



McDonald's Österreich | Presseinformation für die Marketing- & Kommunikationsbranche

Brunn am Gebirge, am 1. April 2025

Kulturphänomen trifft auf Love Brand

McDonald's Österreich launcht Vertigration Experience Kampagne zum *Ein Minecraft Film*

Rechtzeitig zur Veröffentlichung von *Ein Minecraft Film* am kommenden Donnerstag sorgt McDonald's für eine echte Blockbuster-Kooperation: Mäcchi-Fans weltweit können sich ab heute, 1. April auf das *Ein Minecraft Film*-Menü freuen – so auch in Österreich. Begleitet wird der Launch des neuen Menüs bei McDonald's Österreich von der ersten Vertigration Experience Kampagne, die nicht nur eine Vielzahl an Kanälen abdeckt, sondern auch tief in das Restaurant- und digitale Markenerlebnis integriert ist. Dabei setzt McDonald's neben speziellen Snack-Highlights und exklusiven von Minecraft inspirierten Collectibles auf einen starken Mix aus Online, TV, Instore, Social und Kinowerbung.

Ab heute bringt McDonald's die Magie der Minecraft-Filmwelt mit dem *Ein Minecraft Film*-Menü in die heimischen Restaurants. Damit spannt der Systemgastronomiemarktführer eine kulturelle Brücke zwischen seiner beliebten Brand und dem globalen Phänomen Minecraft. Gleichzeitig startet die erste Vertigration Experience Kampagne (Vertigration = Vertical Integration & Communication), die sich nahtlos über die McDonald's App, Happy Meal, McDelivery sowie durch eigene Snack Highlights im Produktportfolio an Minecraft-Fans aller Generationen richtet. Umgesetzt wird die globale Kampagnenstrategie hierzulande durch die langjährigen Partneragenturen **DDB Wien, KUBRIK, OMD** und **currycom**. „*McDonald's steht für Innovation und einzigartige Erlebnisse, die unsere Fans begeistern. Mit unserer Kampagne zum „Ein Minecraft Film“ vereinen wir ein globales Kulturphänomen sowie die faszinierende Welt des Films mit dem unverwechselbaren Mäcchi-Feeling – damit treffen wir den Nerv der Zeit und schaffen so eine neue Dimension der Markenbindung*“, so **Dipti Paranjape**, Chief Marketing Officer bei McDonald's Österreich.

Mäcchi, aber Minecraft: Vertigration über sämtliche Kanäle

Im Rahmen der Kampagne legt der Systemgastronomiemarktführer einen Promotion-Schwerpunkt auf die eigenen Restaurants: Besonderes Highlight sind etwa eigene an das **Spiel Minecraft angelehnte Snack-Highlights**, wie die Nether Flame Sauce, die McFlurry Brownie Blocks, Mozzarella Blocks oder der Creeper Donut – benannt nach Creeper, dem feindlichen, grünen Wesen mit vier Beinen, das sich lautlos an Spieler:innen heranschleicht. Auch abseits der Produktpalette ist Minecraft im Rahmen der Kampagne an sämtlichen Kund:innen-Touchpoints vertreten: So macht McDonald's die Minecraft-Magie in seinen Restaurants anhand von **Fensterklebern, Kiosk-Toppnern und eigenen Creeper-Aufstellern** voll und ganz für seine Gäste spürbar.

Darüber hinaus wird die Vertigration Experience über eine eigene Happy Meal Promotion erlebbar gemacht, denn im Laufe der Kooperation dürfen sich die jüngsten McDonald's Gäste auf insgesamt zwölf Happy Meal Spielzeuge passend zum *Ein Minecraft Film* freuen. Abgerundet wird die Experience über McDelivery durch zwei spezielle McMenü Bundles – das Gamer Bundle und das Family Bundle.



Wöchentlich neue exklusive Sammlerstücke und In-Game-Experiences

Eine weitere zentrale Plattform für die Kampagne ist zudem die McDonald's-App. So erhält man mit Gutschein aus der App das *Ein Minecraft Film*-Menü, bestehend aus einem großen Klassiker McMenü und einem von sechs exklusiven **Collectibles**, die von beliebten McDonald's Produkten, Charakteren aus dem McDonald's Universum sowie beliebten Minecraft-Schätzen inspiriert sind – solange der Vorrat reicht. Über einen Zeitraum von sechs Wochen wechselt wöchentlich das heiß begehrte Collectible. Zu jedem Collectible gibt es außerdem eine passende Karte mit einem **Code**, den Fans scannen können, um einen exklusiven In-Game Skin innerhalb von Minecraft freizuschalten.

Für MyMcDonald's Mitglieder gibt es auch weitere exklusive **Minecraft Game Add-Ons** für 30 Ms: etwa einen einmalig einlösbaren Code, mit dem sie ein Minecraft-Zusatzpaket freischalten können, das zusätzliche Komponenten – wie McDonald's-Charaktere, Gemälde oder Werkzeuge – enthält.

Das ***Ein Minecraft Film*-Menü** ist ab heute, **1. April in allen heimischen McDonald's Restaurants** und ausschließlich für MyMcDonald's Mitglieder erhältlich. Die Happy Meal Spielzeuge der ***Ein Minecraft Film***-Kooperation sind ab Donnerstag, 3. April erhältlich.

Weitere Infos unter www.mcdonalds.at

>>> Bildmaterial auf der Folgeseite >>>

Bildmaterial

Fotocredit: McDonald's Österreich



Mit der Vertigration Experience Kampagne zum *Ein Minecraft Film* spannt der Systemgastronomiemarktführer eine kulturelle Brücke zwischen seiner beliebten Brand und dem globalen Phänomen Minecraft.

Im Bild (v.l.n.r.): Mariana Jörg (Team Lead Digital Strategy & Activation bei McDonald's Österreich), Dipti Paranjape (Chief Marketing Officer bei McDonald's Österreich) & Ellen Staudenmayer (Managing Director bei McDonald's Österreich)

[Downloadlink](#)



Begleitet wird der Launch des *Ein Minecraft Film*-Menü bei McDonald's Österreich von der ersten Vertigration Experience Kampagne, die nicht nur eine Vielzahl an Kanälen abdeckt, sondern auch tief in das Restaurant- und digitale Markenerlebnis integriert ist.

Im Bild (v.l.n.r.): Mariana Jörg (Team Lead Digital Strategy & Activation bei McDonald's Österreich), Ellen Staudenmayer (Managing Director bei McDonald's Österreich) & Dipti Paranjape (Chief Marketing Officer bei McDonald's Österreich).

[Downloadlink](#)



Das *Ein Minecraft Film*-Menü enthält – solange der Vorrat reicht – eines von sechs heiß begehrten Collectibles, die von beliebten McDonald's Produkten, Charakteren aus dem McDonald's Universum sowie beliebten Minecraft-Schätzen inspiriert sind.

[Downloadlink](#)



Über einen Zeitraum von sechs Wochen wechselt wöchentlich das von McDonald's inspirierte Collectible. Dazu gehören der Zombie-Hamburglar, angelehnt an die populäre Figur des *Hamburglar*, Die Soda Potion, der Fry Helm, das Grimace Egg - inspiriert vom beliebten lila Riesen *Grimace* – Birdie Wings und der Big Mac Crystal.

[Downloadlink](#)



Die Vertigation Experience wird auch über eine eigene Happy Meal Promotion erlebbar gemacht: Im Laufe der Kooperation dürfen sich die jüngsten McDonald's Gäste auf insgesamt zwölf Happy Meal Spielzeuge passend zum *Ein Minecraft Film* freuen.

[Downloadlink](#)



Zu jedem Collectible gibt es außerdem eine passende Sammlerkarte mit einem Code, den Fans scannen können, um den exklusiven In-Game Skin in Minecraft freizuschalten.

[Downloadlink](#)



Das *Ein Minecraft Film*-Menü ist ab heute, 1. April in allen heimischen McDonald's Restaurants und ausschließlich für MyMcDonald's Mitglieder erhältlich.

[Downloadlink](#)



Ab heute bringt McDonald's die Magie der Minecraft-Filmwelt mit dem *Ein Minecraft Film*-Menü in die heimischen Restaurants. Gleichzeitig startet die erste Vertigation Experience Kampagne, die sich nahtlos über die McDonald's App, Happy Meal, McDelivery sowie durch eigene Snack Highlights im Produktportfolio an Minecraft-Fans aller Generationen richtet.

[Downloadlink](#)

Über McDonald's Österreich

McDonald's Österreich betreibt aktuell rund 200 Restaurants und beschäftigt 9.600 Mitarbeiter:innen aus 92 Nationen. Mehr als 90 % der Restaurants werden von 47 Franchisenehmer:innen betrieben, die zumeist als Familienbetriebe rund 50 Mitarbeiter:innen pro Restaurant beschäftigen. Ihre Gewinne werden, genau wie die Gewinne von McDonald's Österreich, in Österreich versteuert: Neben der jährlichen Entrichtung von über 200 Millionen Euro an Steuern und Abgaben an die Republik investieren McDonald's Österreich und seine Franchisenehmer:innen zudem zwischen 30 und 50 Millionen Euro pro Jahr in Mitarbeiter:innen, Standorte und das Restaurantenerlebnis für die Gäste. Mit einer jährlichen Bruttowertschöpfung von über 600 Millionen Euro hat der Systemgastronomie-Marktführer die gleiche volkswirtschaftliche Bedeutung wie die Fußball-EM Euro 2008 für Österreich. Dabei schafft jedes McDonald's Restaurant österreichweit im Durchschnitt einen Wertschöpfungseffekt von rund 2,5 Millionen Euro. Der Systemgastronomie-Marktführer nimmt seine gesellschaftliche, ökologische und ökonomische Verantwortung wahr und bezieht als größter Gastronomie-Partner der heimischen Landwirtschaft bereits heute rund 70 % der für das gesamte Produktsortiment verwendeten Rohstoffe aus Österreich. Auch im Bereich Umweltschutz und Recycling werden konkrete Ziele verfolgt: Neben der kontinuierlichen Reduktion der CO₂-Emissionen werden Abfälle in jedem



österreichischen McDonald's Restaurant gesammelt, getrennt und im Anschluss zu über 90 % wiederverwertet. Dabei wird auch heuer der Anteil an Gästeverpackungen aus Papier und Karton von aktuell 93 % durch neue Verpackungslösungen weiter erhöht. Bis 2025 stammen 100 % aller Gästeverpackungen aus erneuerbaren, recycelten oder zertifizierten Quellen. Weitere Informationen zum bisher Erreichten und den Zielen bis 2025 unter <https://www.mcdonalds.at/care>.

Rückfragehinweis McDonald's Österreich

Wilhelm Baldia | Head of Impact | 0664 8534999 | E-Mail: wilhelm.baldia@at.mcd.com

Katrin Stockhammer | Professional Impact | +43 664 822 5525 | E-Mail: katrin.stockhammer@at.mcd.com |

Website: mcdonalds.at/pressekontakt