Bud Light sponsert eine komplette Folge von Saturday Night Live

16.10.2009, 17:36 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *ad.monitoring*

Zum ersten Mal in der 35-jährigen Geschichte der legendären Comedy-Ikone Saturday Night Live wird eine ganze Sendung von einer einzigen Marke gesponsert.

Für die Folge am 17. Oktober hat Anheuser-Busch sämtliche Werbezeiten gekauft, um das neue Bud Light Golden Wheat angemessen zu präsentieren.

Dazu hat das Team von Saturday Night Live eigens den Bereich "Backstage with Bud Light Golden Wheat" entwickelt, in dem bislang unveröffentlichte Episoden vergangener Jahre gezeigt werden. Während der Werbeblocks erhält der Zuschauer bei dieser einmaligen Sendung einen authentischen Blick hinter die Kulissen, statt die gewohnten Commercials zu sehen.

Die Reaktion der Zuschauer zeigt NBC in Live-Schaltungen zu verschiedenen Parties, zu denen Bud Light Golden Wheat landesweit eingeladen hat.

Nach einem Bericht von ad.monitoring bezeichnet NBC den Verkauf einer kompletten Sendung einschließlich der Produktion exklusiver Inhalte als einen neuen Weg der innovativen Zusammenarbeit mit seinen Kunden.

Die Wahl der führenden US-Brauerei fiel nicht von ungefähr auf Saturday Night Live, denn Anheuser-Busch zählt schon seit der Anfangszeit dieses Erfolgsformats zu den wichtigsten Sponsoren der Show. Es war daher eine konsequente Entscheidung, SNL als Plattform für die Einführung einer neuen Markenerweiterung auszuwählen.

Anheuser-Busch setzt darauf, dass die ungewohnte Folge von Saturday Night Life zum Gesprächsthema bei Konsumenten und in den Medien wird.

Portrait

Als einziges Unternehmen im deutschsprachigen Raum hat sich ad.monitoring seit über 15 Jahren auf die Beobachtung und Analyse der amerikanischen Werbung konzentriert. Durch diese Spezialisierung haben wir im Laufe der Zeit ein umfangreiches Know-how über das US-Marketing gesammelt. Wir haben kurzlebige Trends ebenso verfolgt wie nachhaltige Entwicklungen und können diese fundierte Erfahrung heute in alle unsere Projekte einfließen lassen.

Branchenspezifische Marketing-Reporte USA bieten Unternehmen und Werbeagenturen im deutschsprachigen Raum zeitnahe und fundierte Informationen darüber, was in den amerikanischen Kampagnen wichtig und wissenswert ist. Branchenschwerpunkte sind dabei Food, Bier und Pharma.

Im Kundenauftrag erstellen wir außerdem exklusive Marketing-Studien, maßgeschneidert auf den jeweiligen Informationsbedarf. An diesen Studien arbeitet ein Projekt-Team, das nach der individuellen Aufgabenstellung und der Thematik zusammengestellt wird.

News-ID: 360948 • Views: 620 (Stand: 31.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:
https://www.openpr.de/news/360948/Bud-Light-sponsert-eine-komplette-Folge-von-Saturday-Night-Live.html