

Drei realistische Himmelstürmer

Ehemalige Publicis-Werber eröffnen in Frankfurt die Agentur **Wolkenkratzer** / Name soll Programm für den Kommunikations-Dienstleister sein

Das Loft im linken Hinterhaus der Hanauer Landstraße 161-173 in Frankfurt am Main bietet seinen Mietern noch viel Raum zur Entfaltung. Wo vor Jahren die Handelskette Schade & Füllgrabe ihre Lebensmittel lagerte, haben Thomas Hobein, Oliver Lebkücher und Michael Leidenheimer ein Domizil für ihren Wolkenkratzer gefunden.

Der Name ihrer ersten eigenen Agentur soll Programm sein: „Wolkenkratzer sind mehr als Hochhäuser, sie sind schlank und dynamisch, basieren auf effizienter Planung und beflügeln die Phantasie“, liefert Hobein eine Kostprobe aus der Agentur-Präsentation. Diese und noch mindestens sieben andere herausragende Eigenschaften soll ihre Agentur verkörpern, hat sich das Gründertrio vorgenommen.

Im vergangenen Jahr waren sie noch bei Publicis in Frankfurt unter Vertrag, Hobein, 45, als CD und Mitglied der Geschäftsleitung, Lebkücher, 40, als Client Service und Brand Director und



Wollen ihren Kunden die Wolken vertreiben: Thomas Hobein, Oliver Lebkücher und Michael Leidenheimer (v.l.n.r.)

„Kreativität muss relevant sein für die Markenkommunikation und darf nicht Selbstzweck sein“, stellt Hobein klar, und Lebkücher, der auch auf Kundenseite gearbeitet hat, ergänzt: „Kreativität funktioniert nur auf der Grundlage vernünftiger strategischer Überlegungen.“

Eine Haltung, die sowohl den Anforderungen großer Markenartikler entgegenkomme als auch den Bedürfnissen mittelständischer Unternehmen, sind sich die Wolkenkratzer-Macher sicher. Den ersten Etat eines überzeugten Kunden könne man demnächst auch offiziell und namentlich publik machen. Vorab verraten die Agenturgründer schon mal auf der Website www.agenturwolkenkratzer.de, mit welchen Fragestellungen sie sich im Rahmen ihrer Geschäftsakquise derzeit auseinander setzen. Das Spektrum ist so vielfältig wie die langjährige Erfahrung der Wolkenkratzer-Besatzung:

„Wie frisch kann Werbung für Lufthansa sein?“ ist ebenso Thema wie die Frage, „Wie greift man den Marktführer im Papiertaschentuch-Markt an, ohne dass er sich wehren kann?“ oder der Arbeitstitel „Wie ist es möglich, das erfolglos eingeführte Auto einer profitlosen japanischen Automarke doch noch erfolgreich im Markt zu positionieren?“

Zur Beantwortung dieser und anderer anspruchsvoller Fragestellungen setzen Hobein, Lebkücher und Leidenheimer auch auf symbolische Unterstützung: Mit einer Harke am sehr langen Stiel – gut sichtbar hinter der Eingangstür der Agentur platziert – wollen die Werber immer wieder an den Wolkenkratzen, die den guten Geschäften ihrer Kunden im Wege stehen.

Ingeborg Sichau

Mehr wissen. Besser entscheiden.

D

Top-Zielgruppen

E R

aus Marketing

B L I C K

Werbung

Leidenheimer, 48, als CD. Umstrukturierungen, Führungswechsel und die in Network-Agenturen typischen Arbeitsabläufe haben in ihnen einen alten Plan reifen lassen. Bereits Anfang der 90er Jahre hatten Hobein und Lebkücher bei der Vierheimer Agentur WOB gemeinsam über diese Zukunftsperspektive nachgedacht.

„Weil die Zeiten schlecht sind, ist jetzt genau der richtige Zeitpunkt für die Selbstständigkeit gekommen“, demonstriert Lebkücher realistischen Optimismus. Die Ansprüche der Kunden änderten sich dramatisch und stellen alle großen Agenturen – nicht nur Publicis – vor große Herausforderungen. „Kommunikative Probleme müssen heute auf engstem Raum und mit herausragenden Ideen gelöst werden“, nennt Hobein einen weiteren Umstand, der zur Namensfindung des jungen Unternehmens beigetragen hat.

Die Wolkenkratzer-Gründer sehen ihre Chance nicht allein in der Krise der Großen, sondern auch in eigenen Stärken. Das Trio hat große Namen wie Nestlé, Renault, Coca-Cola, HP, Philip Morris und Procter & Gamble auf seiner Erfahrungs-Agenda und unter anderem bei Effie, Clio Award, New York Festivals sowie in Montreux und Cannes zahlreiche kreative Lorbeeren geerntet. Auf diese Erfolge ist man stolz – und relativiert sie im nächsten Atemzug gleich wieder.

Gründerschmiede

Wolkenkratzer ist seit Anfang dieses Jahres bereits die dritte Agentur ehemaliger Mitarbeiter von Publicis, die in Frankfurt an den Start geht. Im Januar gründeten die Ex-Publicis-CDs Dirk Bugdahn und Hadi Geiser zusammen mit Client Service Director Uwe Budowsky ihre Agentur **Cucarchas**. Im Juni haben Michael Boebel und Mike Camesasca gemeinsam mit dem Ex-Publicis-Kreativduo Harald Schmitt und Tom Tilliger die Agentur **BCST** aus der Taufe gehoben.