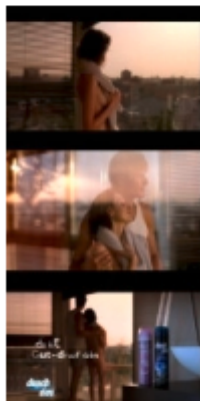


## Duschdas startet neue Markenkampagne



Die junge Frankfurter Agentur **Wolkenkratzer** hat im Auftrag von **Sara Lee** eine Dachkampagne für **Duschdas** entwickelt.

Ab Ende der Woche erzählen auf den relevanten privaten Sendern zwei 20-Sekünder leise Geschichten vom morgendlichen Erwachen im familiären Alltag. Dank Duschdas Deos verspricht es ein guter Tag zu werden: "Da ist gut drauf drin" unterstreicht es der Claim.

Sara Lee in Köln, deutsche Tochter des amerikanischen Konsumgüteranbieters, geht mit den beiden TV-Spots wieder in die Werbeoffensive für die Line Extension. Die 2003 lancierte Deoserie wurde zuletzt im vergangenen Herbst mit einer Kampagne von Grey beworben.

Gemeinsam mit Wolkenkratzer wagte Sara Lee für Duschdas die Abkehr von der einst vordergründig vorgeführten Lustigkeit und oberflächigen Spaßgesellschaft hin zu einem zeitgemäßerem Lebensgefühl, das Muße ebenso verkörpert wie lustvolles Erleben und Werte wieder höher schätzt.

Um dieses Lebensgefühl einzufangen, drehte man zusammen mit **Neue Sentimentale Film** in der aufgehenden Sonne von Madrid. Regie führte **Lars Knorrn**, hinter der Kamera stand **Franz Lustig**, der bereits mit Wim Wenders gearbeitet hat. Die Musik kommt von **Studio Funk** in Frankfurt. Als Mediaagentur ist **PHD**, Frankfurt, eingebunden. *si*

**Mehr dazu lesen Sie in der HORIZONT-Ausgabe 33/07, die am Donnerstag, 16. August, erscheint.**