

# Live@McDonald's – „ein Leuchtturm, um das Eis zu brechen“

Interview mit Philipp Wachholz, Director der Abteilung Corporate Affairs und Unternehmenssprecher von McDonald's Deutschland

Mitte Oktober vergangenen Jahres veranstaltete McDonald's das Social Media-Live Event Live@McDonald's auf Big Mac TV und gab einen zwölfstündigen Einblick hinter die Kulissen. CP MONITOR sprach mit Philipp Wachholz, Director der Abteilung Corporate Affairs und Unternehmenssprecher von McDonald's Deutschland über das ungewöhnliche Projekt, über Transparenz als Maxime der McDonald's Kommunikation, die Nehmerqualitäten von Politikern und den Bundestagswahlkampf.

**CP MONITOR: Zwölf Stunden Live@McDonald's auf Big Mac TV – wie wurde die Idee zu diesem Projekt geboren? Was war die Zielsetzung?**

**Philipp Wachholz:** Oberstes Ziel war, Vertrauen zu schaffen und eine glaubwürdige und authentische Darstellung unserer Qualität. Am Anfang war der Gedanke, eine einzelne, fest installierte Kamera in der Küche eines Restaurants zu packen und das Bild ganz transparent vor dem Restaurant und gegebenenfalls auch noch über einen öffentlichen Screen zu übertragen. Dann kam Facebook mit der „Live-Funktion“ auf den Markt. Das war der Anstoß für uns, größer zu denken. Daraus wurde dann ein zwölfstündiges Programm mit einem authentischen und zugleich unternehmerischen Einblick. Zugleich haben über 700 Restaurants in ganz Deutschland auch vor Ort einen

Blick hinter die Kulissen ermöglicht. Analoge und digitale Transparenz wurden so aus unserer Sicht bestmöglich kombiniert.

**CP MONITOR: Sechs Millionen Zuschauer - die quantitativen Ziele wurden vermutlich erreicht, wenn nicht übertroffen. Welche qualitativen Schlüsse ziehen Sie aus dem Monitoring? Welche Zielgruppen erreicht werden?**

**Philipp Wachholz:** Vor allem Teens und Twens konnten direkter und besser angesprochen werden, als dies bisher beim Thema Qualität der Fall war. Themen wie Herkunft, Produktion oder auch Zubereitung der Produkte im Store konnten wir in dem Format für diese Zielgruppe ganz neu und frisch aufbereiten.

In den Nachuntersuchungen hat sich ergeben, dass die Zuschauer deutlich positivere Wahrnehmung gegenüber der Marke hatten als vorher. Unser Ziel, nicht nur viele Menschen zu erreichen, sondern bei ihnen auch etwas im Kopf zu bewegen, ist also aufgegangen.



## Philipp Wachholz

ist seit 1. Februar 2013 als Director der Abteilung Corporate Affairs und als Unternehmenssprecher bei McDonald's Deutschland in München tätig. Er ist damit für die Gesamtleitung der Unternehmenskommunikation verantwortlich und berichtet direkt an den Vorstandsvorsitzenden. Wachholz kam Mitte Juli 2012 als Senior Department Head zum Unternehmen, zuvor war er sechs Jahre in der Pressestelle der Bundes-CDU tätig, zuletzt als Parteisprecher. Davor arbeitete er für die Hörfunkagentur BLR in München.

 [www.mcdonalds.de](http://www.mcdonalds.de)