



PERSBERICHT

McDonald's is 'Always Open for Good Times'

Nieuw thema en merkcampagne om veranderingen zichtbaar en voelbaar te maken

Amsterdam, 31 januari 2017 - Deze week introduceert McDonald's in Nederland haar nieuwe thema 'Always Open for Good Times'. Een eerste vertaling daarvan in een nieuwe merkcampagne geeft de beweging die McDonald's maakt sneller zichtbaar en voelbaar. 'Always Open for Good Times' is veel meer dan alleen een nieuwe campagne. Het is het centrale thema dat uitdraagt wat McDonald's voor haar gasten wil betekenen. En vormt daarmee voor iedereen van McDonald's een kompas en vertrekpunt, op al die contactmomenten die gasten hebben met McDonald's. De TV commercial is via [deze link](#) te bekijken.

Erwin Dito, directeur Marketing, Communication en Consumer Insight van McDonald's Nederland licht toe: 'een bezoek aan McDonald's is voor gasten een verwenmoment, een snack tussendoor, een maaltijd, ontbijt voor het gemak of om iets te vieren met elkaar. Daarbij is het onze ambitie om onze gasten **altijd** het goede gevoel te geven. Met onder andere verse burgers, Wraps, Milk Shakes, een lekker ontbijt of ijskoude Frappé. En dat voor zo'n drie miljoen gasten per week. McDonald's is er om 'spontane geluksmomentjes' te bieden'. En dat is vertaald naar het nieuwe thema 'Always Open for Good Times'.

Dit thema is echter nadrukkelijk meer dan een reclamecampagne. Het is het gevoel dat uitdraagt wat McDonald's voor haar gasten wil betekenen en de vertaling van de ambitie om het meest geliefde merk van Nederland te worden. En dat gaat McDonald's op ieder contactmoment met de gast laten ervaren. Erwin Dito: 'dat doen we dus niet alleen met een lekkere burger en een goede ervaring. Het gaat ook om weten wat je als gast eet, weten hoe het wordt klaargemaakt, waar het vandaan komt of wat McDonald's met het afval doet'. Ook de service en beleving door 18.000 medewerkers moeten dit thema gaan versterken. Toegankelijk, dichtbij, een open cultuur waar iedereen welkom is. Als grootste restaurantketen van Nederland nodigt McDonald's haar gasten met dit thema ieder moment weer uit. En doen ze er met elkaar alles aan om dat elk gastcontactmoment waar te maken.

'Always Open for Good Times' is dus het kompas waar McDonald's op vaart: door eigen medewerkers in het land tot de bureaus waar het bedrijf mee samenwerkt, leveranciers, het marketing- en communicatieteam. En de collega's die vragen en opmerkingen van gasten beantwoorden.

In de reclamecampagne, ontwikkeld door reclamebureau TBWA, geeft McDonald's 'Always Open for Good Times' op een unieke manier een creatieve invulling. Begin februari lanceert McDonald's het eerste hoofdstuk rondom de Maestro Burger. Darre van Dijk, Chief Creative Officer van TBWA, licht de campagne toe: 'De ervaring die gasten hebben bij deze burger is meer dan alleen genieten met je smaakpapillen. McDonald's roept je op om je open te stellen; 'Prikkel al je zintuigen'. Dit demonstreren we met een authentieke registratie van een onnavolgbare act, waarbij het 60-koppig symfonisch orkest Guido's Orchestra, onder leiding van Guido Dieteren, via een live-verbinding gasten van McDonald's begeleidde bij het genieten van een Maestro Burger'. Zonder dat zij het door hadden waren zij hoofdpersoon in hun eigen film.

Dit resulteerde in een opvallende film die uitdrukt waarvoor gasten bij McDonald's terecht kunnen: voor een heerlijke burger die gasten een echte 'Good Time' bezorgen. Van Dijk: 'de registratie werd een ultieme beleving, die voelt alsof je er zelf bij bent als kijker. Deze film is de aftrap die gedurende het jaar navolging gaat krijgen met meer impactvolle hoofdstukken die het hart van gasten zal raken'. Vaak met een "act", die daadwerkelijk is uitgevoerd, soms op een andere wijze. Acts worden Ads, met echte aanstekelijke, spontane 'Good Times'. McDonald's is 'Always Open for Good Times'.



Over McDonald's Nederland

McDonald's bezorgt in Nederland haar wekelijks bijna 3 miljoen gasten op ieder moment van de dag een positief moment. Met gevarieerde keuzes en versbereide, iconische producten die door ruim 18.000 medewerkers met zorg worden bereid. In Nederland heeft McDonald's 246 restaurants. Het streven naar kwaliteit staat centraal in alle facetten van de bedrijfsvoering.

Noot voor de redactie (niet ter publicatie):

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

McDonald's Nederland, afdeling Communicatie

Eunice Koekkoek, (020) 5642695