



German Brand Award 2020

## ADVIESTOOL K+N WORK.CULTURE.MAP WINT GOUDEN ONDERSCHIEDING

De werkplek beleeft een radicale transformatie, die nog wordt versneld door de uitzonderlijke situatie veroorzaakt door COVID-19. Om een bedrijf veilig door deze tijd te kunnen loodsen, is het belangrijk te kunnen vertrouwen op beproefde kernwaarden en de moed te hebben om nieuwe stappen te zetten. König + Neurath positioneert zich sinds zijn merk-relaunch in oktober 2018 als ontdekker van arbeidsculturen, die meedenkt met architecten, handelspartners en bedrijven in een tijd van fundamentele veranderende werkomgevingen. Met vormbewust meubilair en gedifferentieerde stijlcollecties begeleidt de van oorsprong Hessische, internationaal opererende onderneming processen van A tot Z – en lijkt daarmee op de goede weg te zijn: De Duitse Raad voor Vormgeving, de design- en merkinstantie in Duitsland, en het German Brand Institute hebben König + Neurath op 18 juni 2020 tweemaal voor zijn succesvolle merkvoering onderscheiden met de German Brand Award.

**GOUD voor K+N WORK.CULTURE.MAP in de categorie “Excellence in Brand Strategy and Creation – Brand Communication – Collaboration”**

“Wie zijn bedrijf van binnenuit begrijpt en weet wat kenmerkend is voor de eigen arbeidscultuur, kan veranderingen doelgericht in gang zetten. Met de digitale adviestool K+N WORK.CULTURE.MAP kunnen de karakteristieke eigenschappen van een arbeidscultuur speels in kaart worden gebracht of via

personeelsonquêtes worden gekwantificeerd. De verworven inzichten worden in een profiel gevisualiseerd en verder bewerkt tot suggesties voor de inrichting van werkomgevingen”, zo luidt de beschrijving van de toepassing door Viktoria König, verantwoordelijk voor de verschijningsvorm van het merk.

En zo motiveert de jury zijn beslissing voor de hoogste onderscheiding: Een nieuwe digitale tool, die te midden van de concurrentie ongetwijfeld uniek is, die König + Neurath als totaalaanbieder resp. procesbegeleider onderscheidt en de overgang naar een klantgericht merk in de dagelijkse praktijk op toonaangevende wijze promoot.”



*De K+N WORK.CULTURE.MAP helpt bij het visualiseren van de eigen werkcultuur en het trekken van conclusies voor de kantoorinrichting.*

## Onderscheiding voor het merk König + Neurath in de categorie Excellent Brands

De prominente commissie van deskundigen uit merkmanagement en -wetenschap heeft daarnaast in de categorie “Excellent Brands – Office & Stationery” de beste product- en bedrijfsmerken van een branche beloond. Een van de ‘winnaars’ is König + Neurath. Het is een mooie bevestiging van ons werk om uit 1200 inzendingen uit 14 landen voor een dergelijke onderscheiding te worden geselecteerd. Het laat zien dat wij op de goede weg zijn om König + Neurath tot een sterk en herkenbaar merk consequent verder te ontwikkelen”, aldus Michael Cappello, de nieuwe woordvoerder van de directie van de firma König +

Neurath AG. Wij zullen onze jarenlange ervaring blijven inzetten voor inspirerende ideeën waarmee wij meedenken met onze klanten gedurende het hele proces van de kantoorinrichting. Van analyse van de arbeidscultuur via uitgebreide planning tot en met duurzame service.”



**WORK.  
STYLE.  
CULTURE.**



german  
brand  
award  
20  
winner

*Met het motto “Arbeidsculturen vormgeven” denkt König + Neurath gedurende het hele proces van de kantoorinrichting mee met de klant: van analyse en planning tot en met productie en duurzame service. Met gedifferentieerde stijlwerelden, vormbewust meubilair en digitale oplossingen helpt König + Neurath bij het succesvol vormgeven van de veranderingen in de werkomgeving.*

## German Brand Award en initiatiefnemers

De jury bestaat uit onafhankelijke, interdisciplinaire deskundigen uit bedrijfsleven, wetenschap, consultancy, dienstverlening en diverse organisaties. De inzendingen worden beoordeeld volgens de criteria onafhankelijkheid en merktypologie, attentiewaarde, differentiatie t.o.v. de concurrentie en relevantie voor de doelgroep. De merkvoering moet rekening houden met aspecten als duurzaamheid, mate van innovatie, continuïteit en toekomstbestendigheid. Ook factoren als de vormgevingskwaliteit van de merkpresentatie, de homogeniteit van de merkbeleving en het economische succes spelen een belangrijke rol in het beoordelingsproces.

[Download hier het persbericht en de persfoto's](#)

