

Hyundai mit Staraufgebot bei den Oscars

03.03.2010, 12:48 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *ad.monitoring*

Prominente Werbedarsteller sorgten in letzter Zeit häufiger durch Skandale und negative Schlagzeilen für Probleme, Tiger Woods war da nur eines von vielen unrühmlichen Beispielen. Hyundai musste nun erfahren, dass auch der Erfolg einer Spokesperson durchaus zu Schwierigkeiten führen kann.

Nach einer Meldung von adnews-online hat der koreanische Autobauer die Verleihung der 82. Academy Awards am 7. März mit insgesamt 7 Spots flächendeckend belegt und sich mit dieser Investition die Exklusivität für den Bereich Auto gesichert.

Die Voice-over für die laufende Kampagne liefert seit 2007 der Schauspieler Jeff Bridges. Und genau dort liegt das Problem. Bridges ist in diesem Jahr für seine Rolle in "Crazy Heart" in der Kategorie Bester Schauspieler nominiert - für ihn sicherlich erfreulich, für seinen Werbepartner zunächst ein Desaster. Nach den ebenso komplizierten wie ungenauen Regularien der Oscar-Zeremonie dürfen Werbespots mit Prominenten nicht in zeitlicher Nähe zu Programmteilen geschaltet werden, in denen diese Prominenten erwähnt werden oder persönlich auftreten. Es erwies sich als kaum machbar, alle 7 Spots im Vorfeld zeitlich so genau zu positionieren.

Damit befand sich Hyundai wenige Wochen vor der Verleihung in der unerfreulichen Situation, 7 Slots gebucht, aber keine Spots dafür zu haben. Glücklicherweise liegt die Stimme von Jeff Bridges nur als Voice-over über den Spots, er selber ist nie zu sehen. So hat Hyundai einen kreativen Ausweg gefunden: Die Texte der vorgesehenen Motive werden von einer illustren Riege namhafter Hollywood-Größen neu gesprochen. Zum Einsatz kommen dabei die markanten Stimmen von Kim Basinger, Richard Dreyfuss, David Duchovny (Special Agent Fox Mulder in The X-Files), Catherine Keener, Michael Madsen (Free Willy, Kill Bill), Mandy Patinkin und Martin Sheen.

Dieses einmalige Star-Aufgebot wird sicherlich für zusätzliches Medien-Interesse und eine Überraschung bei den Zuschauern sorgen, die zu einer gewohnten Kampagne plötzlich ungewohnte Stimmen hören. Obwohl sie eigentlich eine Notlösung sind, könnten die neuen Spots letztlich sogar erfolgreicher sein. Schließlich passt das Portfolio der prominenten Schauspieler perfekt zum Umfeld der Academy Awards. Kim Basinger und Richard Dreyfuss wurde bereits ein Oscar verliehen, Catherine Keener war zweimal nominiert.

Für die Werbebranche ist die Oscar-Verleihung das nach dem Super Bowl zweit wichtigste Ereignis des Jahres. Die Zuschauerzahlen pendeln meist um 40 Millionen, die Kosten für einen 30-Sekunden-Spot liegen in diesem Jahr bei 1,3 Mio Dollar.

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: 403933 • Views: 175 (Stand: 30.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/403933/Hyundai-mit-Staraufgebot-bei-den-Oscars.html>