
Bremen – 28. April 2026

Anheuser-Busch Bud kooperiert mit den Fußballikonen Erling Haaland und Jürgen Klopp: Start der „Let it pour – Lasst es raus“ Kampagne zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™

Fans in über vierzig Ländern können sich auf einen neuen Werbespot mit Haaland und Klopp freuen, dazu gibt es limitierte Merchandise Artikel und eine begrenzte Auflage von speziell entworfenen Dosen-Designs, die besondere FIFA Weltmeisterschaften würdigen.

Heute startet Anheuser-Busch Bud seine Kampagne „Let it pour – Lasst es raus“ anlässlich der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™. Die Marke Anheuser-Busch Bud läutet damit den Countdown auf das größte Fußballereignis der Welt ein und lässt die Vorfreude steigen. Im Mittelpunkt steht ein Werbespot, der Fans in über vierzig Ländern dazu aufruft: „Let it pour – Lasst es raus“.

Seit über vier Jahrzehnten ist AB InBev Teil der Feierlichkeiten, die die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ ausmachen, sei es auf dem Spielfeld, in Bars oder wo immer Fans zusammenkommen“, sagte Richard Oppy, Global President, Premium Company bei AB InBev. „‘Let it pour – Lasst es raus‘ ist unsere Einladung an die Konsumentinnen und Konsumenten, diese Momente voll und ganz zu genießen. Zusammen mit Erling Haaland und Jürgen Klopp können wir diese spezielle Energie auf eine Weise zum Leben erwecken, die alle Menschen auf der ganzen Welt anspricht.“

Zur Einführung von „Let it pour – Lasst es raus“ arbeitet Anheuser-Busch Bud mit einem der dominantesten und bekanntesten Spieler im Fußball, Erling Haaland, zusammen. Bekannt für seinen Einsatzwillen und seinen unerbittlichen Spielstil, wird Haaland mit seinem Debüt bei der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ die Fans in Begeisterung versetzen.

„Bei meiner ersten Weltmeisterschaft werde ich alles auf dem Spielfeld geben, daher trifft Anheuser-Busch Buds ‚Let it pour – Lasst es raus‘-Kampagne für mich genau ins Schwarze. Sie spiegelt wider, wie ich mich vor dem Turnier fühle“, sagte Erling Haaland, globaler Anheuser-Busch Bud-Botschafter. „Ich habe mein ganzes Leben davon geträumt, mein Land auf dieser Bühne zu repräsentieren, und jetzt ist es endlich soweit. Das ist eine unglaubliche Ehre. Was es noch besonderer macht, ist das Wissen, dass Fans auf der ganzen Welt

dieselben Momente mit uns erleben werden – sie teilen die Energie und lassen all ihren Emotionen freien Lauf, was die Weltmeisterschaft unvergesslich macht.“

Anheuser-Busch Bud arbeitete auch mit Jürgen Klopp, einer der elektrisierendsten Persönlichkeiten des Fußballs, zusammen, um den Aufruf zu verstärken, zusammenzukommen und die Intensität zu erleben, die das Turnier auszeichnet.

„Die Weltmeisterschaft weckt Optimismus und eine unvergleichliche Leidenschaft bei den Zuschauerinnen und Zuschauern – das mit Fans auf der ganzen Welt zu teilen, ist wirklich bemerkenswert“, sagte Jürgen Klopp, globaler Anheuser-Busch Bud-Botschafter. „Ich kenne diese Emotion aus eigener Erfahrung und bei der Zusammenarbeit mit Anheuser-Busch Bud für die ‚Let it pour – Lasst es raus‘-Kampagne geht es genau darum, das Gefühl, wenn Fans zusammenkommen, den Moment teilen und das feiern, was Fußball so besonders macht, einzufangen.“

Exklusive Erlebnisse und limitierte Editionen

Aufbauend auf seiner 40-jährigen Partnerschaft mit der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft™ setzt AB InBev mit seiner Marke Anheuser-Busch Bud auf viele weitere Aktivitäten. So dürfen sich deutsche Fans in diesem Sommer auf besondere Momente in der Gastronomie freuen sowie den markanten goldenen Pokal der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ symbolisch in ihren eigenen Händen halten – er wird Teil des exklusiven Etikettendesigns von Anheuser-Busch Bud Flaschen und Dosen sein.

Unvergessliche Momente der vergangenen Weltmeisterschaften sind außerdem auf den limitierten Anheuser-Busch Bud® FIFA World Cup™ Anniversary Packs* verewigt. Diese Sammlung speziell entworfener Dosen ehrt die ikonischen Turniere der FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ für deutsche Fußballfans – wie beispielsweise die in Italien 1990 und Brasilien 2014.

Anheuser-Busch Bud zeigt die Emotionen des Fußballs

Der Werbespot „Let it pour – Lasst es raus“, der in Zusammenarbeit mit Grey Global entstanden ist, lädt Fans dazu ein, ihren Erinnerungen und Emotionen freien Lauf zu lassen und gemeinsam zu feiern. Inspiriert von der weltweiten Leidenschaft für den Fußball, zeigt „Let it pour – Lasst es raus“, wie diese Begeisterung weit über das Spielfeld hinausgeht und Bars, Wohnzimmer sowie ganze Städte für die 39 Tage des Turniers in eine einzige, große Feier verwandelt. Er illustriert, wie die Welt zusammenkommt und aus Fremden Teamkolleg:innen werden, die ihre Mannschaft mit einem Anheuser-Busch Bud in der Hand anfeuern.

Der Werbespot wird von einer umfassenden 360° Kampagne aus Social-Media-Inhalten, Außenwerbung, Print- und Online Medien sowie POS-Aktivierungen begleitet.

Um mehr darüber zu erfahren, wie Anheuser-Busch Bud mit den Fans während der gesamten FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2026™ feiert, verfolgen Sie weitere Aktionen in den sozialen Medien auf Instagram und Facebook unter @anheuserbuschbud während des Turniers.

*nicht in den USA erhältlich

Anheuser-Busch InBev Deutschland

AB InBev Deutschland [Beck's, Anheuser-Busch Bud, Corona, Spaten] mit Hauptsitz in Bremen sowie drei weiteren Standorten ist ein Tochterunternehmen des weltweit führenden Braukonzerns Anheuser-Busch InBev und im deutschen Biermarkt der zweitgrößte Brauereikonzern. Bier steht für Genuss mit Maß – und genau dafür engagiert sich AB InBev seit über 100 Jahren. Wir bieten für jeden Anlass ausgewogene Getränkeoptionen und setzen auf Marketing, das verantwortungsvolles Verhalten unterstützt. Gemeinsam mit Kunden und Partnern fördern wir einen bewussten Konsum – auf Basis wirksamer, evidenzbasierter Initiativen.

Ansprechpartner Medien

Florian Farken | Corporate Affairs Manager Germany | AB InBev |
T: +49 (0)1515 6209997 | M: florian.farken@ab-inbev.com