



Presseinfo

Hannover/München, 04.02.2019

BURGER KING® BRINGT DEN KING OF POP-ART ZUM SUPER BOWL

Nach 12 Jahren ist die Marke zurück im großen Spiel mit einem Film von 1982, der Andy Warhol beim Verzehr eines WHOPPER® zeigt

BURGER KING® ist nach 12 Jahren Abstinenz zurück im großen Spiel – mit einem nahezu geräuschlosen Video der Pop-Art-Ikone Andy Warhol. Im Video sieht man den Vater der Pop-Art an einem Tisch sitzend wie er eine Retro-Tüte von BURGER KING® öffnet, einen WHOPPER® herausholt und diesen isst.

Es ist der erste Super-Bowl-Werbespot, der 37 Jahre in der Entwicklung war, mit einem 4-minütigen Original-Clip, der aus dem Jahr 1982 stammt. Seinen Ursprung hat dieser Clip im Film „66 Scenes from America“ vom schwedischen Regisseur Jorgen Leth, der eine visuelle Erzählung anhand ikonografischer Szenen der typisch-amerikanischen Realität aufbaut. Natürlich wurde der berühmteste amerikanische Künstler beim Schlemmen des beliebtesten amerikanischen Burgers portraitiert.

“Was wir an Andy lieben, ist das, was er als Ikone repräsentiert. Auch wofür die Pop-Art steht, die Demokratisierung der Kunst. Genauso wie seine Kunst ist der WHOPPER® für alle da. Es ist eine Einladung an Jedermann so zu essen wie Andy“, erklärt Marcelo Pascoa, Head of Global Marketing bei BURGER KING® den mysteriösen Werbespot.

Der TV-Spot sollte die traditionellen Super Bowl-Werbepausen durchbrechen, die mit Explosionen, Slapstick-Witzen und Prominenten gefüllt sind – mit einem fast lautlosen, aber kraftvollen Kunstwerk. Und jenseits der Einfachheit des Spots hat er eine tiefere Bedeutung, da er auch ein Zeugnis von Warhols berühmtestem Zitat über die Größe der Vereinigten Staaten ist: „Das Beste an diesem Land ist, dass Amerika die Tradition eingeführt hat, dass die Reichsten im Wesentlichen die gleichen Dinge kaufen wie die Ärmsten.“

Eine Woche bevor der Spot in den USA veröffentlicht wurde, startete BURGER KING® eine Aktion gemeinsam mit DoorDash®, bei der eine „Mystery Box“ angeboten wurde: bestehend aus einer Retro-Tüte, einer weißen Perücke, die an Warhols berühmten Haarschnitt erinnert, einer Flasche Ketchup sowie einem Gutschein für

einen WHOPPER®. Die „Mystery Boxen“ wurden am Wochenende des Big Games geliefert und ermutigten die Fans, Videos von sich selbst aufzunehmen, die das berühmte Video imitieren, so wie es viele Prominente zuvor bereits getan hatten.

Die Marke wollte Warhol auch einer ganz neuen Generation näherbringen, die mit seiner Kunst vielleicht vertraut ist, aber nicht mit dem Künstler selbst. Und so entschied BURGER KING® sich dazu, den größten Pop-Künstler der Geschichte in das größte Kulturereignis der Welt zu integrieren.

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 17.000 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 19.000 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

Ansprechpartner: Stefan Rybkowski, Fabienne Gützkow

TELEFON: 089 / 12 44 50

MAIL: burgerking@emanatepr.com

KONTAKT BURGER KING®

Ansprechpartner: Friderike Weiss

TELEFON: 0511 / 288 10 701

MAIL: friderike.weiss@burgerking.de