

# KEARNEY

## Aus A.T. Kearney wird KEARNEY

13.01.2020 | Kunde: Kearney | Ressort: Österreich / Wirtschaft / Unternehmen / Beratung | Presseaussendung

**Mit einem globalen Rebranding startet die globale Unternehmensberatung Kearney ins neue Jahr. Dabei rückt die Marke „Kearney“ ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Fokus. Der neue Markenschwerpunkt umfasst die Bereiche professioneller Teamarbeit, einzigartige Unternehmenskultur und Echtheit.**

**Honorarfreies Fotomaterial, Copyright siehe Dateinamen, unter [FOTOLINK](#)**

Düsseldorf/ Wien, 13. Januar 2020. Mit einem umfassenden Rebranding startet die globale Unternehmensberatung Kearney, früher bekannt als A.T. Kearney, in das neue Jahrzehnt. „Der aufregendste Aspekt unserer neuen Marke ist, dass sie uns so präzise wiedergibt: Unsere Firma ist echt, ehrlich und erfrischend. Sie rückt diejenigen in den Mittelpunkt, die sie ausmachen: unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“, sagt Dr. **Martin Eisenhut**, Partner und Managing Director Kearney Deutschland, Österreich & Schweiz.

Die neue Marke Kearney wurde in enger Abstimmung mit Klienten entwickelt und geprägt. Durch ihren Beitrag und den vieler ehemaliger und aktiver Kearney Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gelang es herauszuarbeiten, was die Klienten an Kearney besonders schätzen: Die professionelle Teamarbeit, einzigartige Unternehmenskultur und Echtheit.

Ein Beispiel für den neuen Markenschwerpunkt von Kearney ist, zukünftig komplett auf Stock-Fotografie zu verzichten und nur noch Bilder in Publikationen, auf Websites und Präsentationen zu nutzen, die einzigartig sind und von einer Mitarbeiterin oder einem Mitarbeiter aufgenommen sind. Von Oktober bis Dezember 2019 wurden dafür bereits mehr als 10.000 Fotos aus dem Kearney Team rund um den Globus zusammengetragen. „Es begeistert zu sehen, wie viele Bilder in dieser kurzen Zeit von Kolleginnen und Kollegen gesammelt wurden und von welcher Qualität sie sind“, so Martin Eisenhut und ergänzt: „Für uns ist das der beste Beweis, wie hoch die Identifikation mit unserem Unternehmen ist.“

Der neue Name Kearney spiegelt auch die Betonung auf Gemeinschaft und Zusammenarbeit wider. Die Werte des Firmengründers Andrew Thomas Kearney spielen auch weiterhin die zentrale Rolle. Der neue Name unterstreicht jedoch, dass Erfolg niemals einer einzelnen Person zugeschrieben werden kann.

„Unsere Marke war jahrzehntelang in erster Linie auf unser Erbe ausgerichtet, auf das wir sehr stolz sind. Nun richten wir den Blick aber noch stärker auf die Zukunft“, sagt **Michael Scharfschwerdt**, Marketingdirektor Kearney Deutschland, Österreich & Schweiz. Er ergänzt: „Unser Firmengründer bleibt der Namensgeber, unser neues Branding und unsere visuelle Identität drücken jedoch präziser und persönlicher aus, wer wir heute sind und wo wir hinwollen.“

Kearney engagierte für das Rebranding die renommierte Markenstrategie- und Designagentur Siegel + Gale aus London.

### *Über Kearney*

*Als globale Partnerschaft in mehr als 40 Ländern machen uns unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu dem, was wir sind. Als Einzelne bringen wir unterschiedliche Leidenschaften und Stärken ein. Was uns eint ist, dass wir alle genauso viel Freude an unserer Arbeit haben wie diejenigen, mit denen wir zusammenarbeiten. Gemeinsam mit ihnen lassen wir aus großen Ideen Realität werden und unterstützen sie dabei, ein neues Kapitel aufzuschlagen.*