



German Brand Award 2020

BERATUNGSTOOL K+N WORK.CULTURE.MAP GEWINNT GOLD-AUSZEICHNUNG

Die Arbeitswelt befindet sich in einem umfassenden Wandel, der durch die von COVID-19 verursachte Ausnahmesituation noch weiter beschleunigt wurde. Um ein Unternehmen sicher durch diese Zeit navigieren zu können, sind das Vertrauen auf zuverlässige Werte und der Mut, Neues zu wagen, wichtig.

König + Neurath positioniert sich seit seinem Marken-Relaunch im Oktober 2018 als Entdecker von Arbeitskulturen, der Architekten, Fachhändler und Unternehmen in einer Zeit der sich radikal verändernden Arbeitswelten begleitet. Mit formbewusstem Mobiliar und differenzierenden Stilwelten gestaltet das international tätige Unternehmen mit hessischen Wurzeln Prozesse ganzheitlich – und scheint damit auf dem richtigen Weg zu sein: Der Rat für Formgebung, die Design- und Markeninstanz in Deutschland, und das German Brand Institute haben König + Neurath am 18. Juni 2020 nun zweimal mit dem German Brand Award für seine erfolgreiche Markenführung ausgezeichnet.

GOLD für K+N WORK.CULTURE.MAP in der Kategorie Excellence in Brand Strategy and Creation – Brand Communication - Collaboration

„Wer sein Unternehmen von innen heraus versteht und weiß, was die eigene Arbeitskultur prägt, kann Veränderungen gezielt anstoßen. Mit dem digitalen Beratungstool K+N WORK.CULTURE.MAP können die Eigenheiten einer Arbeitskultur spielerisch entdeckt oder über Mitarbeiterbefragungen quantitativ

identifiziert werden. Die gewonnenen Erkenntnisse werden in einem Profil visualisiert und zu Impulsen für die Gestaltung von Arbeitsumgebungen weiterverarbeitet“, beschreibt Viktoria König, verantwortlich für das Erscheinungsbild der Marke, die Anwendung.

Und so begründet die Jury ihre Entscheidung für die höchste Auszeichnung: „Ein neues digitales Tool, das im Wettbewerb einzigartig sein dürfte, das König + Neurath als ganzheitlichen Anbieter bzw. Prozessbegleiter differenziert und den Wandel hin zu einer kundenorientierten Marke im Alltag maßgeblich vorantreibt.“



Die K+N WORK.CULTURE.MAP hilft, die eigene Arbeitskultur zu visualisieren und daraus Rückschlüsse für die Büroplanung abzuleiten.

Winner für Marke König + Neurath in der Kategorie Excellent Brands

Das hochkarätige Expertengremium aus Markenwirtschaft und Markenwissenschaft hat zudem in der Kategorie Excellent Brands – Office & Stationery die besten Produkt- und Unternehmensmarken einer Branche gewürdigt. König + Neurath ist als „Winner“ darunter. „Unter 1.200 Einreichungen aus 14 Ländern zu sein und eine derartige Auszeichnung zu erhalten, ist eine schöne Bestätigung unserer Arbeit. Es zeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind, König + Neurath zu einer starken Marke mit Wiedererkennungswert konsequent weiterzuentwickeln“, betont Michael Cappello, der neue Vorstandssprecher der König +

Neurath AG. „Wir werden unsere jahrelange Erfahrung auch weiterhin in inspirierende Ideen verwandeln, mit denen wir unsere Kunden entlang des gesamten Prozesses der Bürogestaltung begleiten. Von der Analyse ihrer Arbeitskultur über die umfassende Planung bis zum nachhaltigen Service.“



**WORK.
STYLE.
CULTURE.**



german
brand
award
20
winner

Mit der Leitidee „Arbeitskulturen gestalten“ begleitet König + Neurath Kunden entlang des gesamten Prozesses der Bürogestaltung: von der Analyse und Planung bis zur Fertigung und dem nachhaltigen Service. Mit differenzierenden Stilwelten, formbewusstem Mobiliar und digitalen Lösungen unterstützt König + Neurath dabei, den Wandel der Arbeitswelt erfolgreich mitzugestalten.

German Brand Award und Initiatoren

Die Jury setzt sich aus unabhängigen, interdisziplinären Experten aus Unternehmen, Wissenschaft, Beratung, Dienstleistung und Agenturen zusammen. Die Bewertung der Einreichungen erfolgt nach den Kriterien Eigenständigkeit und Markentypik, Markenprägnanz, Differenzierung zum Wettbewerb und Zielgruppenrelevanz. Die Markenführung sollte Aspekte wie Nachhaltigkeit, Innovationsgrad, Kontinuität und Zukunftsfähigkeit berücksichtigen. Auch Faktoren wie die Gestaltungsqualität des Markenauftritts, die Homogenität des Markenerlebnisses und der ökonomische Erfolg spielen eine entscheidende Rolle im Jurierungsprozess.

[Pressemeldung und Pressebilder hier downloaden](#)

