



PRESSEMITTEILUNG

Verantwortung entdecken – Qualität schmecken: Mit den Burgern der neuen McDonald's Supreme Plattform und dem Launch der „Better M“-Website

Mit den Burgern der neuen McDonald's Supreme Plattform und dem dazu passenden Markenspot startet McDonald's Deutschland seine diesjährige Qualitätskampagne. Auf dem „Better M“-Hub können Interessierte ab jetzt auch alle Fakten rund um das Qualitätsengagement von McDonald's Deutschland ansehen und nachlesen.

München, 21. Januar 2022. Rindfleisch von bis zu 56.000 heimischen Landwirten, Kartoffeln u. a. aus der Hildesheimer Börde, Saucen hergestellt in Bayern. Mit starken Partnerschaften und möglichst kurzen Lieferwegen unterstreicht McDonald's sein Bekenntnis zur deutschen Landwirtschaft und zur Förderung nachhaltiger Lieferketten. So kommen 60 % der Rohwaren bereits jetzt aus Deutschland, denn gerade bei der Auswahl und Qualität seiner Zutaten achtet das Unternehmen, wann immer möglich, auf einen heimischen Bezug der eingesetzten Rohwaren. Dabei arbeitet McDonald's hierzulande beispielsweise mit 40 Lieferant:innen bereits seit über 20 Jahren zusammen – darunter auch viele bekannte Markenhersteller aus Deutschland wie Develey, Lieken oder Hochland.

McDonald's Supreme – neue Premium Kollektion

Im Rahmen seiner diesjährigen Qualitätskampagne bringt McDonald's Deutschland neue Burger in die Restaurants. Sie sind Teil der McDonald's Supreme Kollektion und seit Anfang Januar erhältlich. Zubereitet werden sie unter anderem mit Hofmilchkäse und 100 % Rindfleisch aus Deutschland. „Wir setzen ein klares Zeichen für hohe Qualität und greifen dabei größtenteils auf Zutaten aus heimischer Landwirtschaft zurück. So bieten wir unseren Gästen nicht nur ein tolles Geschmackserlebnis sondern zeigen auch deutlich, dass wir Partner der deutschen Landwirtschaft sind.“, so Susan Schramm, Vorstand Marketing McDonald's Deutschland. Aktuell gibt es in dieser Premium-Kollektion zwei Burgervarianten: den Grand Bacon TS und den Grand BBQ Cheese. Unter dem Motto „Life is GRAND“ geht ab heute auch der neue TV-Markenspot on Air. Verantwortlich für die Produktion des Spots ist 27km, Regie führte Ali Bach.

„Better M“-Hub - Qualitätsplattform



Zusätzlich gibt McDonald's Deutschland mit dem Start der „Better M“-Plattform allen Interessierten Antworten auf Fragen wie: Welche Lieferant:innen stecken hinter Pommes, Rindfleisch-Patty und Co? Wie lange braucht der Salat vom Feld ins Restaurant? Und wie unterstützt McDonald's Deutschland die heimische Landwirtschaft? Mit dem Launch der Webseite möchte das Unternehmen nicht nur einen Einblick in die Lieferkette und die Qualität seiner Produkte geben, sondern auch zeigen, dass viele kleine Maßnahmen einen echten Unterschied machen können.

In kurzen Text-, Bild- und Videobeiträgen sind die Inhalte dabei bewusst so aufbereitet, dass sie schnell und einfach verständlich von unterwegs über das Smartphone konsumiert werden können. „Mit der neuen Plattform wollen wir einen Überblick geben, wie vielfältig das Engagement von McDonald's ist, wenn es darum geht, den Gästen jeden Tag die beste Qualität zu bieten und gleichzeitig die heimischen Landwirt:innen zu fördern.“, so Markus Weiß, Unternehmenssprecher McDonald's Deutschland. „Dabei werden wir mit der Webseite über das Jahr hinweg immer wieder neue Schwerpunkte zum Engagement setzen.“ Zum Launch dreht sich alles um den Bereich Qualität und die starke Verbindung von McDonald's zur deutschen Landwirtschaft.

Life is GRAND-Spot (30 Sekunden): <https://www.youtube.com/watch?v=Byv3gb-mgKU>

Life is GRAND-Spot (60 Sekunden): <https://www.youtube.com/watch?v=sLOqW9e4zYo>

Link zum “Better M”-Hub: <https://betterm.mcdonalds.de>

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

McDonald's Deutschland LLC

Markus Weiß

Drygalski-Allee 51

81477 München

Tel.: 089 78594-519

Fax: 089 78594-479

Mail: presse@mcdonalds.de

Twitter: @McDonaldsDENews