



Sticker abziehen, Code eingeben, Gewinne absahnen – lieben wir! McDonald's und Shirin David lassen bei Monopoly Preise schneien

Nach zwei Jahren Pause ist das beliebteste Gewinnspiel bei McDonald's zurück – und wartet direkt mit großem Support auf. Shirin David sorgt beim diesjährigen Monopoly für einen ordentlichen Coolness-Faktor während die Fans sich über tolle Preise freuen dürfen.

München, 10. November 2022. Unter dem Motto „Let It Snow“ feiert McDonald's Deutschland das Comeback seines beliebten Monopoly-Gewinnspiels! Nachdem die Fans zwei Jahre ohne die Aktion auskommen mussten, wird es in diesem Jahr ein Feuerwerk an Überraschungen, Neuerungen und Superlativen geben. Denn dieses Jahr wird Monopoly nicht nur digitaler, sondern bekommt auch prominenten Support. Shirin David, die das Testimonial der diesjährigen Kampagne ist, wird mit zwei großen Spots den Wow-Faktor auf das nächste Level heben. Sie singt im Monopoly-Werbespot ihre eigene Interpretation des Weihnachtsklassikers „Let It Snow“, wird als Glücksfee ein, zwei besonders glückliche Gewinner:innen überraschen und hat für alle Rapbegeisterten eine Special Edition ihres Nummer 1 und mit Gold ausgezeichneten Hits „Lieben Wir“ aufgenommen. „Wir freuen uns sehr, dass wir nach der langen Pause unseren Gästen mit dem diesjährigen Monopoly eine einzigartige Kampagne bieten können, in der es neben Spaß, Spannung und tollen Preisen mit unserem Testimonial auch eine gehörige Portion Glamour geben wird. Die Kampagne wird in diesem Jahr darüber hinaus rein digital sein – was uns die Möglichkeit gibt, über die McDonald's-App weiter langfristige Beziehungen zu unseren Gästen aufzubauen!“, so Tomasz Debowski, Marketingvorstand McDonald's Deutschland. „Es ist mir eine ganz besondere Freude, Teil einer so ikonischen Kampagne sein zu dürfen, in der ich eine 360 Grad Performance bieten darf, die all meine Leidenschaften miteinschließt: Klassische Musik, Rap und Tanz inklusive Glam-Faktor passend zu Monopoly bei McDonald's und Weihnachten.“, sagt Shirin David über die Kooperation.

Kern des Gewinnspiels ist auch in diesem Jahr wieder das beliebte Abziehen und Sammeln von Stickern, die an verschiedenen Aktionsprodukten angebracht sind. Die Neuerung in diesem Jahr? Monopoly ist jetzt digital. Das heißt, alle Sticker-Codes werden von den Teilnehmenden in der App eingegeben. Hier können sie Straßen und Bahnhöfe sammeln, sie sehen direkt, ob sie einen der vielen attraktiven Sofortgewinne ergattern konnten, können die Food-Gewinne direkt in Coupons umwandeln und ganz einfach beim nächsten Besuch einlösen und sie können mit den Jackpot-Codes minütlich bis zu 100.000 Euro gewinnen. Dabei gibt es auch die Möglichkeit, Gutes zu tun. So kann auf den gewonnenen Betrag oder



Teile davon verzichtet werden – damit diese dann an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung gespendet werden. Insgesamt gibt es beim diesjährigen Monopoly ab sofort bis zum 4. Januar 2023 Preise im Gesamtwert von über 1,5 Millionen Euro zu gewinnen.

Die Bewerbung der Kampagne findet über die beiden Spots und verschiedene Social Assets statt. Die Clips werden dabei im TV, digital und auf Social Media ausgestrahlt. Darüber hinaus wird es ab Mitte November eine aufmerksamkeitsstarke Out-of-Home-Bewerbung geben, die passend zu Monopoly an den Hauptbahnhöfen in Berlin, München und Hamburg zu bestaunen sein wird. Entwickelt wurde die Kampagne von der Marketing Lead-Agentur von McDonald's Deutschland, Scholz & Friends. Produziert wurden beide Spots von Doity, der TV-Spot unter der Regie von Lars Timmermann, das Musikvideo zu „Lieben Wir“ von Tatjana Wenig.

Link zum Clip: <https://www.youtube.com/watch?v=969Z12J8vYA>

Link zum Musikvideo: <https://www.youtube.com/watch?v=jTNX1A94XyA>

Mehr Informationen zum McDonald's Monopoly finden Sie unter:
<https://www.mcdonalds.de/monopoly>

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