



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

Brunn am Gebirge, am 14. Juli 2025

**Lila Kultfigur landet in Österreich**

## **McDonald's Österreich launcht umfassende 360-Grad-Kampagne rund um Grimace**

**Rechtzeitig zu Beginn des Sommers launcht McDonald's ein echtes Popkultur-Phänomen: Grimace – die lila Mäcci-Ikone mit flauschigem Fell, großem Herz und einer Schwäche für Skateboards und Shakes – kommt im Juli 2025 erstmals nach Österreich. Mit im Gepäck: der lila Grimace Shake und das Grimace Shake Menü, das seit 8. Juli in allen McDonald's Restaurants erhältlich ist. Begleitet wird die Ankunft von Grimace durch eine umfassende 360-Grad-Kampagne, die über mehrere Teaser- und Launch-Phasen hinweg eine Vielzahl an Kanälen bespielt und tief in das Restaurant- und digitale Markenerlebnis integriert ist.**

Die Trendfarbe des Sommers? Lila! Denn ab sofort heißt es: *Grimace is in the house* – McDonald's Österreich bringt damit nicht nur Farbe, sondern auch jede Menge Spaß und Kultcharakter in die heimischen Restaurants. Das seit den 1970ern beliebte lila Maskottchen steht für Freundschaft, Freude und gute Laune und feierte kürzlich sein Comeback durch diverse Social-Media-Hypes. Neben den Grimace Taste Highlights gibt es auch ein MyM Retro Game in der McDonald's App sowie exklusive Merch-Goodies.

„Mit der 360-Grad-Kampagne rund um Grimace möchten wir die Zielgruppe der GenZ in den Fokus rücken und ein tiefgreifendes Markenerlebnis schaffen. Unser lila Maskottchen sorgt für Nostalgie, Nahbarkeit und verbreitet positive Vibes. Durch das digitale Storytelling, Lifestyle-Aktivierungen und einen ganzheitlichen Marketing-Ansatz schaffen wir es, die Love-Brand McDonald's in die Kultur der jungen Zielgruppe einzubetten und Markenrelevanz zu schaffen“, so **Reka Vass**, Head of Marketing bei McDonald's Österreich.

### **Das 360-Grad Markenerlebnis mit Grimace**

Begleitet wird der Produktlaunch bei McDonald's Österreich von einer umfassenden, landesweiten **360-Grad-Kampagne**, die sich nach einer fokussierten Teaser-Phase nahtlos über alle Kanäle hinweg erstreckt: von TV über Out-Of-Home und Radio bis Online Video und Social Media. Ein besonderer Fokus liegt auch auf der Brand Experience: Für kurze Zeit lädt Grimace mit dem einzigartigen **Grimace & Friends Pop-Up** in seine lila Welt ein, wo coole Fotospots, interaktive Aktionen und natürlich jede Menge lila Überraschungen auf die Besucher:innen warten. Weiters folgen drei komplette Restaurant-Takeovers in Wien, Graz und Linz, bei denen Fans Grimace persönlich treffen können. Die auffallende In-Store Kommunikation macht Grimace in allen Restaurants erlebbar und holt Grimace aus der digitalen in die analoge Welt. Umgesetzt wird die globale Kampagnenstrategie hierzulande durch die langjährigen Partneragenturen **DDB Wien, KUBRIK, OMD, Stargate, Erlebnismarketing** und **currycom**.



## Where Grimace goes, Friendship grows

Bereits in den 1970ern hat das lila Maskottchen mit den großen Händen und dem unverkennbaren Watschelgang die Herzen der McDonald's Gäste erobert und entertaint Mäcchi-Fans seit jeher durch seine liebevolle und tollpatschige Art. Unter dem Motto „**Where Grimace goes, Friendship grows**“ wird die Kampagne auf vielfältige Weise zum Leben erweckt. Nun führt er seine Mission, neue Freundschaften zu schließen, in Österreich fort und bringt seine verspielten Retro-Vibes in die Bundesländer. Hier kann die Ankunft von Grimace in Österreich live mitverfolgt werden: [Instagram](#), [YouTube](#).

*„Mit Grimace holen wir einen viralen Trend nach Österreich – und machen ihn für unsere Gäste erlebbar. Damit setzen wir gezielt auf das, was unsere Unternehmensstrategie ausmacht: starke Relevanz in der Alltagskultur, ein tiefes Verständnis für unsere Zielgruppen und die Fähigkeit, globale Impulse lokal erlebbar zu machen. Wir demokratisieren Trends, schaffen neue Erlebnisse – und stärken so auch die emotionale Verbindung zu unserer Marke, besonders bei einer jungen Generation, für die Community, Freundschaft und Spaß entscheidend sind“,* so **Ellen Staudenmayer**, Managing Direktorin bei McDonald's Österreich.

Das exklusive **Grimace Shake Menü** und die **limitierten Grimace Merch-Goodies** sind ab Juli in allen österreichischen McDonald's Restaurants erhältlich – solange der Vorrat reicht.

### Weitere Informationen:

[www.instagram.com/mcdonalds\\_austria/](https://www.instagram.com/mcdonalds_austria/)  
[www.tiktok.com/@mcdonaldsaustria](https://www.tiktok.com/@mcdonaldsaustria)  
[www.mcdonalds.at](https://www.mcdonalds.at)

>>> **Bildmaterial auf der Folgeseite >>>**

## Bildmaterial



Das Grimace Shake Menü mit Big Mac oder 6er Chicken McNuggets, großen Pommes, Berry & Cream Dip sowie dem Grimace Shake – alles verpackt in der exklusiven Grimace Box.  
©Raphael Riegler

[Download](#)



Mit der 360 Grad-Kampagne baut McDonald's Österreich eine Brücke zwischen Marke und lila Kult. (v.l.n.r.) Ellen Staudenmayer (Managing Direktorin bei McDonald's Österreich), Grimace und Reka Vass (Head of Marketing bei McDonald's Österreich)

©Raphael Riegler

[Download](#)



Die Trendfarbe des Sommers? Lila! Denn ab sofort heißt es: Grimace is in the house

© Raphael Riegler

[Download](#)



Die Kampagne erstreckt sich nach einer fokussierten Teaser-Phase nahtlos über alle Kanäle hinweg: von TV über Out-Of-Home und Radio bis Online Video und Social Media.

© Raphael Riegler

[Download](#)



„Wir wollen vor allem für eine junge Zielgruppe Erlebnisse schaffen, die Spaß machen und in Erinnerung bleiben“, so Ellen Staudenmayer, Managing Direktorin bei McDonald's Österreich.

© Raphael Riegler

[Download](#)



Reka Vass, Head of Marketing bei McDonald's Österreich, schafft es, durch digitales Storytelling, Lifestyle-Aktivierungen und einem ganzheitlichen Marketing-Ansatz Grimace erlebbar zu machen.

© Raphael Riegler

[Download](#)



Durch den 360-Grad-Ansatz wird die Love-Brand McDonald's in die Kultur der Generation Z eingebettet und Markenrelevanz geschaffen.

© Raphael Riegler

[Download](#)

## 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 48 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 CO<sub>2</sub>-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](mailto:wilhelm.baldia@at.mcd.com)

**Katrin Stockhammer** | Professional Impact | +43 664 822 5525 | E-Mail: [katrin.stockhammer@at.mcd.com](mailto:katrin.stockhammer@at.mcd.com) |

Website: [mcdonalds.at/pressekontakt](https://mcdonalds.at/pressekontakt)