



PAHNKE MARKENMACHEREI

PRESSEMITTEILUNG

NEU: Pahnke inszeniert Walter Popp's Kartoffelsalate

Hamburg, 16. April 2019. Wenn Gutes aus der Tradition entspringt und dadurch zu überzeugen weiß, dann sollte man das auch zeigen. Diesem Motto folgt das neue Konzept für „Walter Popp's Kartoffelsalat“: Es reicht von der Entwicklung einer eigenständigen, klar differenzierenden Positionierung im aktuellen Wettbewerbsumfeld bis hin zum neuen, attraktiven Verpackungsdesign. Strategie und Umsetzung stammen von der Pahnke Markenmacherei in Hamburg.

Die Ziele sind dabei ebenso vielfältig wie anspruchsvoll. Mehr Attraktivität, mehr Wahrnehmung am POS, mehr Wachstum in der Kategorie „Kartoffelsalat“ sollen durch die neue Konzeption erreicht werden - mit dem Effekt, neue Kunden zu gewinnen und bestehende in ihrer Loyalität zu bestärken.

Popp blickt als traditionelles Familienunternehmen auf eine lange Historie zurück. 1920 gründete Walter Popp mit viel Pioniergeist das erste Feinkosthaus in Dresden. Inspiriert davon entstand die Marke „Walter Popp's – seit 1920“. Sie steht für ein ebenso traditionelles wie familiär geprägtes Produkt: den Kartoffelsalat. Die Neukonzeption folgt dem Verbraucherwunsch nach Authentizität und echten Produkten.

„Mit der neuen Submarke `Walter Popp's` schaffen wir einen Transfer auf die Marke Popp als moderne Feinkostmarke mit authentischer Familiengeschichte und Tradition seit 1920“, sagt Alexander Schmolling, Marketingleiter von Popp Feinkost mit Sitz in Kaltenkirchen bei Hamburg. „Damit gewinnt die Marke Popp als führender Feinkosthersteller zusätzlich an Vertrauen und Glaubwürdigkeit.“

„Unsere Idee war es, Firmengründer Walter Popp in den Mittelpunkt der neuen Submarke zu stellen“, sagt Alexander Glück, Geschäftsführer Consulting bei der Pahnke Markenmacherei. „Mit dieser bewussten Personifizierung reichen wir zurück bis an die Wurzeln des Unternehmens und beleben die Kategorie Kartoffelsalat komplett neu.“

Eine zentrale Rolle spielt dabei das Verpackungsdesign. Hier dient ein Teller als Key-Element. Gemeinsam mit dem illustrierten Konterfei von Walter Popp und einer modernen Typo sorgt diese Gestaltung für eine wohltemperierte Balance zwischen Tradition und Moderne.

Die Fakten zu den Kampagnenmachern:

Kunde: Popp Feinkost GmbH

Marke/Produkt: Walter Popp's Kartoffelsalat

Agentur: Pahnke Markenmacherei

Verantwortlich auf Agenturseite:

Alexander Glück (Geschäftsführung Consulting)

Carl-Clemens Köhler (Brand Consulting)

Knut Laukamp (ECD Konzeption)

Heike Feige (Strategie & Konzeption)

Matthias Nowothnig (ECD Packaging & Design)

Alireza Ataei (CD Packaging & Design)

Ralf Schweizer (Leitung Produktion)

Daniela Bölke (Leitung Reinzeichnung und Bildbearbeitung)

Verantwortlich auf Kundenseite:

Alexander Schmolling (Leitung Marketing)

Hauke Popp (Marketing)

Die Pahnke Markenmacherei wurde 1989 in Hamburg gegründet. Sie gehört zu den erfolgreichsten inhabergeführten Agenturen Deutschlands. Derzeit arbeiten mehr als 200 Mitarbeiter an rund 50 Marken für mehr als 40 Länder. Die Agentur baut auf die Vernetzung von Menschen, Perspektiven und Kompetenzen. Mit ihrer langjährigen Expertise für FMCG-Marken versteht die Agentur, unternehmerisches Denken und Kreativität erfolgreich zu kombinieren. Die Leistungen der Markenmacherei umfassen Consulting, Innovation, Campaigning, Packaging, Digital und Brand Activation. Ihr Branchenschwerpunkt liegt auf Konsumgüter- und Handelsunternehmen. Kunden wie Storck, Lorenz und Zott betreut die Pahnke Markenmacherei seit mehr als 20 Jahren. Lars Lammers leitet das Unternehmen seit 2018 als geschäftsführender Gesellschafter.

Kontakt:

Dr. Lars Lammers

Geschäftsführender Gesellschafter

Pahnke Markenmacherei

Ludwigstraße 14

20357 Hamburg

Tel: +49 (0)40-248212-236

Fax: +49 (0)40-24 82 12-118

Mail: lars.lammers@pahnke.de

Web: www.pahnke.de

FB: www.facebook/PahnkeMarkenmacherei