



Presseinfo

München, 17.06.2015

Jetzt „Beatz“ was auf die Ohren – BURGER KING® präsentiert die WHOPPER® Beatz

Aus individuell zusammengestellten Zutaten werden bei BURGER KING® frische Burger Beatz

Im Rahmen der groß angelegten 360-Grad-Kampagne rund um den WHOPPER® launcht BURGER KING® die WHOPPER® Beatz. Auf einer eigens eingerichteten und mobil optimierten Website können Fans des Flagship-Produkts die Zutaten wie Tomate, Bun, Zwiebel oder auch Ketchup rhythmisch in Szene setzen. Dabei stehen sechs verschiedene Musikrichtungen zur Verfügung. Wie beim WHOPPER® selbst, ist für jeden Geschmack das Passende dabei. Mit der Maßnahme unterstreicht BURGER KING® musikalisch und spielerisch den WHOPPER®, da er immer frisch auf Bestellung und individuell nach den Wünschen der Gäste zubereitet wird.

„Mit den WHOPPER® Beatz möchten wir den BURGER KING® Fans und Usern spielerisch erzählen, dass sie sich ihren individuellen WHOPPER® ganz nach ihrem Geschmack zusammenstellen lassen können. In diesem Fall ausnahmsweise ganz nach Musikgeschmack,“ so Christian Bauer, Marketing Director, Central Europe. Egal ob Rap, Dubstep, Reggae, Breakbeat, Techno oder Hip-Hop – jede der sechs verschiedenen Musikrichtungen hat ihren ganz eigenen Charakter und Charme, die die Zutaten des frisch auf Bestellung zubereiteten WHOPPER® zur Geltung bringen. Einfach zur gewünschten Musikrichtung swipen, auf die jeweiligen Zutaten klicken und die Lautstärke aufdrehen. Hat man sich seinen eigenen Beat aus Tomaten, Buns, Beef, Zwiebeln & Co. zusammengebaut, kann man seine Freunde via Facebook oder Twitter einladen, das rhythmische Talent selbst mit den WHOPPER® Beatz auszuleben: www.whopperbeatz.de

Die WHOPPER® Beatz werden durch das WHOPPER® Game ergänzt, bei dem nicht das musikalische Geschick, sondern Aufmerksamkeit und Schnelligkeit gefragt sind. So muss in

begrenzter Zeit jeweils der eine Burger ausfindig gemacht werden, der eine andere Kreation abbildet – und da es über 220.000 Möglichkeiten an WHOPPER® Kreationen gibt, sind der Vielfalt beim Spiel keine Grenzen gesetzt.

Sowohl das WHOPPER® Game als auch die rhythmischen WHOPPER® Beatz flankieren die umfassende Kampagne, die BURGER KING® letzte Woche launchte. Die zahlreichen ATL- und BTL-Maßnahmen betonen die individuelle und frische Zubereitung des WHOPPER® für jeden einzelnen Gast in den Restaurants. So sind die zwei TV-Spots „WHOPPER® für Marko“ und „WHOPPER® für Anja“ als Live-Prank inszeniert und rücken echte Gäste sowie deren individuelle WHOPPER® Vorlieben in den Mittelpunkt.

WHOPPER® Beatz: www.whopperbeatz.de

WHOPPER® Game: www.whoppergame.de

TV-Spot: youtu.be/cxtGFoEiaal (Marko) youtu.be/uKbCfEV9Npg (Anja)

Making-Of-Spot: youtu.be/fv3fDr3N3kY

ÜBER BURGER KING WORLDWIDE, INC.

1954 gegründet ist BURGER KING® (NYSE: BKW) die zweitgrößte Fast Food Hamburger Kette der Welt. Das BURGER KING® System, the original HOME OF THE WHOPPER®, betreibt mehr als 14.000 Restaurants und bedient täglich über 11 Millionen Gäste in 100 Ländern weltweit. Fast 100 Prozent der BURGER KING® Restaurants werden von unabhängigen Franchisenehmern geführt, viele Restaurants sind im Besitz von Familien, die seit Jahrzehnten im Geschäft sind. BURGER KING® gehört zu Restaurant Brands International Inc. (TSX, NYSE: QSR), einem der größten Quick-Service-Restaurant-Unternehmen der Welt mit einem geschätzten Umsatz von 23 Milliarden US-Dollar und mehr als 18.000 Restaurants in 100 Ländern.

Weitere Informationen über Burger King Worldwide finden Sie unter www.bk.com oder www.burgerking.de. Besuchen Sie uns auch auf unserer Facebook Fanpage unter www.facebook.com/BurgerKing.Deutschland.

Abdruck honorarfrei
Belegexemplar erbeten

BURGER KING® PRESSEBÜRO

Emanate: Stefan Rybkowski, Gina Elsholz

TELEFON: 089 / 12 44 50

MAIL: burgerking@emanatepr.com

KONTAKT

BURGER KING®: Friderike Weiss

TELEFON: 089 / 63 80 40

MAIL: fweiss@whopper.com