



NetCologne gewinnt den German Brand Award 2020

Köln, 26. Juni 2020. Uns verbindet mehr – unter diesem Claim positioniert sich NetCologne seit ihrem Markenrelaunch in 2018. Gemeinsam mit der Kölner Agentur Das Hochhaus entwickelte der Telekommunikationsanbieter vor knapp zwei Jahren eine Strategie und Design- und Bildsprache, welche die Marke moderner, digitaler und serviceorientierter repräsentiert und so zum Markterfolg führte. Jetzt erhalten NetCologne und Das Hochhaus einen der wichtigsten deutschen Markenpreise: den German Brand Award.

„Als regionaler Telekommunikationsanbieter sind wir unseren Kunden räumlich sehr nah. Wir schaffen mit unserer Infrastruktur nicht nur eine digitale Verbundenheit zwischen den Menschen, sondern engagieren uns auch mit verschiedenen Projekten für das Rheinland. Wir sind also mittendrin und ein wichtiger Teil der Region. Uns verbindet mehr“, sagt Patricia Hohendorf, Bereichsleiterin Marketing und Kommunikation bei NetCologne. „Diese Haltung zeigen wir auch mit unserer Marke und deshalb freuen wir uns umso mehr, dass wir mit dem German Brand Award nun einen der wichtigsten deutschen Markenpreise gewonnen haben.“

Auszeichnung für Strategie und Kreation

Im Rahmen des German Brand Awards wurde die Strategie und die Kreation der Marke bewertet. NetCologne und die Agentur Das Hochhaus wurden dabei als „Winner“ in der Kategorie „Excellence in Brand Strategy and Creation“ ausgezeichnet. Für die Bewerbung entwickelte Das Hochhaus unter anderem einen Unternehmensfilm (Video auf [Youtube](#)), der die Marke ganzheitlich repräsentiert. „Die strategische Neuausrichtung von NetCologne war für uns ein Herzensprojekt, das in einer engen Zusammenarbeit vorangetrieben wurde. Diese Arbeit hat sich ausgezahlt und darüber freuen wir uns sehr“, so Andreas Friedrichs, Geschäftsführer von Das Hochhaus.

Modernes und digitales Design bei NetCologne

Die strategische Neuausrichtung der Marke findet sich vor allem in der Designsprache wieder, die modern, flexibel und digital gestaltet wurde.

Presseinformation



NetCologne

Die Kernfarben Blau und Rot sind nicht nur in dem Logo, sondern im gesamten Design eingebunden und haben eine besondere Bedeutung: Rot steht für Herzblut, blau für die Affinität zur Technik. Es wurde darauf geachtet, dass das Design mit den Markenwerten Herzblut, Verlässlichkeit und Wachstum harmonisiert und so eine ganzheitliche Markenidentität entsteht.

Bewertungsgrundlagen des Wettbewerbs

Für den German Brand Award können sich Unternehmen, Agenturen, Dienstleister und Organisationen aus allen Branchen weltweit bewerben. Unter allen Einreichungen nominiert ein Rat Unternehmen, die durch einen wirkungsvollen und eigenständigen Markenauftritt überzeugen. Die nominierten Unternehmen werden anschließend anhand verschiedener Kriterien bewertet: Markenprägnanz, Zielgruppenrelevanz, Homogenität des Markenergebnisses, Innovationsgrad, Nachhaltigkeit, Kontinuität, Zukunftsfähigkeit, Preispremium, Wachstum und ökonomischer Erfolg.

Über NetCologne:

NetCologne gehört mit über einer halben Million Kundenanschlüssen zu den größten regionalen Telekommunikationsanbietern Deutschlands. Das Unternehmen bietet Privat- und Geschäftskunden sowie der Wohnungswirtschaft zukunftsichere Kommunikationstechnologie über das eigene, leistungsstarke Glasfasernetz. Mit mehr als 28.000 verlegten Kilometern und einem jährlichen Invest im zweistelligen Millionenbereich treibt der Kölner Anbieter somit die Digitalisierung in der Region auch jenseits der Ballungszentren voran.

Zum Produktangebot gehören neben klassischen Telefonie-, Internet-, Mobilfunk- und TV-Diensten auch professionelle IT- und Rechenzentrumsleistungen für Unternehmen.

Pressekontakt:

Jennifer Becker | Tel. 0221 2222 400 | presse@netcologne.de