

Die foodlounge präsentiert

Abbelen

Great Taste - Easy Life

Für die Abbelen Fleischwaren GmbH & Co. KG aus Tönisvorst entwickelte die foodlounge ein integriertes Markenkonzzept.



Eine Marke erfindet sich neu – das Comeback von Abbelen:

Seit über 40 Jahren produziert Abbelen in Tönisvorst auf der Grundlage traditioneller Werte ein umfassendes Sortiment von vielseitigen Convenience-Fleischwaren. Die foodlounge entwickelte für die Marke Abbelen auf Basis einer marktforscherisch abgeleiteten Positionierung die gesamte Markenkommunikation einschl. Designrelaunch, neuem Logo und Claim.



Neues Logo mit Claim



Key-Visual Anzeigen

Das neue Abbelen Design – das Wesentliche im Focus:

Einfach und schnell zubereitet, hervorragend im Geschmack und erstklassig in der Qualität – Das Motto „Great Taste – Easy Life“ spiegelt die Philosophie aller Produkte des Unternehmens wider. Nach strategischer Ausrichtung der Marke entwickelte die foodlounge im Rahmen des Packungsrelaunches ein komplett neues Design. Im einzelnen unterstützte die foodlounge das Unternehmen bei folgenden Projekten:

- Entwicklung einer Ist & Soll-Positionierung für die zukünftige Vision der Marke in Deutschland.
- Unterschiedliche Designvarianten der aktuellen Konzepte als einheitlicher und impulsstarker Verpackungsauftritt.
- Research Konzepte/Packaging/Geschmack/Pricing/Positionierung und Ableitung für Design und Marketing.
- Neuentwicklung der Geschäftsausstattung/Corporate Design bis hin zur Gestaltung von Medien wie Anzeigen, LKW, Messe oder Internet.

Der neuen Markenauftritt von Abbelen rückt das Produkt und sein Verwendung in den Mittelpunkt der Markenkommunikation mit hohem Impulscharakter und geschmackvollem Auftritt – ein Ey-Catcher.



Altes Design und neues Design



Neue Produkt-aufnahmen

Der Genuss fängt mit den Augen an – der exklusive Auftritt:

Innovative Sorten gepaart mit einem jungen, impulsstarken Look sind die Grundlage des Erfolgs der neuen Trendsorten des Unternehmens. Bei der Gestaltung dieser neuen Sub-range stand insbesondere „ready-to-eat“ und der „ToGo“-Gedanke im Vordergrund. Ob Burger, Pita oder Chicken-Wings: Alle Produkte sind ready-to-eat oder ToGo und überzeugen durch ein einzigartiges Design.

Alle Marketingbausteine basieren auf der neuen Konzeption, die durch die foodlounge entwickelt wurde. Sei es der neue LKW Fuhrpark, der die neue Genussswelt „transportiert“; sei es der neue Messestand mit puristischen, klaren Linien oder der neue Internetauftritt. Selbst die neue Geschäftsausstattung kommuniziert die neuen Markenbotschaft:



Die innovativen Trendsorten



Messestand



www.abbelen.de



Neues LKW-Design

Abbelen

Good Taste - Easy Life

Markus Zender,
Geschäftsführer Marketing
& Vertrieb Abbelen Fleisch-
waren GmbH & Co. KG



Der Kunde:

„Ich kenne keine zweite Food-Agentur in Deutschland mit diesem fachlichen Sachverstand basierend auf ehemaliger Industrieverantwortung in Verbindung mit exzellenten Food-Designern, die ein Auge für das Wesentliche haben.“

Ich möchte mich herzlich bei dem Team der foodlounge für die häufig sehr schnelle, pragmatische und hochkreative Arbeit im Rahmen des Relaunches der Marke Abbelen bedanken.“