

Warum Marken oft intern scheitern – neue Markenberatung Popcorn Partner startet mit systemischem Ansatz

26.05.2026, 07:30 | Werbung, Consulting, Marktforschung

Pressemitteilung von: *PM zur Gründung*



Kai Bösterling und Angelika Ballosch, Popcorn Partner & Co-Founder Popcorn Markenberatung

Hamburg, Mai 2026 – Viele Unternehmen investieren erhebliche Budgets in Markenentwicklung, Kampagnen und Employer Branding. Doch die gewünschte Wirkung bleibt häufig aus. Der Grund liegt laut der neu gegründeten Markenberatung Popcorn Partner nicht im Markt – sondern in der eigenen Organisation.

„Die meisten Markenprobleme sind in Wahrheit Organisationsprobleme“, sagt Angelika Ballosch, Popcorn Partner und Co-Gründer. „Unternehmen arbeiten intensiv an ihrem Markenbild nach außen, aber zu wenig daran, ob ihre internen Strukturen, Prozesse und Führungsprinzipien dieses Bild überhaupt tragen können.“

Popcorn Partner verfolgt daher einen integrativen Ansatz: Marken- und Organisationsentwicklung werden nicht getrennt betrachtet, sondern als Einheit. Im Zentrum steht der Popcorn Transformationsprozess, die „Popcorn Brandformation“, der beschreibt, wie Markenwirkung erst dann entsteht, wenn strategischer Anspruch und organisatorische Realität aufeinander abgestimmt sind.

„Bei einigen Unternehmen müssen wir die Marke schärfen, damit sie auch im Team so richtig gelebt werden kann!“ beschreibt Kai Bösterling, Popcorn Partner & Co-Gründer den Beratungsansatz. „Und manchmal sehen wir, dass die Marke nicht die volle Wirkung entfacht, weil Prozess und Strukturen innerhalb der Organisation nicht passen.“

Die beiden Gründer sind sich sicher, es braucht einen neuen Beratungsansatz. Das lautlose Sterben von Agenturen zeigt, Kunden müssen stärker strategisch beraten werden und Markenführung muss ganzheitlich auch in Prozessen und Strukturen im Unternehmen operationalisiert werden.

„Viele Unternehmen spüren, dass etwas nicht stimmt, können es aber nicht klar benennen. Genau hier setzen wir an“, so die beiden Gründer.

Zu den Gründern:

Angelika Ballosch

Angelika Ballosch ist bei Popcorn die Expertin für Marketing- und Organisationsentwicklung.

Sie ist diplomierte Betriebskauffrau mit über 20 Jahren Berufserfahrung in Agenturen und Beratungsfirmen.

Angelika Ballosch unterstützt Führungsteams dabei, Silos aufzubrechen, Ressourcen wirksamer zu bündeln und Strukturen zu schaffen, die Zielerreichung ermöglichen. Ihre Arbeit bewegt sich an der Schnittstelle von Marketing, Führung und Organisationsentwicklung – mit besonderem Fokus auf Entscheidungsfähigkeit, Technologie und Wertschöpfung.

Dabei analysiert sie Kulturmuster, Managementpraktiken und die realen Rahmenbedingungen innerhalb von Organisationen, denn aus ihrer Sicht entsteht wirksame Veränderung nicht durch Appelle an Haltung oder Mindset, sondern durch klare Verantwortlichkeiten, funktionierende Entscheidungslogiken und anschlussfähige Strukturen.

Kai Bösterling

Kai Bösterling steht bei Popcorn insbesondere für den Bereich Markenstrategie und bringt seine Expertise gezielt in die Entwicklung starker Marken und Neu-Positionierung der Corporate Identity ein.

In seiner 20-jährigen Agentur- und Beratungstätigkeit hat Kai Bösterling operativ sowie in der Geschäftsleitung und -führung (zuletzt bei der Agentur REINSCLASSEN) Marken in verschiedenen Branchen aufgebaut, begleitet und geschärft – mit Blick für das große Ganze und Liebe zum Detail.

Als Markenstrategie und Experte für Themen rund um Markenvision, Customer Experience, Service Design & kreative Idee sieht sich Kai Bösterling als Brückenbauer zwischen digitalen & analogen Handlungsfeldern im Marketing. Damit Marken mehr sind als Kommunikation – nämlich Plattform für echte Relevanz. Innerhalb der Organisation und außen bei den Kunden.

Popcorn Partner

<https://popcorn-partner.com/impressum/> [https://popcorn-partner.c](https://popcorn-partner.com/)
[https://popcorn-partner.c](https://popcorn-partner.com/) Hamburg
Deutschland

Kai Bösterling (Popcorn Partner & Co-Founder)

0177-2583703

kai.boesterling@popcorn-partner.com

popcorn-partner.com

Portrait

Popcorn ist die erste Beratung, die Marke und Organisation als Einheit gestaltet.

Marken scheitern heute nicht an Ideen.

Sie scheitern daran, dass sie losgelöst sind vom Handeln im Unternehmen. Dass sie leblose Konstrukte sind in einer Organisation. Es fehlt die Verbindung zwischen Strategie und Alltag. Zwischen Marke, Verhalten und Marktdynamik. Zwischen Anspruch und gelebter Realität.

Viele investieren in Kommunikation. Andere in Reorganisation.
Die allermeisten trennen beides.

Wir nicht.

Wachstum entsteht dort, wo Marke und Organisation eine Einheit bilden. Denn eine Marke kann nur dann relevant sein, wenn sie von innen getragen wird. Und eine Organisation entfaltet nur dann Wirkung, wenn sie nach außen klar und glaubwürdig sichtbar und erlebbar ist.

Eine Marke ist kein Bild, kein Claim und kein Kampagnenkonzept. Sie ist ein Orientierungs- und Entscheidungsrahmen. Für Führung, für Zusammenarbeit und für Verhalten an allen relevanten Touchpoints.

Fehlt dieser Rahmen oder ist er widersprüchlich, entstehen Unsicherheit, Silos und Abstimmungsschleifen. Aktivität nimmt zu, Wirkung nicht.

Popcorn arbeitet genau an diesem Punkt.

Und warum eigentlich der Name "Popcorn"?

Die Antwort: Weil Transformation oft genau so abläuft. Man hat diesen harten Kern – die Substanz eines Unternehmens: Die jahrelange Erfahrung, der USP, Mitarbeitende und Strukturen, die den Erfolg ermöglichen.

Man gibt Energie hinein (Strategie, Kultur, Struktur, Prozesse, Arbeit). Und dann, im richtigen Moment, macht es Plopp. Das Unternehmen, die Idee, das Produkt entfaltet sich, wird sichtbar, nimmt Raum ein.

Dieser "Popcorn Effekt" kann nur gelingen, sprich kann nur dann wirksam werden, wenn Marke und Organisation zusammenpassen. Ein Maiskorn ohne Hitze bleibt hart. Hitze ohne Korn verpufft.

Eine Marke muss von innen her richtig organisiert werden. Und die Organisation muss die Marke auch nach außen hin leben.

Bei Popcorn Partner sorgen wir dafür, dass die Energie richtig kanalisiert wird. Wir bringen das Innere (die Organisation) so in Form, dass das Äußere (die Marke) wirken kann. Wir nennen diesen Prozess **BRANDFORMATION**.

Pressekontakt

Popcorn Partner
Hamburg
Deutschland

AngelikaBallosch (Popcorn Partner & Co-Founderin)

0176-23177839

angelika.ballosch@popcorn-partner.com

[popcorn-partner.com](https://www.popcorn-partner.com)

News-ID: 1312604 • Views: 172 (Stand: 27.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1312604/Warum-Marken-oft-intern-scheitern-neue-Markenberatung-Popcorn-Partner-startet-mit-systemischem-Ansatz.html>