüllen und Bewerbung abschicken.

Fazit: Bewerben bei McDonald's ist so einfach, wie einen Big Mac® zu ordern.

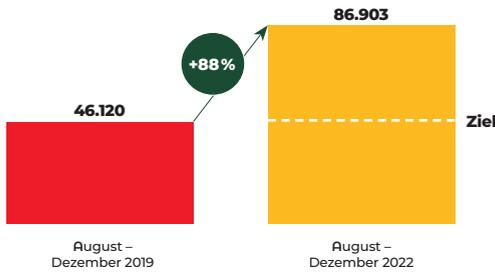


**ERGEBNISSE**

**McDonald's erreicht mit der Kampagne alle drei gesetzten Ziele und übertrifft die Erwartungen um ein Weites.**

- **Überwältigende Bewerbungseingänge:**  
Ziel der Kampagne war es, mindestens das vorpandemische Niveau von 46.120 Bewerbungen (August bis Dezember 2019) zu erreichen. Tatsächlich hat die Kampagne alle Erwartungen übertroffen und die Bewerbungszahlen sind um 88 % in die Höhe geschossen. Im gleichen Zeitraum (August bis Dezember 2022) sind also insgesamt 86.903 Bewerbungen eingegangen. Das bedeutet, dass rund 20.000 mehr Bewerbungen eingegangen sind, als McDonald's derzeit überhaupt Beschäftigte hat.

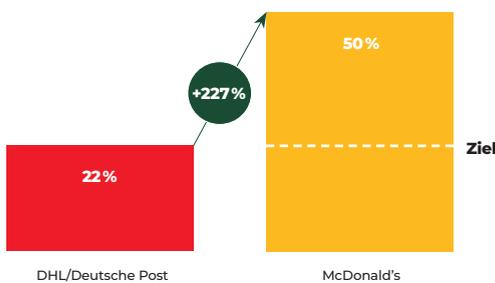
**Bewerbungseingänge  
AUGUST BIS DEZEMBER**



Quelle: Informationen der HR-Abteilung von McDonald's (2023)

- **Imposante Abschlussraten:**  
Das Problem, dass zu viele Menschen an komplizierten Bewerbungsprozessen scheitern, konnte durch das ultraeinfache Bewerbungsverfahren erfolgreich behoben werden. Jede zweite Person, die den QR-Code gescannt hat, hat sich anschließend erfolgreich durch den Bewerbungsprozess geklickt und die Bewerbung auch tatsächlich abgeschickt. Somit hat sage und schreibe die Hälfte den Bewerbungsprozess erfolgreich durchlaufen und das schon ambitionierte Ziel von 22 % wurde mit +227 % nochmals weit übertroffen.

**Abschlussraten  
DHL/DEUTSCHE POST  
VS. MCDONALD'S**



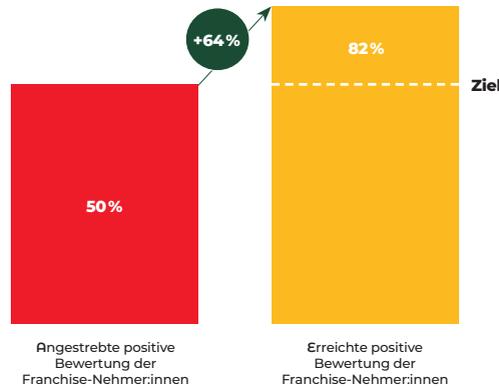
Quelle: Informationen der HR-Abteilung von McDonald's (2023)

**Mit einem Scan zum Job** macht Bewerben bei McDonald's so einfach, wie einen Big Mac® zu ordern, und löst damit zwei Probleme: die Hemmschwelle von Menschen, die wegen komplizierter Prozesse oft an einer Bewerbung scheitern, und den großen Personalmangel bei McDonald's.

- **Riesige Zustimmung:**  
Die Kampagne stößt auch in den eigenen Reihen auf Begeisterung. Ein Großteil der befragten Franchise-Nehmer:innen bewertet die Kampagne als (sehr) hilfreich für ihre Suche nach neuem Personal. Besonders der frische und prägnante Auftritt spricht die Zielgruppe gut an und weckt ihre Neugier. Unser Ziel war es, die Hälfte der Franchise-Nehmer:innen von unserer Kampagne zu überzeugen, sodass sie diese auch anwenden. Mit 64 % über Zielerfüllung haben wir das Ziel mehr als erreicht.

**Zustimmung  
BEFRAGUNG VON FRANCHISE-  
NEHMER:INNEN**

**Top-3-Werte zu der Aussage:** „Die Employer-Branding- und Recruiting-Kampagne für McDonald's hilft uns dabei, neue Mitarbeitende zu finden.“ (von „stimme eher zu“ bis „stimme voll und ganz zu“)



Quelle: Interne Umfrage (2023); Befragung von Franchise-Nehmer:innen zur Wirkung der Kampagne, n = 17.

