
Super-Bowl-Autowerbung: Vorzeitige Elektrifizierung und Schnuller-Dads

Von Frank Wald, cen

Der 57. Super-Bowl ist gelaufen: Die Kansas City Chiefs besiegten die Philadelphia Eagles in dem größten Sportereignis der USA vor weltweit knapp 800 Millionen Zuschauern mit 38 zu 35 Punkten. Mindestens ebenso große Aufmerksamkeit wie das Spiel genießen in den Pausen die Werbespots, in denen häufig auch die Autohersteller mit Prominenz und Kreativität punkten. Man denke etwa an den legendären VW-Clip „The Force“ oder den BMW-XM-Spot mit Arnold Schwarzenegger als Zeus aus dem vergangenen Jahr. Diesmal war allerdings kein deutscher Hersteller zu sehen – was möglicherweise auch an den horrenden Kosten gelegen haben mag.

Nach Medienberichten stiegen die Preise für ein 30-Sekunden-Spot noch einmal um 500.000 auf rund sieben Millionen Dollar (ca. 6,55 Millionen Euro). Und auch bei den Asiaten warb allein Kia für sein nicht in Europa angebotenes SUV Telluride mit 295-PS-V6-Benziner. Dagegen frönten die US-Autobauer geschlossen dem Elektrifizierungstrend.

Offensichtlich gleich die doppelte Werbesumme investierte Jeep, um in einem einminütigen Spot seinen Wrangler 4xe in Szene zu setzen. Darin pflügen gut gelaunte Party-People mit dem Plug-in-Hybrid durch die Natur, musikalisch unterlegt vom „Electric Boogie“ des Rappers Shaggy, der von Erdmännchen, Bären, Giraffen und Schlangen in animierten Moves begleitet wird. Seit Toyotas „Nichts-ist-unmöglich“-Spot nicht gerade originell, aber immerhin flott und fröhlich umgesetzt.

Mehr mit einem Augenzwinkern tritt dagegen die Stellantis-Markenschwester Dodge Ram auf, die in ihrem Clip einen besorgten „Experten“ über die „vorzeitige Elektrifizierung“ sprechen lässt und die Angst potenzieller Elektroauto-Käufer, dass ein verfrühter Umstieg auf Strom bedeutet, dass man nicht so lange durchhalten könnte. Dazu kommen „Betroffene“ mit ihren frustrierten Begleiterinnen zu Wort. Ein geschickter Kniff, um den erst für Ende 2024 angekündigten Elektro-Pick-up Ram 1500 REV zu teasern.

Aber nicht nur die Platzierung, auch die Produktion der exklusiv für den Superbowl gedrehten Spots dürfte einiges gekostet haben. Schön zu sehen an dem aufwändigen Einminüter, mit dem GM seinen Elektro-Pick-up Silverado EV bewirbt und zugleich die Zusammenarbeit mit Netflix ankündigt. Der Streamingdienst will künftig mehr Autos des US-Herstellers in Original-Serien zeigen. Im Spot fragt sich der US-Komiker Will Ferrel, wie das aussehen kann und fährt mit dem bis zu 555 kW starken Stromer durch Serien-Hits wie „Army of the Dead“, „Squid Game“, „Bridgerton“, „Stranger Things“ und „Downton Abbey“.

Auf Humor setzt auch Kia in seinem Super-Bowl-Spot, in dem ein Vater mit dem Midsize-SUV Telluride X-Pro kreuz und quer durchs Land fährt, um den vergessenen Baby-Schnuller zu holen. Unterlegt mit der Rocky-Fanfare wird er unterwegs durch Social Media und Nachrichtensendungen zum Volksheld „Binky Dad“ – der am Ende mit der falschen Farbe zurückkehrt. Auch dieser Spot ist, wie alle anderen, bei Youtube abrufbar.

Wenig zu lachen dürften indes Elon Musk und Tesla gehabt haben. Traditionell schaltet der kalifornische Autobauer keine Werbung beim Super Bowl und war doch für 30 Sekunden sehr präsent, wenn auch von der weniger schönen Seite. Der Spot zeigte zahlreiche Clips, in denen Tesla-Modelle kindergroße Testpuppen auf dem Zebrastreifen und Kinderwagen überfahren, Verkehrsschilder ignorieren und auf die falsche Spur ausweichen. Produziert wurde der Spot vom „Dawn Project“, einem der größten Kritiker

des Unternehmens, das die Autopilot- und Full-Self-Driving-Funktionen von Tesla als „Gefahr für die Allgemeinheit“ anprangert und von den US-Verkehrsbehörden fordert, diese komplett aus dem öffentlichen Straßenverkehr zu verbannen. In der Super-Bowl-Werbung appelliert die Organisation an die dafür zuständige NHTSA (National Highway Traffic Safety Administration), die bereits erklärt hat, die Technik und Teslas Behauptungen genau zu analysieren. (Frank Wald/cen)

Bilder zum Artikel



Super Bowl-Werbespot: GM Silverado EV, Youtube Snapshot.

Foto: Autoren-Union Mobilität/GM/Youtube



Super Bowl-Werbespot: GM Silverado EV, Youtube Snapshot.

Foto: Autoren-Union Mobilität/GM/Youtube



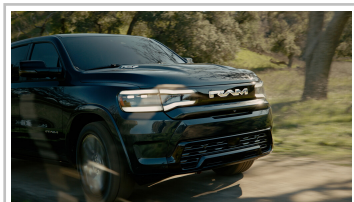
Kia Telluride.

Foto: Auto-Medienportal.Net/Kia



Jeep Wrangler Rubicon 4xe.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Michael Kirchberger



Ram 1500 REV.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Stellantis



Autoshow Washington 2022: Vollelektrischer Chevrolet Silverado.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Jens Meiners
