



## PERSBERICHT

### McDonald's tackelt mispercepties met nieuwe campagne Meat Tweets

**Amsterdam, 29 april 2019 – McDonald's lanceert de nieuwe campagne Meat Tweets om mispercepties over het gebruik van conserveringsmiddelen in de rundvleesburgers weg te nemen. McDonald's staat voor de kwaliteit van haar producten en laat graag zien hoe producten gemaakt worden door transparant en eerlijk te communiceren. In de campagne Meat Tweets vertellen medewerkers van de rundvleesproducent OSI Food Solutions Europe hoe de rundvleesburgers gemaakt worden.**

De rundvleesburgers die McDonald's in Nederland aanbiedt, worden gemaakt door OSI Food Solutions Europe in Duitsland. De rundvleesburgers bestaan uit honderd procent puur rundvlees van de voorste delen en de flanken van een rund en daar wordt na het grillen in de restaurants alleen een beetje peper en zout aan toegevoegd. Ten onrechte verschijnen zo nu en dan posts op social media waarin wordt gesuggereerd dat er conserveringsmiddelen in de rundvleesburgers van McDonald's zitten. In de Meat Tweets video's worden medewerkers van OSI Food Solutions Europe in hun eigen omgeving onvoorbereid geconfronteerd met deze social mediaberichten. Ook laten de medewerkers het productieproces van de rundvleesburgers in de fabriek zien om te demonstreren hoe het echt zit.



*Medewerker van OSI Food Solutions Europe in Duitsland. De video kun je [hier](#) bekijken*

Eunice Koekkoek, Manager Corporate Communicatie McDonald's Nederland: "We hebben niets te verbergen. Regelmatig geven we een kijkje in de keten en keuken. Open communiceren over de herkomst en kwaliteit van onze producten en het productieproces hoort daar ook bij. Met Meat Tweets hebben we er nu voor gekozen om mispercepties op een authentieke en originele manier weg te nemen. Onze rundvleesburgers bevatten géén conserveringsmiddelen. Conserveringsmiddelen zijn namelijk helemaal niet nodig. De pure rundvleesburgers worden direct diepgevroren tot -18 graden Celsius. Vervolgens transporteren we de rundvleesburgers diepgevroren naar Nederland, waar we ze in de restaurants grillen en serveren voor directe consumptie van onze gasten."

**Credits**

Opdrachtgever: McDonald's Nederland  
Agency: TBWA \ NEBOKO  
Regisseur: Tobias Corba  
Productie: Bandit  
Mediabureau: OMD  
Communicatiebureau: Hill+Knowlton Strategies

**Over McDonald's Nederland**

Wekelijks biedt McDonald's Nederland aan bijna 3,2 miljoen gasten op ieder moment van de dag een positief moment. Met gevarieerde keuzes en versbereide, iconische producten die door ruim 20.000 medewerkers met zorg worden bereid. In Nederland heeft McDonald's 247 restaurants. Het streven naar kwaliteit en beleving staat centraal in alle facetten van de bedrijfsvoering, evenals het inzetten van haar schaalgrootte om te verduurzamen en een positieve bijdrage te leveren aan de maatschappij.

---

*Noot voor de redactie (niet ter publicatie):*

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:  
McDonald's Nederland - Corporate Communicatie  
Eunice Koekkoek  
+31 6 2155 4045