



McDonald's Österreich Presseinformation

Brunn am Gebirge, 12. Dezember 2025

Neue Big Rösti Kampagne

McDonald's Österreich sagt „Ja zum Winter“

Wenn die kalte Jahreszeit kommt, ist es Zeit für liebgewonnene Wintertraditionen – sich über die ersten Schneeflocken freuen und den ersten Big Rösti des Jahres genießen. McDonald's Österreich fängt genau diese Momente ein und begleitet Österreichs wohl bekanntesten Winter-Burger heuer erstmals schon vor Weihnachten mit einer neuen und emotionalen Kampagne.

Der Winter ist da und McDonald's Österreich lädt ein, „Ja“ zu sagen: zum inneren Kind, zur Freude des Augenblicks und dem Gefühl, den Alltag kurz auszublenden und alles ein bisschen leichter wirken zu lassen. Die neue in Österreich produzierte Kampagne erzählt genau diese Geschichte: Die ersten Schneeflocken fallen, und plötzlich ist sie wieder da, die kindliche Vorfreude auf den Winter. Dieses Gefühl der Unbeschwertheit, sich auch als Erwachsener hin und wieder besonderen Momenten im Winter hinzugeben und sich - selbst wenn für einen kurzen Moment - wieder wie ein Kind zu fühlen. Mit dabei ist wie in jedem Winter der vergangenen Jahre der Big Rösti: herhaft, knusprig, vertraut und unwiderstehlich.

360-Grad-Kampagne für die gesamte Wintersaison

„Der Big Rösti und der Winter gehören einfach zusammen. Mit dieser Kampagne machen wir ihn zum Begleiter der Magie dieser Jahreszeit, in der Menschen Freude, Spontanität und ein bisschen kindliche Leichtigkeit erleben. Genau dieses Gefühl wollen wir mit unseren Gästen feiern – die kleinen Momente, die man oft übersieht und die man eigentlich gern festhalten würde“, sagt Reka Vass, Head of Marketing bei McDonald's Österreich. Herzstück der Kampagne ist ein **80-sekündiger Hero-Spot**, der als zentrales Bewegtbild-Asset für die digitale Ausspielung dient. Erzählt wird dieses Gefühl in einem Spot über eine Story zweier Protagonisten: Der erste Schnee, eine impulsive, fast kindliche Geste und ein Moment des Wiedererkennens. Der gemeinsame Big Rösti bei McDonald's wird dabei zum Symbol für Wintermomente, in denen aus Abstand wieder Nähe und aus Alltag Verbundenheit wird. Die Kampagne ist als **360-Grad-Auftritt** angelegt und umfasst im Zeitraum Anfang Dezember bis Ende Jänner neben TV, Online Video und Hörfunk auch Out of Home, In-Store-Kommunikation, Social Media und Digital.

Den neuen Kampagnenspot gibt es in voller Länge hier zu sehen: [YouTube](#)

Weitere Infos: www.mcdonalds.at

Bildmaterial

Fotocredit: McDonald's Österreich



„Sag ja zum Winter“: Begleitet von einer emotionalen Kampagne bringt McDonald's Österreich heuer den wohl bekanntesten Winter-Burger, den Big Rösti, schon vor Weihnachten in die Restaurants.



Aus damals wird jetzt: Zwei alte Freunde, ein gemeinsamer Tisch, ein Big Rösti – der Hero Spot der neuen Winterkampagne von McDonald's Österreich zeigt, wie Erinnerung, Emotion und Marke zusammenfinden.

[Bilddownload](#)



Als vertrauter Klassiker steht der Big Rösti auch heuer im Mittelpunkt der Wintersaison mit einer Kampagne, die stark auf winterliche Emotionen einzahlt.



Als saisonaler Lieblingsburger vieler Gäste spielt der Big Rösti eine zentrale Rolle in der Winterkommunikation von McDonald's Österreich – kulinarisch und emotional.

[Bilddownload](#)



Die Kampagne ist von Anfang Dezember bis Ende Jänner als 360-Grad-Auftritt angelegt und umfasst neben TV, Online Video und Hörfunk auch Out of Home, In-Store-Kommunikation, Social Media und Digital.

[Bilddownload](#)



Der Winterklassiker von McDonald's: Der Big Rösti – herhaft, knusprig, vertraut.

[Bilddownload](#)

[Bilddownload](#)



Seit Anfang Dezember ist der Big Rösti wieder in den heimischen Restaurants erhältlich.

[Bilddownload](#)

Über McDonald's Österreich

McDonald's Österreich betreibt aktuell über 200 Restaurants und beschäftigt 9.600 Mitarbeiter:innen aus 92 Nationen. Mehr als 90 % der Restaurants werden von 50 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 Restauranterlebnis 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. Weitere Informationen zum bisher Erreichten und unseren Zielen unter <https://www.mcdonalds.at/care>.

Rückfragenhinweis McDonald's Österreich

Wilhelm Baldia | Head of Impact | +43 (0)664 8534999 | E-Mail: Wilhelm.baldia@at.mcd.com

Katrin Stockhammer | Professional Impact | +43 (0)664 822 5525 | E-Mail: katrin.stockhammer@at.mcd.com |

Website: mcdonalds.at/pressekontakt