



Von cold bis cozy: Die neuen McCafé® Drinks von McDonald's Deutschland bringen Berlin zum Leuchten

Wenn Berlin im Oktober beim Festival of Lights leuchtet, sind auch die neuen McCafé Drinks von McDonald's Deutschland Teil der Inszenierung. Zum Herbst erweitert McDonald's das McCafé Angebot um neue saisonale Drinks. Von heißen Coffee Specials, bis zu kalten Getränkevariationen und Geschmacksrichtungen für unterschiedliche Stimmungen.

München, 08. Oktober 2026. Die neue Saison bringt auch neue Genussmomente mit sich: Im April dieses Jahres hat McDonald's Deutschland als erster Markt weltweit mit acht neuen McCafé Drinks frischen Wind in die Getränkekarte gebracht. Jetzt gibt es passend zum Jahreszeitenwechsel neue, trendige Geschmacksrichtungen. Mit überraschenden Kombinationen und einer Mischung aus heißen und kalten Drinks macht das McCafé den Herbst ein bisschen bunter. Denn egal ob Motivationskick gegen Herbstblues, kleine Auszeit an einem grauen Tag oder gemütlicher Moment zum Abschalten: Für jede Stimmung gibt es den passenden Drink.

Damit führt McDonald's die Idee hinter der im Frühjahr gestarteten Getränkeplattform weiter: Die McCafé Drinks sind mehr als reine Durstlöcher – sie können kleine Mood Booster im Alltag sein und sind Teil des individuellen Lifestyles. Genau hier setzt die neue Kampagnenphase an.

Neue Drinks für jede Stimmung

Seit dem 30. September präsentieren sich die McCafé Drinks in einer neu zusammengestellten, vielseitigen Range aus Energizern, Refreshern, Fizzern und Coffee Specials – von erfrischend und spritzig bis cozy und wohlig.

Passend zur kuscheligen Saison sorgen gleich vier neue Drinks für entspannte Wohlfühlmomente: **Der Winter Spiced Latte** kombiniert fein-herben Espresso mit heißer Milch und einem süßlich-winterlichen Gewürzsirup, getoppt mit einem Sahnehäubchen. Beim **Matcha Blueberry** trifft Matcha auf heiße Milch und fruchtiges Blaubeerpüree, während der **Cozy Pink** Beerennoten mit dem Geschmack von Zimt und heißer Milch verbindet. Für besonders wohlige Momente sorgt der **Popcorn Latte** mit fein-herbem Espresso, heißer Milch, süßem Popcorneschmack und echtem Caramel Popcorn on top. Und das Beste? Alle vier Drinks gibt es auch als Iced-Variante.



Auch bei den Kaltgetränken gibt es Neuzugänge im Sortiment: Der neue **Ginger Lemon Refresher** bringt fruchtigen Ingwer-Zitrone Geschmack auf Eis und wird mit Bobas mit Blaubeergeschmack zum erfrischenden Herbstdrink. Der **Red Bull® Dragonberry** Energizer sorgt mit prickelndem Red Bull und dem Geschmack fruchtiger Himbeere für einen belebenden Kick. Seinen Zauber verleihen ihm gefriergetrocknete Drachenfruchtstücke. Komplettiert wird das neue Trio durch den **Berry Blue & Sprite Zero** Fizzer mit spritziger Sprite Zero, dem Geschmack von Himbeere und gefriergetrockneten Blaubeeren on top.

Neben den Neuzugängen bleiben auch bekannte Favoriten wie der **Strawberry Melon Refresher**, der **Red Bull® Blueberry Energizer** und der **Pink Dragonfruit & Sprite Zero Fizzer** Teil der McCafé Drinks Plattform.

Ich liebe es: Die McCafé Drinks bringen Berlin zum Leuchten

Insbesondere beim beliebten Festival of Lights, das vom 9. bis 18. Oktober in Berlin stattfindet, stehen die neuen McCafé Drinks im Rampenlicht. Passend zum diesjährigen Motto des Festival of Lights, „Colours of Love“, bringt McDonald's Deutschland die farbenfrohe Welt der neuen McCafé Drinks in die Hauptstadt und übersetzt ihre unterschiedlichen Moods in spektakuläre Lichtinszenierungen.

Denn genau wie die Drinks mit ihren verschiedenen Farben und Geschmacksrichtungen für kleine Mood Boosts im Alltag und gemeinsame Momente sorgen, stehen auch beim Festival of Lights Farben, gute Stimmung und das Zusammensein im Mittelpunkt. Die verschiedenen Drinks werden auf fünf bekannten Berliner Wahrzeichen zum Leben erweckt: dem Brandenburger Tor, dem Fernsehturm am Alexanderplatz, dem Kollhoff Tower am Potsdamer Platz, dem Hotel de Rome und der Oberbaumbrücke.

Begleitet werden die neuen McCafé Drinks von einer aufmerksamkeitsstarken Kampagne inklusive Online-Werbung, Audio, Social Media, PR, GMA- und Influencer-Aktivierungen. Verantwortlich für die Kampagne ist Scholz & Friends, die Marketing-Leadagentur von McDonald's Deutschland. Für die Sonderwerbeformen rund um das Festival of Lights ist die Mediaagentur OMD Germany verantwortlich, die begleitende Out-of-Home-Kampagne im Berliner Stadtbild wird in Zusammenarbeit mit dem Premium-Außenwerber WallDecaux umgesetzt.

Mehr zu den neuen McCafé Drinks bei McDonald's Deutschland erfahren Sie unter: www.mcdonalds.de/mccafe



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](#)