

Weltweit//OMD

Erfolgreiche Schlacht um Intels Mediageschäft

Seit Dezember lief der Pitch um Mediaplanung und -einkauf des Chipherstellers **Intel**. Nun ist der



Alan Cohen: Der neue USA-Chef von OMD kommt von Initiative.

Kampf entschieden: **OMD** (Omnicom) löst Altbetreuer **Universal McCann** (Interpublic) ab. Der dritte Wettbewerber war die Agentur **Starcom** aus dem Publicis-Netzwerk. Rund 300 Millionen Dollar (190 Mio. Euro) gibt Intel pro Jahr für Media aus. „Jeder der Finalisten beeindruckte uns, aber OMD strahlte mehr Weltklasse aus“, begründete **Nancy Bhagat**, Vice President Sales and Marketing, ihre Wahl. Die Arbeit übernimmt nun das OMD-Büro in Chicago.

Damit vermeldet OMD binnen weniger Tage bereits die dritte gute Nachricht: Bei **Estée Lauder** konnte OMD das Geschäft ausbauen. Bislang für Australien und Japan zuständig, bekam die Agentur nun den Zuschlag für den weltweiten Mediaetat (250 Mio. Euro). Außerdem tritt am 1. Juni **Alan Cohen** seine Stelle als CEO von OMD USA an. Zuvor war er beim Konkurrenten **Initiative** (Interpublic). Was OMD jetzt noch fehlt, ist ein weltweiter CEO. *am*

Etatgewinne

OMD konnte sich in den vergangenen Tagen zwei umfangreiche Aufgaben sichern: Mediaplanung und -einkauf von Intel und Estée Lauder.