

PRESSEMELDUNG

## **Pop Up Your Life: Zeichen & Wunder entwickelt ein lebendig-leichtes Redesign für DHDL-Verkaufsschlager Popcornloop**

Seit die Popcorn-Marke bei der bekannten Gründer-Show „Die Höhle der Löwen“ auf der Bühne stand, ist viel passiert. Das Produkt ist einer der Verkaufsschlager von Investorin Judith Williams. Sie beauftragte nun die Branding Spezialisten für ein neues Design.

**München, XX. April 2018.** Egal ob auf Instagram oder auf diversen Food-Blogs: Popcorn ist ein großer Trend und wird gerade in den verschiedensten Formen inszeniert. Das hat auch Unternehmerin und Powerfrau Judith Williams erkannt – und in das Start-up [Popcornloop](#) investiert. Um ein plakatives Brand Design für die neue Marke zu entwickeln, beauftragte sie die Branding-Spezialisten von [Zeichen & Wunder](#), die zuvor schon erfolgreich den Markenauftritt von „Judith Williams Cosmetics“ betreut hatten.

### **Logo-Redesign und poppiger Claim**

Der neue Claim "Pop Up Your Life" wirkt aktivierend und spricht eine breite Zielgruppe an. „Bringe Schwung in Dein Leben!“, sagt er. Und dieser Schwung ist auch in der neuen Bildmarke zu spüren, die der Popcorn-Form nachempfunden ist. In Kombination mit der individualisierten Typografie von Markenname und Claim versprüht das Logo gutgelaunte Leichtigkeit.

### **Corporate Design und Packaging in Arbeit**

Mit einem leuchtenden Rot-Ton und dem „Stripes“-Muster übersetzt Zeichen & Wunder die Lebendigkeit von Popcornloop ins Corporate Design. Gleichzeitig arbeiten die Münchner Markenexperten bereits an einem neuen Packaging-Konzept. Soviel sei schon verraten: der gesamte Markenauftritt wird, frischer, jünger und fröhlicher sein – und unmittelbar Lust auf selbstgemachtes Popcorn wecken.

TRAUE DEINEN SINNEN

## PRESSEMELDUNG

### **Begeisterungsstrategie für Popcornloop**

Der Claim- und Design-Entwicklung ging ein Analyse-Prozess und Strategie-Workshop voraus, an dem auch der Popcornloop-Erfinder Murat Akbulut und Investorin Judith Williams teilnahmen. Gemeinsam mit Zeichen & Wunder definierte das Team rund um das Start-up die Werte und die Kernkompetenzen von Popcornloop – als Basis für die gesamte Marktentwicklung. „Popcornloop ist wandlungsfähig und lebendig, happy und easy, emotional und individuell. Daran haben wir den neuen Claim und das Logo ausgerichtet. Mit dem Ergebnis sind wir alle sehr glücklich“, so Irmgard Hesse, geschäftsführende Gesellschafterin bei Zeichen & Wunder.

### **Bildmaterial steht unter folgendem Link zum Download bereit:**

#### **Über Zeichen & Wunder:**

Zeichen & Wunder verbindet Brand Consulting und Brand Design. Für die enge Verzahnung von strategischem Denken, ausgezeichnetem Design und Storytelling stehen die geschäftsführenden Gesellschafter Irmgard Hesse und Marcus von Hausen. Zeichen & Wunder ist aus Überzeugung inhabergeführt, gehört mit 47 Mitarbeitern zu den TOP 20 der CI/CD-Agenturen in Deutschland und ist im W&V-Umsatzranking als eine der 50 größten Agenturen 2016 gelistet. Kunden sind u. a. BMW Group, BMW i, Deuter, Herrmannsdorfer Landwerkstätten, München Tourismus, MINI, Landeshauptstadt München, SAP, Naturkundemuseum BIOTOPIA, und das Sporthaus Schuster.

Weitere Informationen unter: [www.zeichenundwunder.de](http://www.zeichenundwunder.de)

#### **Rückfragen richten Sie gerne an:**

KOSCHADE PR  
Tanja Koschade  
Kellerstraße 27  
D-81667 München  
Tel.: +49 (0)89 / 55 06 68 - 50  
Fax: +49 (0)89 / 55 06 68 - 51  
tanja@koschadepr.de  
www.koschadepr.de

Zeichen & Wunder GmbH  
Michaela Zeman  
Rumfordstraße 34  
D-80469 München  
Tel.: +49 (0)89 / 74 63 77 - 39  
Fax: +49 (0)89 / 74 63 77 - 77  
mzeman@zeichenundwunder.de  
www.zeichenundwunder.de