

# PRESSEMITTEILUNG



## **Sammelband OFFICE BRANDS Top-Marken für die Büroarbeit erschienen**

**Berlin, 30. August 2022.**

In dem heute erschienenen Sammelband „OFFICE BRANDS. Top-Marken für die Büroarbeit“ werden 35 Unternehmen vorgestellt, die für Markenqualität in Büroumgebungen stehen. In den ausführlichen Porträts werden deren Geschichte, Gegenwart und Zukunft thematisiert. Zur Einleitung des Buches zählen Beiträge von renommierten Markenexperten.

Der im Berliner PRIMA VIER Verlag erschienene Sammelband stellt mit seinen 176 hochwertig produzierten Seiten ein opulentes Kompendium dar. OFFICE BRANDS setzt die 2020 mit den OFFICE-PIONEERS-Bänden erfolgreich gestartete Buchreihe von Deutschlands führendem Fachverlag für den Bürobereich fort.

Die OFFICE BRANDS wurden ausgewählt und ausgezeichnet von der Office-Redaktion des Verlags. Sie berichtet seit über 25 Jahren über alle Facetten moderner Büroarbeit, etwa in OFFICE ROXX Mag & Blog, MODERN OFFICE Mag und OFFICE DEALZZ Blog.

Die 35 Top-Marken für Office, Homeoffice und dritte Arbeitsorte werden auf jeweils vier DIN-A4-Seiten ausführlich und reich bebildert porträtiert. Es handelt sich um erstklassige Hersteller, Zulieferer, Händler, Planer und Berater. Mit dabei sind unter anderem die Brands Vitra, Wilkhahn, Kinnarps, Interstuhl, Object Carpet, Lamy, WMF, JURA Gastro und Soennecken. Leser erfahren, wie die Gründerjahre verliefen, die aktuelle Situation aussieht und wo man in Zukunft stehen möchte. Außerdem werden aktuelle Lösungen vorgestellt. Ein Geschäftsführerstatement rundet die Porträts jeweils ab.

Neben Überblicksartikeln leiten Beiträge der renommierten Markenexperten Frank Dopheide (humanunlimited, ehemals Grey und Handelsblatt), Nina Rieke (whatsnextnow), Hans-Christian Schwingen (ehemals Chief Brand Officer der Deutschen Telekom), Prof. Dr. Carsten Baumgarth (HWR Berlin) und Hans Meier-Kortwig (GMK Markenberatung) den Band ein. In diesen geht es um Purpose Brands, ein Leitsystem zur Selbstreflexion, zeitgemäße Markenführung und Brand Driven Transformation.

Das Thema Marke ist nicht neu. Es existiert seit etwa 1.500 v. u. Z., als erstmals Tongeschirr mit dem Stempel des Herstellers versehen wurde. Und der Begriff Brand stammt vom Brandmarken der Tiere mit einem heißen Eisen. Heute branden sich Menschen freiwillig – mit Tinte oder Stempel. Personen werden zu Marken aufgebaut. Und Unternehmen wollen und müssen jetzt so vieles sein: Love Brand, Green Brand, Good Brand, Digital Brand, Employer Brand, Purpose Brand ...

„Auch das Büro wird zur Marke, zumindest zu einem wesentlichen Teil der Markenführung. Durch die Coronapandemie haben sich Homeoffice und Hybrid Working etabliert. Das Office wird damit immer mehr zum identitätsstiftenden Ort. Aus dem Headquarter werden Heimathafen und Showroom. Die Büroeinrichtung soll bei Mitarbeitenden, Dienstleistern, Kunden und darüber hinaus für Wohlbefinden und Begeisterung sorgen, für gute Arbeit und hohes Prestige“, schreibt Herausgeber Dr. Robert Nehring.

Und weiter: „Die Zeiten des Status sind im Büro jedoch vorbei. Mit dem New-Work-Boom haben Chefbüro, Chefstuhl und Cheftisch genauso ausgedient wie dicke Dienstwagen, dünne Vorzimmerdamen, Krawatten und First Class. Heute wird neben Benefit und Bonus mit Bürokultur, Büroeinrichtung und Büroausstattung gepunktet. Dazu sind OFFICE BRANDS gefragt, Qualitätsmarken für eine bessere Büroarbeit – mit Designanspruch und grünem Gewissen. Marken leben von Qualität und Image, von Vertrauen und Verantwortung sowie von Versprechen und Vorstellung. Richtig ist ebenfalls, dass sie sich zwar immer wieder neu erfinden, aber auch stets treu bleiben müssen. Unsere 35 Big Brands für eine bessere Büroarbeit erfüllen diese Kriterien hervorragend. Sie bieten Orientierung in Zeiten eines grundlegenden Wandels.“

„OFFICE BRANDS. Top-Marken für die Büroarbeit“ ist als Hardcover und E-Book erschienen. Der Sammelband ist erhältlich unter [www.my-officebrands.de](http://www.my-officebrands.de).

„OFFICE BRANDS. Top-Marken für die Büroarbeit“, Robert Nehring (Hg.), PRIMA VIER Nehring Verlag, Berlin 2022, 176 Seiten, DIN A4, 59,90 € (Hardcover), 39,90 € (E-Book).

ISBN 978-3-00-072580-7 (Hardcover)



#### *4.144 Textzeichen mit Leerzeichen*

### **PRIMA VIER Nehring Verlag**

Deutschlands führender Fachverlag für den Office-Bereich existiert seit 1996. Hier erscheinen heute unter anderem die Magazine OFFICE ROXX und MODERN OFFICE sowie die Blogs OFFICE ROXX und OFFICE DEALZZ. Das in ihm angesiedelte Deutsche Institut für moderne Büroarbeit DIMBA organisiert Veranstaltungen, Öffentlichkeitskampagnen u. v. m.

### **Kontakt**

Dr. Robert Nehring  
Herausgeber OFFICE BRANDS  
+49 30 479071-0  
[RN@OFFICE-ROXX.DE](mailto:RN@OFFICE-ROXX.DE)

PRIMA VIER Nehring Verlag GmbH  
Gustav-Freytag-Straße 7  
10827 Berlin  
[OFFICE-ROXX.DE](http://OFFICE-ROXX.DE)

Bei Interesse versorgen wir Sie mit einem Rezensionsexemplar, hochwertigem Bildmaterial, erfüllen Interviewwünsche und fertigen Fachbeiträge an. Es können auch Pro-bono-Anzeigen zur Verfügung gestellt werden. Sprechen Sie uns gern auf Tauschmöglichkeiten an.

*Bei einer Veröffentlichung würden wir uns über einen Beleg oder Hinweis sehr freuen.*

**35 STARKE  
MARKEN**

**BIG BRANDS  
für eine  
bessere  
Büroarbeit**

**Mit den Marken**

Vitra, Wilkhahn,  
Kinnarps, Interstuhl,  
Object Carpet, Lamy,  
WMF, JURA Gastro,  
Soennecken u. v. m.

**Mit Beiträgen von**

Frank Dopheide,  
Nina Rieke,  
Hans-Christian Schwingen,  
Prof. Dr. Carsten Baumgarth  
und Hans Meier-Kortwig.



Robert Nehring (Hg.)

PRIMA VIER

**OFFICE BRANDS**

Top-Marken für die Büroarbeit

Robert Nehring (Hg.)

PRIMA VIER Nehring Verlag, Berlin

176 Seiten, 21 x 29,7 cm

ISBN 978-3-00-072580-7

**59,90 €**

(E-Book 49,90 €)

**Als Hardcover und E-Book erhältlich unter:**



**[www.my-officebrands.de](http://www.my-officebrands.de)**

