



PRESSEMITTEILUNG

Weltstars Bill & Tom Kaulitz bekommen ihr eigenes McDonald's Menü: McPlant® Variationen in Deutschland

Das in den USA seit Jahren so beliebte „Famous Order“-Menü kommt nun auch endlich nach Deutschland zu McDonald's. Die weltbekannten Musiker-Zwillinge Bill und Tom Kaulitz entwickeln dafür ihre eigenen Menüs rund um neue Variationen des McPlant® Burgers, den McPlant® Mango Chili und den McPlant® Tomato Chargrill.

München, 7. Mai 2024. Alle kennen es – alle haben es: Die ganz persönliche McDonald's Bestellung. Das gilt für Otto Normalverbraucher genauso wie für Weltstars. Und natürlich soll jeder wissen, dass die eigene Produkt-Zusammenstellung die beste ist, die es gibt. Diese Möglichkeit haben jetzt die gefeierten Musiker-Zwillinge Bill und Tom Kaulitz, denn sie bekommen ab 8. Mai bei McDonald's ihre eigenen Menüs. Sie treten damit in die Fußstapfen von globalen Superstars wie Travis Scott, Mariah Carey und BTS, die in den USA bereits ihre eigene „Famous Order“ hatten. Das Besondere bei den Kaulitz Menüs: Die Zwillinge bekommen nicht nur eins, sondern zwei – also jeder sein eigenes. Warum? Weil Zwillinge sich scheinbar nicht bei allem einig sind. Außerdem haben sie nicht nur die Zusammensetzung festgelegt, sondern auch ihre eigenen Burger kreiert. Was beide Menüs trotz unterschiedlicher Geschmäcker der Brüder vereint: die Pattys beider Burger sind pflanzenbasiert – also jeweils eine Variation des McPlant®. Bills Bestellempfehlung besteht dabei aus dem McPlant® Mango Chili mit Curly Fries und einem Vanille Milchshake, in den Bill gerne mal seine Curly Fries dippt. Sein Bruder Tom bevorzugt den McPlant® Tomato-Chargrill mit 6er McPlant® Nuggets, Süßsauer Sauce und einer großen Coca-Cola. „Die Famous Order Menüs sind in den USA ein großer Erfolg und wir freuen uns sehr, dass wir mit Bill und Tom für unsere erste Kampagne dieser Art in Deutschland Stars gewinnen konnten, die ebenso ikonisch hierzulande sind wie unsere Marke. Sie haben genau wie wir über viele Jahre hinweg Relevanz in der jungen Zielgruppe behalten – deshalb stellt für uns diese Zusammenarbeit den perfekten Match dar.“, so Tomasz Dębowski, Marketingvorstand McDonald's Deutschland.

Bei der Kampagne wird bewusst mit der liebevollen Rivalität zwischen Geschwistern gespielt. So hat jeder der Zwillinge seinen eigenen individuellen Burger kreiert, und will nun, dass die Gäste sein Menü bestellen – und es natürlich dem des Bruders vorziehen. So sind die beiden Bestellempfehlungen nicht nur geschmacklich ein Hit, sondern auch eine Hommage an die einzigartige Beziehung zwischen Zwillingen, die von Wettbewerb und Zusammenhalt gleichermaßen geprägt ist.



Dazu Bill und Tom Kaulitz: "McDonald's begleitet uns, so wie die Meisten, schon unser Leben lang. Für uns ging also ein Kindheitstraum in Erfüllung, als McDonald's uns gefragt hat, ob wir unsere eigenen Menüs und Burger kreieren wollen.

Wir beide möchten selbst gerne immer öfter auf Fleisch verzichten, deshalb war es unser Wunsch Menüs zusammenzustellen, die eine echt tolle Alternative bieten und gleichzeitig den einzigartigen Mecces-Geschmack liefern."

Für die 360-Grad-Kampagne (Out Of Home, Digital, TV, Social Media) wurde von der Band der Kaulitz-Brüder, Tokio Hotel, der brandneue Song „The Weekend“ komponiert. Konzipiert wurde die Kampagne von der McDonald's Marketing-Leadagentur Scholz & Friends, der TVC wurde von Czar Films produziert unter der Regie von Baris Aladag. Im Rahmen der Kampagne wird es außerdem in der McDonald's App und auf den Social Media Kanälen von McDonald's Deutschland ein Gewinnspiel geben. Neben exklusiven VIP-Tickets für die in 2025 anstehende Tokio Hotel Tour gibt es auch von den Kaulitz-Brüdern entworfene Merchandise-Artikel zu gewinnen. Die Kampagne läuft bis 13.06.2024, beide Variationen des McPlant® werden jedoch bis mindestens 13.08.2024 im Angebot bleiben.

McPlant

McDonald's Deutschland hat die McPlant® Plattform Anfang letzten Jahres eingeführt, um eine Option für diejenigen zu bieten, die die Wahl ihres Proteins von Zeit zu Zeit wechseln. Die neuen McPlant®-Menüs sind eine ideale Möglichkeit dazu. Die McPlant® Burger beeindrucken traditionelle Burger-Fans mit ihren saftigen Pattys, die einen sehr fleisch-ähnlichen Geschmack haben. Und auch die McPlant® Nuggets entwickelten sich durch ihren knusprigen, saftigen Geschmack zu absoluten Fan-Favoriten. Deutschland war der erste McDonald's Markt weltweit, der McPlant® Nuggets eingeführt hat. Das Patty des McPlant® Burgers und die McPlant® Nuggets werden von Beyond Meat hergestellt, einem führenden Unternehmen für pflanzliche Fleischalternativen, dessen pflanzliche Proteine für ihren authentischen, saftigen Geschmack bekannt sind. Die Produkte werden aus pflanzlichen Zutaten hergestellt, wobei das pflanzliche Patty auf Erbsenproteinbasis und die Nuggets auf Weizen- und Erbsenproteinbasis hergestellt werden. Die Menüs der Zwillinge sollen nicht nur die Fans der beiden begeistern, sondern auch diejenigen, die auf der Suche nach leckeren pflanzlichen Alternativen sind.



Weitere Informationen erhalten Sie bei:

McDonald's Deutschland LLC

Markus Weiß

Drygalski-Allee 51

81477 München

Tel.: 089 78594-519

Mail: presse@mcdonalds.de