



Endlich wieder bei Mecces: Der 1955® Burger und die Radios sind zurück bei McDonald's Deutschland!

Einfach gut: Mit seiner neuen Kampagne setzt McDonald's Deutschland auf die emotionale Kraft der Nostalgie und verbindet vertraute Markenerlebnisse mit der Popkultur von heute. Im Mittelpunkt stehen die Rückkehr des legendären 1955® Burgers und das Comeback der ikonischen Radios aus den 2000ern.

München, 28. Oktober 2026. Manche Erinnerungen bleiben für immer: der Lieblingssong aus der Jugend, die erste große Liebe oder der gemeinsame Besuch bei McDonald's nach einer unvergesslichen Nacht. Mit der neuen Kampagne „Endlich wieder bei Mecces“ knüpft McDonald's Deutschland an genau diese Momente an und bringt ab dem 28. Oktober nicht nur lang ersehnte Produktklassiker zurück, sondern auch ein Stück Lebensgefühl vergangener Jahrzehnte.

Dahinter steht eine einfache Erkenntnis: Während sich Trends, Technologien und Lebensgewohnheiten ständig verändern, bleiben vertraute Erlebnisse und die damit verbundenen Gefühle bestehen. Als Marke, die Menschen seit Generationen begleitet, ist McDonald's Teil vieler persönlicher Erinnerungen. Genau diese emotionale Verbindung greift die Kampagne auf und schlägt eine Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart. Nostalgie wird dabei zum verbindenden Element zwischen langjährigen Fans und einer jüngeren Generation, die vergangene Trends und kulturelle Einflüsse heute neu für sich entdeckt.

Ikonische Erinnerungen treffen auf Popkultur von heute

Wie sich diese Verbindung zwischen Vergangenheit und Gegenwart anfühlt, zeigt McDonald's mit dem Comeback der ikonischen Radios, die viele noch aus ihrer Kindheit kennen. Die kleinen Radios, die es damals zeitweise als Spielzeugbeigabe zum Happy Meal® gab und einen Song wiedergaben, werden im Rahmen der Kampagne neu aufgelegt und bringen den Sound vergangener Jahre zurück.

Die fünf neuen Radios greifen mit bekannten Hits von Britney Spears, Avril Lavigne, Katy Perry, Cro und Justin Bieber die musikalische Popkultur der 2000er und 2010er Jahre auf. Was für die einen eine Erinnerung an die eigene Jugend ist, trifft bei anderen den aktuellen Y2K-Zeitgeist. So werden die Collectibles zum Symbol einer Kampagne, die generationsübergreifend verbindet und zeigt, wie vertraute Markenerlebnisse auch heute noch relevant bleiben. Mit der Verbindung aus ikonischen Produkten und emotional aufgeladenen Erinnerungen setzt McDonald's auf eine Markenstärke, die über einzelne Produktneuheiten hinausgeht: die Vertrautheit, die über Generationen hinweg entstanden ist.



Die Radios sind vom 28. Oktober bis zum 24. November 2026 in teilnehmenden Restaurants als Add-on gegen Aufpreis zum McMenü® (außer McMenü® Small und McSmart Menü), McCafé® Duo Grande oder Frühstücks-Duo Grande erhältlich – solange der Vorrat reicht.

Kulinarische Klassiker mit Kultstatus

Auch kulinarisch lässt McDonald's lang ersehnte Klassiker wieder aufleben. Allen voran steht ab dem 28. Oktober der legendäre **1955® Burger** mit 100 % saftigem Beef aus Deutschland und seiner unvergesslich rauchigen 1955® Sauce auf der Speisekarte. Ein besonderes Comeback feiert auch der **McFarmer**, den sich die McDonald's Community seit über zehn Jahren zurückwünscht. Mit zwei herzhaften Sausage Patties aus 100 % Schweinefleisch aus Deutschland und der charakteristischen Meerrettich-Senf-Sauce ist er endlich wieder erhältlich. Passend zum Übergang in die gemütliche Jahreszeit runden die **Käsegipfel** mit zartschmelzendem Brie in knuspriger Panade das Angebot ab.

Neben der Rückkehr besonders beliebter Aktionsprodukte bietet McDonald's Deutschland mit den Flashback Deals über mehrere Wochen hinweg an ausgewählten Tagen wechselnde Klassiker wie Cheeseburger, Chickenburger, Pommes, McSundae und Apfeltasche für jeweils 1 Euro an. Die Deals sind exklusiv über die McDonald's App erhältlich.

Begleitet wird „Endlich wieder bei Mecces“ von einer 360-Grad-Kampagne inklusive TV, Online-Werbung, Audio, Social Media, PR, App- und Influencer-Aktivierungen. Verantwortlich für die Kampagne ist Scholz & Friends, die Marketing-Leadagentur von McDonald's Deutschland. Der TVC wurde produziert von 27km.

Link zum Food-TVC: <https://www.youtube.com/watch?v=ocX2QHlk8lw>

Link zum Radio-TVC: <https://www.youtube.com/watch?v=dNOprjQO6IU>

Mehr zur neuen Kampagne bei McDonald's Deutschland erfahren Sie unter:

<https://www.mcdonalds.com/de/de-de/kampagnen/endlich-wieder-bei-mecces.html>

Über McDonald's Deutschland: Seit 55 Jahren ist McDonald's fester Teil des Alltags in Deutschland. Gemeinsam mit über 200 mittelständischen Franchise-Nehmer:innen begrüßt das Unternehmen heute in knapp 1.400 Restaurants täglich fast 1,9 Millionen Gäste. Rund 64.000 Mitarbeiter:innen aus 160 Nationen machen McDonald's zum größten Arbeitgeber der deutschen Gastronomiebranche. Seit der Eröffnung des ersten Restaurants 1971 vor mehr als fünf Jahrzehnten setzt das Unternehmen auf starke Lieferpartnerschaften und unterstützt den Wirtschaftsstandort Deutschland. [Mehr erfahren.](#)

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

McDonald's Deutschland LLC

Markus Weiß

Mail: presse@mcdonalds.de

LinkedIn: [McDonald's Deutschland LLC | LinkedIn](#)

McDONALD'S DEUTSCHLAND LLC ZWEIGNIEDERLASSUNG MÜNCHEN
Impact · Drygalski-Allee 51 · 81477 München · Telefon: +49 (0)89 78594-519 · www.mcdonalds.de