
Bella Ciao Junior

Von Frank Wald

Na, wenn das Adolfo Urso sieht. Der neo-faschistische Minister für „Unternehmen und Made in Italy“ hatte Alfa Romeo zu einem Namenswechsel ihres Kompakt-SUV Milano in Junior genötigt, weil dieser nicht in Italien gebaut wird. Nun startet die Mailänder Marke zur Händlerpremiere ausgerechnet eine Werbekampagne mit dem spanischen „Haus des Geldes“-Schauspieler Pedro González Alonso. Der 53-Jährige wurde in der von 2017-2021 ausgestrahlten Emmy-Award-prämierten Netflix-Produktion in seiner Rolle als „Berlin“ weltweit bekannt, unter anderem weil er darin die antifaschistische Partisanen-Hymne „Bella Ciao“ zum offiziellen Sommerhit 2018 wiederbelebte.

Ob Alfa Romeo an diese Spitze gedacht hat, bleibt jedoch eher fraglich. Im Presstext heißt es, der Junior stehe „wie Alonso für Leidenschaft, Mut, Charisma und Eleganz“. In Deutschland rollt das neue SUV am 19. September zu den Händlern. Zunächst als reinelektrische Elettrica-Variante mit 115 kW (156 PS) und ab Mitte Oktober als Ibrida-Variante mit Hybrid-Antrieb und 136 PS (110 kW). Zu diesem Zeitpunkt startet ebenfalls der deutsche Werbespot.

Darin spielt Alonso einen charismatischen Verkaufstrainer, der dazu auffordert, ihm den neuen Alfa Romeo Junior zu verkaufen. Am Ende lädt er dazu ein, sich dabei von Leidenschaft statt Vernunft leiten zu lassen. Die 60-Sekunden-Version des Spots ist schon jetzt auf dem YouTube-Kanal von Alfa Romeo verfügbar. (aum)

Bilder zum Artikel



Werbepot für Alfa Romeo Junior mit Schauspieler Pedro González Alonso.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Stellantis



Werbepot für Alfa Romeo Junior mit Schauspieler Pedro González Alonso.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Stellantis



Alfa Romeo Junior Elettrica 280.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Alfa Romeo



Alfa Romeo Junior.

Foto: Autoren-Union Mobilität/Stellantis
