



You are so beautiful: Sängerin Zoe Wees lässt für McDonald's einen bekannten Songklassiker wieder aufleben

Unter dem Claim „Es braucht nicht viel. Es braucht viele.“ läuft aktuell die Better M-Kampagne zum Thema Ressourcenwertschätzung. Jetzt zeigt McDonald's Deutschland gemeinsam mit Zoe Wees, wie wichtig es ist, leere Verpackungen nach Gebrauch korrekt zu entsorgen und sie in Kreisläufe zurückzuführen.

München, 14. August 2023. Aus etwas Altem etwas neues Schönes machen – das ist die Botschaft hinter der aktuellen McDonald's Kampagne. So reinterpretiert die international gefeierte Sängerin Zoe Wees im neuen Werbespot des Systemgastronomen den Song „You are so beautiful“ der britischen Rocklegende Joe Cocker für die jetzige Generation. Auf künstlerische Art und Weise untermauert der Clip die Schönheit von Ressourcen und zeigt, dass auch gebrauchte Dinge schön und vor allem wertvoll sein können. Ganz einfach kann jeder dazu beitragen, indem er leere Verpackungen nach Gebrauch korrekt entsorgt, damit sie als Wertstoff zurück in Kreisläufe geführt werden können. „Mit Zoe konnten wir ein Gesicht und vor allem eine starke Stimme für unsere Kampagne gewinnen, die unsere Botschaft authentisch für ihre Zielgruppe übersetzt. Uns war es wichtig, nicht nur Emotionen zu übermitteln – sondern zu zeigen, dass es oft die kleinen Dinge sind, die in Summe einen echten Unterschied machen können, wie zum Beispiel die korrekte Entsorgung einer leeren Verpackung“, so Tomasz Debowski, Marketingvorstand von McDonald's Deutschland. „Dabei ist es unsere Aufgabe als Unternehmen, es unseren Gästen so leicht wie möglich zu machen, Teil der Lösung und nicht des Problems zu sein“.

Die Stimme einer Generation

Ehrlich und nahbar spricht die Hamburgerin Zoe Wees in ihren Songtexten die Themen an, die ihre Generation beschäftigen – und ruft gleichzeitig zu Zusammengehörigkeit und Solidarität auf. Im Kampagnenspot gibt die junge Sängerin in einem McDonald's Restaurant eine exklusive Darbietung ihrer Neuinterpretation des Song-Klassikers „You are so beautiful“. Anschließend entsorgt sie ihren leeren und mit der Botschaft „Es braucht nicht viel. Es braucht viele.“ versehenen Getränkebecher korrekt und weist darauf hin, wie wichtig es ist, Abfall korrekt zu entsorgen – auch wenn sich das erst einmal nur nach einem kleinen Schritt anhört. „Ich möchte mit meiner Stimme nicht nur Menschen berühren, sondern auch dazu aufrufen, eine Veränderung in dieser Welt herbeizuführen. Wenn wir alle gemeinsam an einem Ziel arbeiten, können wir einiges bewirken – und im Team macht es auch viel mehr Spaß. Das gilt auch beim Musizieren“, erklärt Zoe Wees. So engagiert sich das 21-jährige Ausnahmetalent u. a. auch durch Auftritte bei Fridays for Future oder dem Sound of Peace Festival. Konzipiert von der Agentur Scholz & Friends wurde der Kampagnenspot in Zusammenarbeit mit Live Nation Brand Partnership & Media und unter Regie von Clayton



Vomero sowie Alexander Khudokon an der Kamera von der doity Produktion GmbH umgesetzt. Plakative OOH-Motive, auf denen McDonald's erstmals seine leeren Verpackungen zu Werbestars machte, lenkten bereits im Juli die öffentliche Aufmerksamkeit auf das Thema Ressourcenwertschätzung. In seinen „Better M Talks“ und den sozialen Netzwerken trat der Systemgastronom begleitend in den offenen Dialog – mit Stakeholder:innen, Medien, Partner:innen und auch Kritiker:innen. Einen Peak findet die diesjährige Nachhaltigkeitskampagne nun im oben beschriebenen TV-Spot mit Verlängerungen im Digital- und Social Media-Bereich.

Wie McDonald's immer besser werden will

Bei seiner Verpackungsstrategie folgt McDonald's dem Dreiklang „Reduce, Recycle, Reuse“. So setzt das Unternehmen neben der Mehrwegoption für Getränke und Eis insbesondere auf den Recyclinganteil und die -fähigkeit seiner Einwegverpackungen. Das Ziel: Bis 2025 sollen weltweit alle primären Gästeverpackungen für Burger, Pommes & Co. zu 100 Prozent aus erneuerbaren, recycelten oder nachhaltig zertifizierten Quellen stammen. Bereits seit den 1990er Jahren werden in deutschen McDonald's Restaurants die Abfälle ordnungsgemäß getrennt und in die entsprechenden Recyclingwege gegeben. Papierabfälle, die in den deutschen McDonald's Restaurants anfallen, werden zu 100 Prozent recycelt. Zudem sammelt der Systemgastronom die leeren Getränkebecher in seinen Restaurants separat und verarbeitet sie zu Papier für Happy Meal® Bücher. Das Unternehmen ist überzeugt, dass nur eine Kombination verschiedener Verpackungslösungen zu mehr Nachhaltigkeit auf allen Ebenen führen kann. Durch die kontinuierliche Umstellung auf plastikfreie und -reduzierte Verpackungen, wie u. a. den neuen Papierdeckeln mit integrierter Trinköffnung, verfolgt McDonald's die zunehmende Schließung von Wertstoffkreisläufen. Darüber hinaus konnte das Unternehmen in Deutschland seit der Veröffentlichung seines Verpackungsfahrplans im Jahr 2019 bereits mehr als 3.600 Tonnen Plastik einsparen. Da die beste Verpackung jedoch immer noch die ist, die gar nicht erst anfällt, reduziert McDonald's das eingesetzte Verpackungsmaterial, wo möglich. Auf Trinkhalme für Softgetränke zum Beispiel wird deshalb seit Kurzem vollständig verzichtet.

Link zum Kampagnenspot: <https://youtu.be/JOjWzdb9d1I>

Link zur „Better M“-Plattform: betterm.mcdonalds.de

Weitere Informationen erhalten Sie bei:

McDonald's Deutschland LLC

Markus Weiß

Tel.: 089 78594-519

Mail: presse@mcdonalds.de