

Anheuser-Busch lässt online über einen Super Bowl Spot abstimmen

01.02.2010, 11:41 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *ad.monitoring*

Als Anheuser-Busch am 28. Januar einigen Medien-Vertretern die Spots für den Super Bowl 2010 in einer Preview vorgestellt hat, fehlten überraschenderweise die beliebten Clydesdales-Pferde. Immerhin waren sie die Stars des letztjährigen Super Bowl und es wäre erst das dritte Mal in 15 Jahren, dass die traditionsreiche Marken-Ikone von Budweiser keinen Auftritt bei der quotenstärksten TV-Sendung des Jahres haben sollte. Zwar hatte DDB Chicago einen entsprechenden Vorschlag produziert, aber der hat bei den Pre-Tests weniger gut abgeschnitten und wurde deshalb von Anheuser-Busch verworfen.

Damit war die Sache aber nicht etwa erledigt. DDB hat weiter an dem Spot gearbeitet und eine neu geschnittene Version vorgelegt, die den Verantwortlichen von Anheuser-Busch schon eher zusagte. Obwohl das Portfolio für den Super Bowl Auftritts eigentlich schon feststand, war das Rennen für die Clydesdales wieder offen. Nicht zuletzt durch etliche negative Kommentare in den Medien entschloss man sich beim größten US-Bierbrauer spontan dazu, dass die Zuschauer selber entscheiden sollten.

Da die Zeit bis zum Super Bowl am 7. Februar langsam knapp wird, handelte Anheuser-Busch innerhalb weniger Stunden. Bereits am 29. Januar wurde der neue Clydesdales-Spot zusammen mit zwei Alternativen auf der Facebook-Seite von Budweiser zur Abstimmung gestellt.

Nach einem Bericht von adnews-online ist die Geschichte der Clydesdales wieder sehr emotional und erzählt von der Freundschaft eines der Pferde zu einem Stier, die bereits in früher Jugend begann. Der zweite Spot "Payment" erinnert daran, dass Budweiser eine Währung ist, mit der sich Freunde untereinander für ihre Hilfe bedanken. Beim Umzug zu helfen bringt zwei 6-Packs, auf den Hund aufzupassen hängt vom Hund ab. Der dritte Spot "Attention" zeigt unterschiedliche Wege, in einer vollen und lauten Kneipe mehr oder weniger erfolgreich die Aufmerksamkeit der Barkeeper erringen.

Die Besucher der Website können bis Mittwoch ihre Stimme abgeben und dann will Anheuser-Busch endgültig entscheiden. Das Votum der Konsumenten sieht man dabei als wertvolle Hilfe an.

Portrait

ad:news informiert monatlich zeitnah und umfassend über das amerikanische Marketing und die aktuellen amerikanischen Kampagnen. Dazu bietet das Nachrichtenportal adnews-online.de tagesaktuelle Meldungen und Informationen.

Hinter dem neuen Informations-Service steht das Hamburger Marketing-Unternehmen ad.monitoring, das sich seit 1993 auf die Beobachtung und Analyse der amerikanischen Werbung konzentriert und Unternehmen und Werbeagenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz über alles informiert, was im amerikanischen Marketing wichtig und wissenswert ist.

News-ID: 392808 • Views: 192 (Stand: 12.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/392808/Anheuser-Busch-laesst-online-ueber-einen-Super-Bowl-Spot-abstimmen.html>