

PAGE online / Kreation / Überraschend: Corporate Design der brandneuen Marke QJU

Kreation



# Überraschend: Corporate Design der brandneuen Marke QJU

10.03.2023 von Sabine Danek | Lesezeit: ca. eine Minute

Die Münchner Kreativagentur Bloom hat Strategie, Namen und Corporate-Auftritt der neuen Marke QJU entwickelt – und findet dabei eine prägnante und moderne Sprache für digitales Shopping.



Bohnacker ist ein Unternehmen für Ladenbau während SWG auf Schrauben und Zubehörartikel spezialisiert ist. Gemeinsam haben sie ein erstes Produkt entwickelt, das ganz auf das Onlineshopping ausgerichtet ist, das eine immer wichtigere Rolle spielt.

So ist das smarte Serviceregale Find-IT entstanden, »eine Komplettlösung für die Einbindung des POS an quasi alle mobil-digitalen Customer Journeys«.

## Erfrischend uniques Design

Dessen Markenauftritt, Strategie und Naming haben Bohnacker und SWG die [Münchner Kreativagentur Bloom](#) engagiert – und so entstand QJU.

Den Anspruch den POS zum ständigen Begleiter der Konsument:innen zu machen, haben sie in einem prägnanten und unigen Corporate Design in leuchtendem Gelb visualisiert und mit einem Logo, das auf Verbundenheit setzt und auf den Weg.

Steht am Anfang Mister Q, wie Bloom es beschreibt, folgt J für journey und Y für you und findet mit einem (Schluss)-Punkt am Ende den erfolgreichen Abschluss.



## Blick in die Zukunft

Die Bildwelt, die das Corporate Design begleitet ist hochmodern und zukunftsorientiert.

»QJU macht exakt das, was Marken im 21. Jahrhundert zum Erfolg führt: analoge und digitale Welt verschmelzen zu einer funktionierenden Einheit, die den Kunden echte Mehrwerte bietet«, sagt Stefan Neukam, Managing Partner Bloom.

Das unterstreicht auch der Claim »Bringt zusammen, was zusammengehört«, der gleich in mehrere Richtungen weist.

