

Die foodlounge präsentiert

Paul's Diner
PREMIUM SNACKS & DIPS SEIT 1932

Für das Unternehmen Allfein Feinkost entwickelte die foodlounge ein integriertes Markenkonzept.



Das neue Markenkonzept:

Für die Firma Allfein entwickelte die foodlounge GmbH das Markenkonzept Paul's Diner, unter dem zukünftig verzehrfertige und conveniente Geflügelprodukte angeboten werden.

Die Snackprodukte sind positioniert als ready-to-go-Konzept geeignet für den Warm- und Kalt-Verzehr, zuhause und unterwegs. Ergänzt wird das neue Genusskonzept durch eine hochwertige, banderolierte Verpackungslösung mit passenden Dips und Gabel oder Feuchttuch.

Die foodlounge entwickelte die Marke, das Logo, die Verpackungsdesigns, den Messe- und Internetauftritt sowie alle Druck- und Verkaufsmedien.



Key Visual

Die neue Paul's Diner Welt:



Salesfolder mit Produktblättern

Hochwertige Verpackungsdesigns mit starker Impulsoptik

Der Messe- und Verkostungsauftritt:

Für nationale und regionale Messeauftritte sowie Verkostungen gestaltete die foodlounge für die Marke Paul's Diner ein mobiles Messe-Equipment, bestehend aus Scherenwänden, Verkostungstheken, Roll-Ups, Kühlgeräten und Prospekt-

ständern im Look & Feel der Paul's Diner Welt. Außerdem wurde der Messestand zur Anuga entwickelt und dem Handel die neue Paul's Diner Welt mit einer Weltpremiere präsentiert.



Die neue Webseite:

Auch die digitale Präsenz der Paul's Diner Welt wurde von der foodlounge entwickelt, gestaltet und programmiert. Ganz im Zeichen des Key-Visuals führt Kitty durch die Webseite, stellt die Produkte vor, erklärt Rezeptvorschläge und beantwortet die FAQ's.



Paul's Diner Webauftritt