



Presseinformation

Media First: OMD realisiert für McDonald's recycelbare Out-of-Home-Kampagne

In Rahmen seiner Nachhaltigkeitsinitiative Better M setzt McDonald's Deutschland zusammen mit OMD auf CO2-effiziente Mediaplanung und sorgt in seiner aktuellen OoH-Kampagne mit Lenticular Murals aus recyceltem Holz für Aufsehen und Nachhaltigkeit.

München, 07.12.2022 – Wie bekommt eine Restaurant-Kette auch in der Kommunikation glaubhaft das Thema Nachhaltigkeit transportiert? Vor dieser Frage stand McDonald's Deutschland und seine Mediaagentur OMD. Schließlich achtet McDonald's seit Jahren auf mehr Nachhaltigkeit und hat u.a. allein Deutschland seit 2019 durch Verpackungsumstellungen bei McFlurry® & Co mehr als 2.000 Tonnen Plastik eingespart. Bis 2025 sollen in weltweit allen McDonald's Restaurants 100 Prozent aller Verkaufsverpackungen aus erneuerbaren, recycelten oder zertifizierten Materialien bestehen. Vor diesem Hintergrund und auch um in der Kommunikation ökoeffiziente Akzente zu setzen, plante und realisierte OMD zusammen mit der jüngst gegründeten und auf nachhaltige Beratung spezialisierte Unit OMG Momentum für ihren Kunden im Rahmen der McDonald's Nachhaltigkeitsinitiative „Better M“ eine ökoeffiziente Kampagne.

Holz statt Kunststoff: Das Medium ist die Message

Highlight, Hingucker und Media-Innovation zugleich waren hier zwei riesige Out-of-Home Lenticular Murals auf einer 230 qm großen Hauswand in Berlin und in Köln (190 qm). Je nach Blickwinkel (Lenticular-Effekt) waren beim Vorbeigehen zwei unterschiedliche Visuals der Better M-Kampagne mit der Botschaft „Plastik gibt den Löffel ab“ – somit wurde der Bezug zur Müll- und Plastikreduktion hergestellt – zu sehen. Möglich wird diese optische Täuschung bzw. dieser Effekt durch eine zweiphasige Animation, die durch vertikal angeordnete Dreiecke an der Fassade erzeugt wird. Das Besondere: Für die Lenticular Murals wurde ökologisches Holz anstelle wie sonst üblich bedruckte Folien oder Plakate sowie luftreinigende (sog. photokatalytische) Farbe verwendet. Gemäß dem Motto „wiederverwenden statt verschwenden“ und um die Wertschöpfungskette auszuschöpfen und die Kreislaufwirtschaft weiter zu verlängern, wird das Holz nach der Kampagne verkauft und der Erlös an die McDonald's Kinderhilfe Stiftung gespendet. Die Lenticular Murals waren von Anfang November 2022 für drei

Better decisions, faster.

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388.
Geschäftsführung: René Coiffard, Boris Cieslar, Thorsten Decker, Christjan Esch, Klaus Stinnertz, Selina Wertschulte.
Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDEDD.
An Omnicom Company. www.omb.com/germany/



Presseinformation

Wochen an hochfrequentierten Stellen in Berlin Wedding und von Mitte November bis Anfang Dezember in Köln-Ehrenfeld zu sehen und wurden von areasolutions, den Experten für Werbung im öffentlichen Raum der Omnicom Media Group Germany, umgesetzt.

Die Media First-Kampagne lief außerdem in Print, Online Video und -Display sowie auf Social Media. Auch hier wurde jedes Medium hinsichtlich seiner Ökoeffizienz optimiert: So wurden die Spotlängen der Online-Videos auf 10 Sekunden reduziert und bei den Print-Titeln wurde gezielt auf den Recycling-Anteil des Papiers sowie auf die FSC-Zertifizierung und Ecolabel geachtet.

„Mit der aktuellen Better M-Kampagne zeigen wir einmal mehr, dass McDonald's nicht nur über Nachhaltigkeit spricht, sondern über sämtliche Liefer- und Wertschöpfungsketten hinweg Maßnahmen ergreift und künftig weiter ergreifen wird. Sei es von Ökostrom in den Restaurants über plastikfreie Gästeverpackungen bis hin zu ökoeffizienter Kommunikation im Rahmen dieser Mediakampagne“, so Markus Weiß, Unternehmenssprecher McDonald's Deutschland.

Petra Strauss, Managing Partner OMD München, ergänzt: „Wir haben für das Highlight der Better M-Kampagne immer den Spruch – the medium is the message – im Kopf gehabt. Wir freuen uns sehr, dass wir mit dem Lenticular Mural die Message zur McDonald's Nachhaltigkeitsinitiative auf einem ökologischen Medium realisieren konnten.“

Über McDonald's Deutschland

McDonald's ist eine der bekanntesten Marken der Welt und mit rund 1.450 Restaurants in Deutschland bundesweit Marktführer der Systemgastronomie. Das erste deutsche McDonald's Restaurant eröffnete am 4. Dezember 1971 in der Martin-Luther-Straße in München. Heute begrüßen rund 65.000 Mitarbeiter:innen aus über 114 Nationen etwa 1,4 Millionen Gäste täglich in den McDonald's Restaurants in Deutschland. Über 90 % der Restaurants werden von Franchise-Nehmer:innen betrieben – 199 selbstständige Unternehmerinnen und Unternehmer, die als Repräsentant:in der Marke in ihrem lokalen Umfeld fungieren.

Über OMD Germany

OMD ist eine der führenden Mediaagenturen Deutschlands und entwickelt auf Basis von Innovation, Kreativität, Empathie und Daten wirksame Marketing- und Kommunikationslösungen für Unternehmen. Getreu ihrer Philosophie „Better decisions, faster.“ steht für OMD immer im Fokus, ihre 1100 Mitarbeitenden und über 160 Kunden dabei zu unterstützen, schneller zu lernen und schneller zu handeln – um letztlich relevantere, effektivere und profitablere Verbindungen zwischen Menschen und Marken entstehen zu lassen. So gelingt es OMD, nachweisbar zum Geschäftserfolg ihrer Kunden beizutragen.

OMD ist in Deutschland an insgesamt vier Standorten vertreten: Düsseldorf, Hamburg, München und Berlin. 2021 und 2022 wurde OMD als Digitaler Marktführer Deutschlands (COMvergence) ausgezeichnet

Better decisions, faster.®

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388.
Geschäftsführung: René Coiffard, Boris Cieslar, Thorsten Decker, Christjan Esch, Klaus Stinnertz, Selina Wertschulte.
Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDEDD.
An Omnicom Company. www.omb.com/germany/



Presseinformation

und ist zugleich die meistausgezeichnete Mediaagentur Deutschlands bei den Award Shows. Die Agenturgruppe ist Teil von OMD Worldwide (www.omb.com), dem weltweit größten Media-Agenturnetzwerk mit Offices in 100 Ländern und mehr als 13.000 Angestellten. Weltweit ist OMD von RECMA (Research Company Evaluating the Media Agency Industry) zur leistungsstärksten Mediaagentur ausgezeichnet worden und zum Media Network of the Year von den Cannes Lions. OMD bleibt auch 2022 die meistausgezeichnete Media Agentur in Cannes.

www.omb.com/germany/

Für weitergehende Informationen kontaktieren Sie bitte:

Sonja Tabatabai, Omnicom Media Group Germany

Group Manager Public Relations & Marketing

Tel.: 0211-38807-579

E-Mail: Sonja.Tabatabai@omnicommediagroup.com

Better decisions, faster.

Handelsregister-Nr.: Düsseldorf HRB 75489. USt-IdNr.: DE 242 292 388.

Geschäftsführung: René Coiffard, Boris Cieslar, Thorsten Decker, Christjan Esch, Klaus Stinnertz, Selina Wertschulte.

Bankverbindung: HSBC Trinkaus & Burkhardt, IBAN: DE77 3003 0880 0013 4700 06, BIC (SWIFT-Code): TUBDDEDD.

An Omnicom Company. www.omb.com/germany/