

## **THE BOSSHOSS MACHEN DEN DRIVE-IN ZUM RIDE-IN**

Burger King® schickt The BossHoss im Western-Spot auf die Suche nach dem King's Steakhouse



- ! Burger King® Deutschland verwandelt den Drive-in gemeinsam mit The BossHoss in einen Ride-in.
- ! Im epischen Western-Spot suchen Alec Völkel und Sascha Vollmer nach dem King's Steakhouse.
- ! Zum Kampagnenstart spielen Alec Völkel und Sascha Vollmer in einem Berliner Burger King® Restaurant das kleinste Konzert ihrer Bandgeschichte.

Pferde im Drive-in? Burger King® Deutschland und The BossHoss machen in ihrer neuen Kampagne genau daraus ein episches Bild. Im Werbefilm reiten Alec Völkel und Sascha Vollmer als Cowboys durch den Drive-in und begeben sich im Stil eines Westerns auf die Suche nach einem ganz bestimmten Burger: dem King's Steakhouse, den es natürlich nur bei Burger King® gibt.

Mit der Kampagne für die King's Collection verbindet Burger King® Deutschland Western-Atmosphäre, Flame-Grilling und den unverwechselbaren Stil von The BossHoss. Im Mittelpunkt steht der King's Steakhouse, der gemeinsam mit dem King's Cheesy Bacon zeitlich begrenzt in der King's Collection erhältlich ist. Gleichzeitig markiert die Zusammenarbeit einen Meilenstein für Burger King® Deutschland: Erstmals kooperiert die Marke im Rahmen einer nationalen Kampagne mit einer Band.

„Mit The BossHoss haben wir Partner gefunden, die die Idee der Kampagne perfekt tragen. Herausgekommen ist ein Film, der den King's Steakhouse, BBQ und Flame-Grilling mit dem für Burger King® typischen Augenzwinkern erzählt“, so Yvonne von Eyb, Chief Marketing Officer bei Burger King® Deutschland.

### Das kleinste Konzert der Bandgeschichte

Ein weiteres Highlight der Kooperation fand in Berlin, der Heimatstadt der Band, statt: Im Burger King® Restaurant an der Landsberger Allee spielten Sascha Vollmer und Alec Völkel vor ausgewählten Gästen und Fans das kleinste Konzert ihrer Bandgeschichte. Neben der exklusiven Live-Performance standen das mehr als 20-jährige Bandbestehen und die aktuelle „Back to the Boots“-Tour im Mittelpunkt.

„In über 20 Jahren Bandgeschichte haben wir schon einiges erlebt. Ein Ride-in bei Burger King® und ein Mini-Konzert in einem Restaurant gehören aber definitiv zu den außergewöhnlicheren Momenten“, sagt Alec Völkel. „Und wenn man dann auch noch nach einem Burger sucht, den man selbst gerne isst, macht so eine Kampagne natürlich doppelt Spaß“, ergänzt Sascha Vollmer.

Die Kampagne läuft seit dem 16. Juni und wird deutschlandweit über die digitalen Kanäle von Burger King® Deutschland ausgespielt. Weiteres Pressematerial zur Kooperation von Burger King® Deutschland und The BossHoss gibt es [hier](#).

#### Über Burger King®

Die 1954 gegründete Marke Burger King® ist eine globale Fast-Food-Hamburger-Kette, bekannt für die Qualität ihrer Burger und "Home of the Whopper®". Das Burger King® System betreibt mehr als 19.000 Standorte in über 120 Ländern und Territorien. Burger King® gehört zu Restaurant Brands International Inc. (RBI), einem der weltweit größten Schnellrestaurantunternehmen mit einem Jahresumsatz von über 45 Milliarden Dollar und mehr als 32.000 Restaurants in über 120 Ländern und Territorien. RBI gehören vier der bekanntesten und beliebtesten Schnellrestaurantmarken der Welt - BURGER KING®, TIM HORTONS®, POPEYES® und FIREHOUSE SUBS®.

Weitere Informationen über Burger King® finden Sie unter [www.burgerking.de](http://www.burgerking.de). Besuchen und folgen Sie uns auch gerne auf [Facebook](#), [TikTok](#) und [Instagram](#).

Abdruck honorarfrei  
Belegexemplar erbeten

Burger King® Pressebüro  
Ansprechpartner: Tobias Müller, Folke Voigt  
Telefon: 0172 270 16 79  
E-Mail: [burgerking@emanatepr.com](mailto:burgerking@emanatepr.com)

BURGER KING Deutschland GmbH  
Ansprechpartner: Daniel Polte  
Telefon: 0152 549 116 83  
E-Mail: [daniel.polte@burgerking.de](mailto:daniel.polte@burgerking.de)