



PRESSEMITTEILUNG

## Brutal Royal – McDonald's Deutschland bringt flüssiges Gold in die Restaurants

**München, 29. Februar 2024.** Bei McDonald's Deutschland wird es „Brutal Royal“. Denn für die aktuelle Marketingkampagne rund um die ikonischen Burger hat sich das Unternehmen den bekannten Content Creator Ben Bernschneider als royalen Berater ins Boot geholt. Gemeinsam wurde eine Kampagne nach dem Social First-Ansatz entwickelt, die ganz gezielt den aktuellen Trend der Old Money Ästhetik aufgreift. Star des Contents ist dabei der neu entwickelte Cheese-Dip – passend zum Motto von Ben Bernschneider als flüssiges Gold beworben – der bis 20.03.2024 über die McDonald's App erhältlich ist.

Besonders bei der Kampagne sind der einzigartige Stil und Tonfall, den Ben mit seinem Humor einbringt. So hat er als bekennender McDonald's Fan nach einem Tasting des ikonischen Burgers auf seinem Instagram-Kanal dazu aufgerufen, dem Burger noch mehr Royalität zu verleihen. Das Unternehmen entschied sich kurzerhand, ihn zum royalen Berater zu ernennen. Diese Challenge hat Ben prompt angenommen und die Hamburger Royal Tea Time ins Leben gerufen – ein Event mit weiteren Influencer:innen. Der Content in Form eines Mockumentary ist dabei bewusst überzogen und selbstironisch, was von der Community überaus positiv aufgenommen wird. Die kreative Verbindung von Produkt und Trend sowie der authentische Fit zwischen Marke und Content Creator hat dazu beigetragen, dass die Fans das aktuelle Werbeformat auf den sozialen Kanälen feiern.

"Die sehr erfolgreiche Zusammenarbeit mit Ben Bernschneider zeigt, dass Authentizität und Selbstironie die Grundpfeiler einer starken Social Media Kampagne sind. Wir nehmen uns hier als Marke nicht zu ernst, was von der Community mit großer Begeisterung aufgenommen wurde. Ein weiterer Grund für den Erfolg dieser Kampagne ist, dass sie nach dem Social First Prinzip entwickelt wurde, was die Relevanz erhöht und für viel Engagement mit unserer Zielgruppe gesorgt hat.", so Tomasz Dębowski, Marketing-Vorstand von McDonald's Deutschland.

Die Kampagne wird ausschließlich über Instagram Reels, Instagram Storys und TikToks kommuniziert. Sie findet gleichzeitig auf den Kanälen von McDonald's Deutschland und Ben Bernschneider statt. Entwickelt wurde die Kampagne von der Marketing Lead-Agentur von McDonald's Deutschland, Scholz & Friends.



### **Hamburger Royal Cheese:**

Bis 20.03.2024 gibt es neben dem Hamburger Royal Cheese noch zwei weitere Varianten des beliebten Burgers – den Hamburger Royal Smoky und den Hamburger Royal BBQ Bacon. Außerdem können alle App User bis 20.03.2024 in allen teilnehmenden Restaurants den Cheese Dip erhalten. Dazu muss nur der entsprechende Coupon Hamburger Royal Cheese McMenü in der App eingelöst werden.

**Instagram-Kanal McDonald's Deutschland:** [www.instagram.com/mcdonaldsde/](https://www.instagram.com/mcdonaldsde/)

**Instagram-Kanal Ben Bernschneider:** [www.instagram.com/benbernschneider/](https://www.instagram.com/benbernschneider/)

### **Weitere Informationen erhalten Sie bei:**

McDonald's Deutschland LLC

Markus Weiß

Drygalski-Allee 51

81477 München

Tel.: 089 78594-519

Mail: [presse@mcdonalds.de](mailto:presse@mcdonalds.de)