

# »Die schlichte Mirk«

(Markenbezeichnung um 1500 n. Chr.)

**Name:** frei independent advertising group (kurz *frei group*)

**Namenszusatz:** Agentur für Inhalt und Wissenskapitalbildung

**Wirtschaftszweig:** Marketing / Innovation

**Gattung:** Kreativbranche / Core-Communication

**Art:** Laboragentur\* (*collaborativ / elaborativ / laborare = auf etwas brennen, hinarbeiten*)

**Positionierung:** Kreativer Freisetzer von verstecktem Potenzial

**Versprechen / Angebot:** Sauber ausgefeilte Originalität – als Kommunikationskern, der VOR den Werbemaßnahmen entwickelt wird

\* VOR DER MEDIKAMENTEN-EINFÜHRUNG KOMMT DAS LABOR. VOR DER KOMMUNIKATIONS-EINFÜHRUNG KOMMT DIE LABORAGENTUR. Kommunikation soll wirken. Weshalb aber wirken so viele Kommunikationsmaßnahmen nicht? Weil sie nicht zu den Menschen vordringen. Weil sie nicht authentisch sind. Weil sie keinen Kern haben, um den sich alles dreht. Weil die meisten Unternehmen ihren Kern, ihre Basis gar nicht mehr kennen. Weil sie nicht ins Labor gehen, bevor sie neue Kommunikations-Rezepte ausprobieren oder bestehende fortführen. Die *frei independent advertising group* ist eine Laboragentur (*die erste!*), die genau diese Basisarbeit leistet und dem Kommunikationsprozess mehr Originalität verleiht. Also das, was am Anfang jeder erfolgreichen Kommunikation stehen sollte und woran sich alle anderen Module / Disziplinen orientieren: die inhaltliche Ausrichtung eines Unternehmens in verdichteter Form. Wie funktioniert die Laborarbeit für Kommunikation? Die *frei group* führt zwei Neuerungen ins Feld: Inhaltsagenten und Positionsblogs. Innerhalb des Unternehmens entstehen Tandem-Teams: Texter der alten Schule (Inhaltsagenten der *frei group*) gepaart mit ausgesuchten Unternehmens-Mitarbeitern, die auf bloggende Weise zeigen, was in ihrem Kopf vorgeht und so eine Substanz zu Tage bringen, die ohne diese Laborarbeit nicht zum Vorschein käme. Eine Substanz, auf die die Kommunikation der nächsten Jahre aufbauen kann – insofern rentiert sich jeder Einsatz mehrfach – auch der finanzielle. Unsere Inhaltsagenten vertiefen die oben beschriebenen Prozesse, indem sie agonales Denken, impliziertes Wissen und erschlossene Insights in eine ehrliche, nonkonformistische Blogsprache überführen. Zugleich locken sie die Mitarbeiter durch radikalere Ansichten stärker aus der Reserve. Sie offenbaren Stärken, legen aber auch den Finger in Kränkungen und verpasste Chancen des Unternehmens, und sie bringen bei Bedarf die Kreative Marketingforschung ins Spiel, die zusätzliche Anreize aus dem direkten Zielgruppen-Umfeld liefert. Nicht alles wird später über souveräne Positionsblogs mit long-term relevance auf der Unternehmens-website publik gemacht. Einiges behält das Unternehmen nur für sich, was jedoch am Resultat nichts ändert. Am Ende hat man ein Destillat, über das die Originalität des Unternehmens sauber herausgefeilt wird. Mit dieser Originalität werden die anderen Kommunikations-spezialisten geimpft, damit künftig alle noch stärker an einem Strang ziehen für noch mehr Trennschärfe im Markt und für einen noch besseren ROI. Das ist das Eine. Das Andere: Innovationsansätze mit sehr viel Potenzial. Und das besondere Extra: Eine motivierte Belegschaft, die gesund bleibt (Salutogenese) und Freude daran haben wird, endlich auch jene Denkansätze herauszulassen, nach denen bislang keiner gefragt hat.

**Gründer:** Hans Albert Salden

**Philosophie:** per aspera ad astra – über das Ungeschliffene zu den Sternen

**Claim:** welcome@good-old-europe.eu (*Ursprungsmilieu der Selbstdenker*)

**Kreative Kernkompetenz:** Text, konzeptionelle Richtung

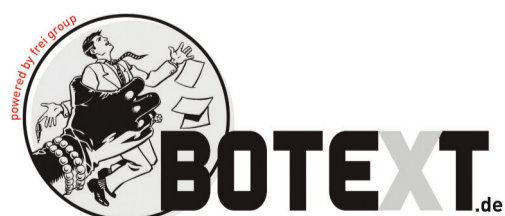
**Themenführerschaft:** Positionsblogs

**Themen gesamt:** Positionsblog Entwicklung, Modulare Kernkommunikation, Kreative Marketingforschung, Regionales Text-Einstiegsangebot: Botext

**Mission:** Aus »Du bist, was du hast«, wird »Du bist, was du vorhast«

**Internet:** www.good-old-europe.eu / www.botext.de

Copyright 2007 – 2015 *frei independent advertising group*  
Hans Albert Salden



**Straff. Jung. Auf den Punkt.**

Linie klarer, Botschaft definierter, Ausdruck geschmeidiger, dazu alles substanzreicher unterfüttert für mehr Wirkung: **Korrespondenz, Briefe, Mails • Blogs, Kommentare • Essays, Aufsätze • Reden, Präsentationen • Gründungsvorhaben jeder Art • Korrekturen inklusive, Diskretion absolut.**  
BOTEXT – der vor Ort anspruchsvollste Begleitservice für Schreibwillige.