

**IN GOOD COMPANY – GUTE GESELLSCHAFT.**

*What do you suppose is behind an organisation that calls itself »Gute Gesellschaft«? A secret society, a company of good people? Some kind of sect, or a league for (or against) good manners? Certainly it's a name that attracts attention. And that's already half the battle won, says the agency behind the name.*



**IN BESTER GESELLSCHAFT : DIE GUTE GESELLSCHAFT**

*Geheimbund, Gutmenschen-Sammlung, Sektierer-Loge oder Liga für (oder gegen?) die guten Sitten? Die »Gute Gesellschaft« läßt auf alle Fälle stutzen und macht neugierig – Ziel erreicht für die Agentur dieses Namens!*





02



03



04

06



05



07

01 »Vom Wesen und Wirken der Guten GmbHs, Brevier / Breviary

02 Flagge, Hymne (Corporate Sound) und Ansprache des Präsidenten zur Staatsgründung / Flag, hymn (corporate sound) and president's speech on the occasion of the formation of a new state. Kunde / Client: virtual republic

03 Visitenkarte in ID-Ausweisform / Business card in the look of an ID card. Kunde / Client: virtual republic

04 »Warning! Womanizing!«. Kampagnenbegleitende Werbemittel / Advertising material for the accompanying campaign. Kunde / Client: Alberto Hosen

05 »Allgemeine Hosenkontrolle«. Verkaufspromotion mit Gefängnisaufenthalt als Hauptgewinn / Sales promotion (general trouser check-up) whereby a prison term could be »won«. Kunde / Client: Alberto Hosen

06 Staatspapierausstattung / Stationery. Kunde / Client: virtual republic

07 Werbematerial / Advertising material. Kunde / Client: Alberto Hosen

Als Raimund Schmelzer, mit allen Wassern der Großagenturen gewaschener Werbefachmann und Art Director, in die Selbständigkeit startete, war die Nachfrage schnell so groß, daß eine eigene Firmierung notwendig wurde. Der Name ist sorgsam gewählt: Die »Gute Gesellschaft für Strategie, Design, Kommunikation mbH« (kurz: Gute GmbH) wurde 2001 gegründet und steht seither für eine ganze Reihe grundlegender Anschauungen in diesen drei Bereichen. »Diese Dreieinigkeit ist unser Gütesiegel.«

In dem kleinen, aber edlen Brevier der Gute GmbH finden sich dazu ebenso staunens- wie beherzigenswerte Postulate: »Der Konsument hat als vernunftbegabtes Wesen zu gelten und ist entsprechend zu behandeln.« Gängigem Werbegeklingel wird eine Absage erteilt, etwa der beliebten (und kommunizierten) Kundenpositionierung, die Besten werden zu wollen. »So etwas ist keine Position. Das ist Knabbern an Allgemeinplätzen.« Ähnlich streng sind die Maßstäbe für die Umsetzung: »Das Lobtolles Design« meint immer noch zu oft das Gegenteil von tollem Design, nämlich eine

schrille Übertreibung von kurzem Unterhaltungswert.« Wer sich solcherart selbst zu inszenieren versteht, von dem darf man auch außergewöhnliche Lösungen für die Kunden erwarten. So wird für eine neufirmierte Investmentgesellschaft ein Name (Kapitalpflege AG), ein Corporate Design (karitative Euro-Symbolik) und ein Buch zum Thema »anständige Rendite« entwickelt. Für die Männerhosen-Marke Alberto werden im Rahmen einer Promotion attraktive Hosenpolitessen auf die Straße geschickt, die Strafzettel an die Träger

ungenügender Beinkleidung schreiben und sie in das nächste Geschäft mit der Alberto-Kollektion verweisen. Die Gute GmbH formuliert ihren bevorzugten Arbeitsstil mit den Stichworten: eine glasklare Idee, eine überraschende Gestaltung und eine anspruchsvolle Produktion. Daß die Gute GmbH auch im Kleinen wirkt, zeigt das neu entwickelte CD für die älteste Judoschule Deutschland, in der nicht nur Kampfsport, sondern vor allem Lebenshaltung vermittelt wird. Für den Hersteller wasserloser Urinale werden Visitenkarten entwickelt, die

ausdrücklich nach wasserlosem Urinal riechen – nämlich nach gar nichts – und so mit dem Vorurteil »Pfui, das stinkt!« sinnfällig aufräumen. Für eine traditionsreiche Solinger Messerschmiede entsteht das »Messerhandbuch«, das sich ebenso ernsthaft wie kurzweilig der Evolution des Schneidewerkzeugs widmet. Kein Zweifel, die Gute GmbH ist offen für alle Branchen und Aufgaben. Erfreulich, daß dennoch Zeit und Phantasie bleiben, eigene Ideen voranzutreiben, wie die Produkte der Eigenmarke »Kleine Marie«™ oder der E-Shop »Wolpertingers Warenhaus« beweisen. hl

08



10



11



09



12



14



13



15



When Raimund Schmelzer, an advertising expert and art director with an excellent track record of success in major agencies, decided to go freelance, demand was so great he soon realised he had to set up a company. The name was carefully chosen: The »Gute Gesellschaft für Strategie, Design, Kommunikation mbH« (or Gute GmbH for short) was founded in 2001. As the name says, his »good company« specialises in strategy, design and communication.

»This trinity is our seal of quality.« Set out in Gute's small but fine mission statement are some amazing but encouraging assertions. Like: »The consumer must be considered to be a being possessing of reason and is therefore to be treated accordingly.« Run-of-the-mill advertising claims are given a firm thumbs-down, such as the popular (and communicated) customer claim to want to be the best. »That's not a position. That's just repeating a platitude.« Gute is just as tough when it comes to imple-

mentation standards: »The accolade »great design« all too often means exactly the opposite, it's just brash exaggeration and has limited entertainment value.« From an outfit that states its position as starkly and boldly as this, you are entitled to expect something exceptional in the way of customer solutions. For a new investment company, for example, they produced a name (Kapitalpflege AG), a corporate design (charitable euro symbolism) and a book on the subject of »a decent yield«. For Alberto,

a brand of men's trousers, Gute put on a promotion that involved sending out attractive »trouser policewomen« onto the streets to stop inadequately trousered men and point them in the direction of the next Alberto stockist. Gute GmbH describes its preferred working style with the words: a crystal-clear idea, an unexpected design and a quality production. Gute GmbH also turns out good stuff in smaller format. Like the new CD they produced for the oldest judo school in Germany, which teaches

life skills as well as martial arts. For the manufacturer of a waterless urinal, they designed business cards that smelled of a waterless urinal – namely of nothing at all – demonstrating very effectively the benefits of this product. A knife manufacturer from Solingen commissioned a »Knife Handbook«; Gute promptly set out the evolution of this cutting tool in a highly informative but also in an entertaining way. Clearly Gute GmbH is happy to work for all sectors and on all kinds of jobs. Fortunately they still

find the time and the inspiration to promote their own ideas, like the products in their own brand, »Kleine Marie«™ or in their e-shop, »Wolpertinger's Warenhaus«. hl

08 Mailing zur Abonentengewinnung / Mailing to win new subscribers. Kunde / Client: First Blue (Fashiontrendmagazin im Web / web-based magazine for fashion trends)

09 Buchkonzept und -gestaltung des Messerhandbuchs / Concept and design of a guide for knives. Kunde / Client: Güde

10 Corporate Design und Imagebrochure für Deutschlands älteste Judo-schule / Corporate Design and image brochure for Germany's oldest school for Judo. Kunde / Client: Prass

11 Namensfindung für eine Investmentgesellschaft / Corporate wording for an investment company. Kunde / Client: Kapitalpflege AG

12 Namensentwicklung, Corporate Design, Broschüre und Presseevent / Naming, corporate design, brochure and press material. Kunde / Client: Mjam (Premium Catering)

13 Corporate Design, Visitenkarten / Business cards. Kunde / Client: Waterless Deutschland

14 Kleine Marie, »ABC Lebensfreude«



16

15 »Schlicht sticht«. Quartett / Card game

16 Namensentwicklung, Corporate Design, Produktdesign für ein Kochbuch, Gesundheitsfibel, Quartett, Volkshauplan / Naming, corporate design, product design for a cookbook, health guide, game cards. Kunde / Client: »Kleine Marie«™

17 »Wolpertingers Warenhaus«™ Namensentwicklung, Produktdesign / Corporate wording, product design. Kunde / Client: Gute Gesellschaft, www.wolpertingerswarenhaus.de

18 Namensentwicklung, Corporate Design, Produktdesign / Naming, corporate design, product design. Kunde / Client: »Kleine Marie«™



18

17

