

## US-Streetfood inspiriert die Systemgastronomie: Warum Klassiker wie Philly Cheesesteak gerade ein Comeback erleben und wie Domino's sie neu interpretiert

Hamburg, Juni 2026. Klassische amerikanische Streetfood-Gerichte erleben aktuell ein starkes Comeback. Ob Burger, BBQ oder Diner-Klassiker: Konsument:innen greifen verstärkt zu vertrauten, herzhaften Comfort-Foods mit Kultcharakter.

Ein prominentes Beispiel für diesen Trend ist das sogenannte *Philly Cheesesteak Sandwich*. Ursprünglich aus der US-Stadt Philadelphia, zählt das Sandwich aus Rindersteakstreifen, geschmolzenem Käse und Zwiebeln zu den bekanntesten Streetfood-Klassikern. Auch Konzepte wie New York Style Pizza, BBQ-inspirierte Varianten wie die Mexican Pulled Chicken aus dem Frühjahr zeigen, wie stark Streetfood-Kultur als Inspirationsquelle für die Produktentwicklung dient.

Gerade in Zeiten, in denen Konsument:innen nach vertrauten Geschmackserlebnissen suchen, gewinnen Klassiker erneut an Bedeutung. Sie stehen für Verlässlichkeit, Genuss und ein Lebensgefühl, das sich leicht teilen lässt.

### Vom Sandwich zum Trendthema: Domino's greift den Streetfood-Trend gezielt auf

Domino's Pizza Deutschland nutzt diesen Trend bewusst und interpretiert Streetfood-Favoriten für das eigene Menü neu. Im Mittelpunkt steht dabei aktuell die Pizza *Philly Cheesesteak*, die die zentralen Elemente des Originals aufgreift und mit der Kombination aus cremiger Käsesauce, saftigen Rindersteakstreifen, roten Zwiebeln und Mozzarella in ein lieferbares Format überführt. Die Pizza ist seit Anfang Juni deutschlandweit auf dem Menü zu finden.



### Trend trifft Kampagnenstrategie

Für Domino's sind solche Food-Klassiker mehr als reine Produkte: Sie bilden die Grundlage für eine durchgängige kommunikative Inszenierung. Streetfood-Ikonen bringen starke visuelle und emotionale Codes mit sich. Diese werden gezielt für Social Media, Influencer-Kooperationen und Kampagnen genutzt und schaffen kontinuierlich neue Gesprächsanlässe rund um die Marke.

„Amerikanische Streetfood-Klassiker sind für uns als amerikanische Marke natürlich auch eine wichtige Inspirationsquelle. Sie verbinden starken Geschmack mit einem klaren kulinarischen Kontext, der sofort verstanden wird“, sagt Matthias Maier, CMO von Domino's Pizza Deutschland. „Unser Ansatz ist es, diese Favoriten auf unsere Weise neu zu interpretieren und so Genussmomente zu schaffen, die sowohl vertraut als auch überraschend sind.“



Ergänzt wird die Neuheit durch weitere saisonale Highlights im Menü: So sorgt die beliebte Caesar Pizza als sommerlicher Klassiker für zusätzliche Abwechslung – wahlweise als Veggie Variante oder als Chicken Caesar Pizza.

Auch im Dessertbereich setzt Domino's auf genussstarke Impulse für die warme Jahreszeit, etwa mit dem Premium Thickshake Salted Caramel & mit Choc Bretzeln sowie limitierten Eiscreme-Varianten wie Ben & Jerry's Strawberry Doughnut und Solero BonBon.



### **Deals und Aktionen als zusätzliche Impulsgeber**

Flankiert wird das Menü durch gezielte Promotions: Ein aufmerksamkeitsstarkes Gutscheineft rund um die großen Fußball-Highlights sowie wechselnde Deals schaffen zusätzliche Bestellanreize und sorgen für hohe Frequenz über alle Kanäle hinweg.

### **Über Domino's Pizza Deutschland GmbH**

Domino's Pizza Deutschland ist mit rund 400 Stores, rund 180 Franchisepartner:innen sowie über 10.500 Mitarbeiter:innen Marktführer im Bereich Pizza Home Delivery und gehört zu den zehn größten Gastro-Franchisegebern. Die Marke mit dem rot-blauen Dominostein bereitet jährlich 30 Mio. Pizzen zu. Dabei verfolgt Domino's Pizza stets das Ziel, handgemachte Pizza, Pasta, Salate sowie Wraps, Chicken Snacks und Desserts aus hochwertigen Zutaten schnell und frisch zu liefern. [www.dominos.de](http://www.dominos.de)

### **Pressekontakt:**

Email: [presse@dominos.de](mailto:presse@dominos.de)

Domino's Newsroom: <https://www.dominos.de/dominospresse/>