



12.07.2007

 [Versenden](#) [Kommentieren](#) [Ablegen](#) [Drucken](#)

Duschdas-Etat geht an Wolkenkratzer

Mit der Marke **Duschdas** hat die 2005 gegründete Agentur **Wolkenkratzer** den dritten Etat von Sara Lee in Köln gewonnen. Die inzwischen auf 13 Mitarbeiter angewachsene Agentur im Frankfurter Osten löst Grey in Düsseldorf ab. Die Network-Agentur war seit 2001 in die Kommunikation für die Marke eingebunden.

Wolkenkratzer, die von den ehemaligen Publicis-Werbern Oliver Lebkücher, Thomas Hobein und Michael Leidenheimer gegründet wurde, erhielt den Etat ohne Pitch. In den vergangenen beiden Jahren arbeitete das Team bereits für die Sara-Lee-Marken Ami Pur und TUS. Auf dieser Grundlage wurde die Agentur nun auch mit "der für uns strategisch enorm wichtigen Marke Duschdas betraut", sagt **Corina Kandlbinder**, Marketing Manager Household & Bodycare bei Sara Lee.

Wolkenkratzer soll mit TV-Spots für das 2003 lancierte Duschdas-Deo den kommunikativen Relaunch der Marke in die Wege leiten. Der erste Spot soll bereits im August on Air gehen. Für die Line Extension der Pflegemarke war zuletzt im Herbst vergangenen Jahres in TV geworben worden. Das Duschdas-Basisprodukt ist seit 1973 auf dem deutschen Markt. Heute ist es mit einem Mengenanteil von 17,8 Prozent und einem Wertanteil von 14 Prozent Marktführer unter den Duschgelen. Nach dem Relaunch der Marke im Jahr 2000 hatte das Duschdas-Duschgel 2002 seinen letzten Soloauftritt im TV-Werbeblock. *sf*