

Lukas Lindemann Rosinski

Ferrero vergibt die Goldkugel nach langem Pitch

Etatgewinn
Lukas Lindemann Rosinski
holt sich nach einer
langen Pitchphase die
Ferrero-Praline Rocher.

Bei **Ferrero** stehen derzeit die Zeichen auf Neuanfang – wie aus dem Markt zu hören ist, arbeitet das Unternehmen an neuen Strategien für verschiedene seiner Produkte. Und überprüft aus diesem Grund auch verschiedene Etathalter. Unter anderem konnte sich im Rahmen eines über Monate dauernden Pitches Kontakter-Informationen zufolge die Hamburger Agentur **Lukas Lindemann Rosinski** die Goldpraline **Rocher** sichern. Die Agentur bestätigt das auf Anfrage nicht. Im Pitch um Rocher sollen neben LLR auch Agenturen wie **Lowe** und **Hello White Parrot** gestanden haben. Lukas Lindemann Rosinski ist die Marke Rocher durchaus vertraut.

Bereits zu Zeiten, als die drei Werber noch Geschäftsführer bei Jung von Matt/Fleet waren, haben sie auf der Marke gearbeitet.

Zwischenzeitlich hatte sich die Berliner Agentur Aimaq & Stolle auf dem Etat versucht. Am Ende war aber nur eine Adaptionsarbeit eines internationalen Spots dabei herausgekommen. Ob mit dem Etatgewinn für Lukas Lindemann Rosinski die Marke künftig werblich weniger international, dafür national ausgerichtet wird, bleibt abzuwarten.



*Bernhard Lukas, Arno Lindemann, Bent Rosinski
(v.l.n.r.): naschen künftig Rocher.*

Kontakter-Informationen zufolge hatten die internationalen Strategien, die das italienische Ferrero-Headoffice seinen Frankfurter Kollegen aufdrückte, hierzulande nur mäßigen Erfolg. *lhe*