Food

OMD stärkt sich europaweit mit 'Alpro soja'

Das mit Zentrale in Belgien beheimatete Unternehmen Alpro vergibt den europaweiten Mediaetat für seine Food-Marke 'Alpro soja' an **OMD**. Hierzulande wechselt damit die **Alpro GmbH**, Düsseldorf, von **Mediaedge:cia Düsseldorf** zur Omnicom-Tochter OMD. Der neue Partner hat auch ein Büro in D'dorf, insofern ist davon auszugehen, dass die langjährige Alpro-Marketingleiterin **Simone Prester** auch zu ihrem neuen Partner keine lange Reise antreten muss. Der Etatwechsel ist nach unserer Information so sicher wie das Amen in der Kirche, indes bestätigt wird er von OMD noch nicht. Alpro soja in Deutschland wird seit etlichen Jahren von der Münchener Agentur **Moving Adventures** betreut, wo der früher Baader Lang Behnken-Mann **Thomas Witt** als GF zeichnet. Hauptmedium ist Fernsehen, wobei meistens mit Testimonials wie Desiree Nosbusch und Iris Berben geworben wird. Seit Anfang dieses Jahres aber stehen Fußballerinnen im Mittelpunkt der Kampagne – Alpro soja ist offizieller Förderer des Mädchen- und Frauenfußballs im DFB. Im Stammland Belgien arbeitet Alpro seit rund zwei Jahren mit TBWA zusammen. Das Network gehört wie OMD zu Omnicom, insofern liegt der Schluss nicht allzu fern, dass das Unternehmen seine Werbung internationalisieren wird. Indes geht Witt vom aktuellen Deutschland-Kreativbetreuer Moving Adventures davon aus, dass seine Agentur sich auch künftig ohne Abstriche mit Alpro soja stärken wird. (rk)