

Drei deutsche Automarken beim Super Bowl 2011

07.12.2010, 08:18 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *ad.monitoring*

Nach Angaben von FOX sind die Werbezeiten für den Super Bowl am 6. Februar 2011 vollständig ausverkauft. Dominiert werden die rund 3 Stunden diesmal von der Automobilindustrie, sie hat 20 der insgesamt 61 verfügbaren Slots belegt. Nach Informationen von adnews-online gehen neben Chevrolet und Hyundai erstmals drei deutsche Marken an den Start. Für Audi ist es bereits der vierte Auftritt in der quotenstärksten amerikanischen Fernsehshow des Jahres, BMW kehrt nach 10-jähriger Pause zurück und Mercedes ist zum ersten Mal vertreten.

Audi hatte beim diesjährigen Super Bowl einen viel beachteten Spot über die fiktive Sondereinheit "Green Police" geschaltet, die überall nach Energieverschwendern und Umweltsündern fahndet. Dabei ahndeten die Beamten zum Beispiel den Gebrauch von Plastik-Einkaufstüten, achtlos in den Hausmüll geworfene Batterien, herkömmlichen Glühlampen oder einen zu stark geheizten Außenpool durch konsequente Verhaftung der Übeltäter. Bei einer abschließenden Öko-Fahrzeugkontrolle wurde der umweltfreundliche A3 TDI vorbei gewunken. Bei Super Bowl 2008 begeisterte Audi die Zuschauer mit einer 60s Parodie auf den Paten, in der ein R8 die Hauptrolle spielte. Im vergangenen Jahr war es ein A6, der dem Schauspieler Jason Statham (The Transporter) durch seine überragenden Fahrleistungen eine erfolgreiche Flucht vor zwei Motorradfahrern ermöglichte.

Neben den Auto-Kampagnen und Spots des Reifenherstellers Bridgestone werden die Football-Fans unter anderem Commercials von Pepsi und Anheuser-Busch InBev, der Elektronik-Kette Best Buy, Mars und den Internet-Anbietern E*Trade, Cars.com, GoDaddy.com und CareerBuilder.com zu sehen bekommen. Die Kosten für die Super Bowl Spots liegen bei rund 3 Millionen Dollar pro 30 Sekunden.

Portrait

adnews 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.

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/492407/Drei-deutsche-Automarken-beim-Super-Bowl-2011.html>