

PRESSEMITTEILUNG



OFFICE BRANDS **Top-Marken für die Büroarbeit** **Sammelband Nummer zwei** **erschienen**

Berlin, 28. August 2023.

In dem heute erschienenen zweiten Sammelband „OFFICE BRANDS. Top-Marken für die Büroarbeit“ werden 30 Unternehmen vorgestellt, die für Markenqualität in Bürsumgebungen stehen. In den ausführlichen Porträts werden deren Geschichte, Gegenwart und Zukunft thematisiert. Zur Einleitung des Buches zählen Beiträge von renommierten Markenexperten.

Auch dieser im Berliner PRIMA VIER Nehring Verlag erschienene Sammelband stellt mit seinen 160 hochwertig produzierten Seiten ein opulentes Kompendium dar. Die OFFICE BRANDS wurden ausgewählt und ausgezeichnet von der Office-Redaktion des Verlags, welche seit über 25 Jahren über alle Facetten moderner Büroarbeit berichtet, etwa in OFFICE ROXX Mag & Blog, MODERN OFFICE Mag und OFFICE DEALZZ Blog.

Neben Überblicksartikeln stimmen Beiträge der renommierten Markenexperten Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch, Prof. Dr. Karsten Kilian, Nicole Roesler, André Paetzel und Markus Küppers auf das Thema Marke ein. Dann werden 30 Top-Marken für die Büroarbeit ausführlich und reich bebildert vorgestellt, darunter zum Beispiel LG Electronics, Canon, Kyocera, tesa, Herman Miller, Sedus, König + Neurath, Designfunktion und combine Consulting. In Band eins, der vor genau einem Jahr erschien, finden sich unter anderem die Brands Vitra, Wilkhahn, Kinnarps, Interstuhl, Object Carpet, Lamy, WMF, JURA Gastro und Soennecken. Beide Bände zusammen enthalten 65 Porträts von Big Brands für die Arbeit in Homeoffice, Office und an dritten Arbeitsorten. Es handelt sich um erstklassige Hersteller, Zulieferer, Händler, Planer und Berater. Leser der Bände erfahren, wie die Gründerjahre verliefen, die aktuelle Situation aussieht und wo man in Zukunft stehen möchte. Außerdem werden aktuelle Lösungen vorgestellt.

Es ist zwar schon mindestens 3.500 Jahre her, dass erstmals Produkte bewusst „markiert“ wurden. Das Thema Marke ist aber hochaktuell. Insbesondere vor dem Hintergrund der nicht enden wollenden Polykrise kommt ihm große Bedeutung zu.

Im Bürokosmos spielt Markenqualität derzeit eine besondere Rolle, stellt Herausgeber Dr. Robert Nehring in seinem Vorwort fest. Hybrides, ortsflexibles Arbeiten habe sich etabliert, sodass die Belegungsquoten für die Arbeitsplätze im Corporate Office sinken und ein Büroflächenrückgang drohe. Vielleicht nehme dieser am Ende keine US-amerikanischen Ausmaße an, dennoch sei augenfällig, dass das Büro durch diese Entwicklung auch in Deutschland häufig neue Aufgaben bekomme. Es werde zunehmend zum Treffpunkt, zur Bühne, zur Multifunktionshalle, zum Heimathafen und zum Showroom. Als identitätsstiftender Ort der Begegnung und des Austauschs wird das Headquarter zur Marke. Das Office wird zur Brand.

„Das Corporate Office befindet sich heute in Konkurrenz zu vielen anderen Arbeitsorten: Heimbüro, Bahnabteil, Coworking Space, Hotelzimmer, Bibliothek, Café. Punkte sammeln kann es gegen seine Alternativen zum Beispiel durch bessere Umgebung, bessere Einrichtung, bessere Ausstattung, mehr Wohlbefinden und mehr Miteinander – reales statt vornehmlich virtuelles“, so Nehring. „An dieser Stelle kommen Marken ins Spiel: Büroplanungen von erfahrenen Innenarchitekten, Mobiliar von renommierten Herstellern und kompetenten Fachhändlern sowie IT von ausgewiesenen Experten. Markenqualität hilft, das Büro zur Marke zu machen. Das macht Eindruck: auf die Mitarbeitenden, die auf diese Weise gern zu Markenbotschaftern werden, auf Dienstleister, Kunden und auf die umworbenen Fachkräfte. Außerdem zeigen Studien, dass Markenqualität im Büro zu mehr Produktivität und Wohlbefinden beiträgt.“

Das Thema Markenqualität ist auch im Homeoffice sehr wichtig. Dort wurde es aber oft vernachlässigt. Denn viele Office-Worker waren während der Pandemie bei Einrichtung und Ausstattung ihres Heimbüros auf sich gestellt. Ohne Arbeitgeberunterstützung wurde dann häufig der Preis zum Kriterium Nummer eins. Mittlerweile ist mancher schlauer.

Das OFFICE-BRANDS-Projekt ist damit fürs Erste abgeschlossen. Es setzt die mit den beiden OFFICE-PIONEERS-Bänden begonnene Buchreihe von Deutschlands führendem Fachverlag für den Bürobereich erfolgreich fort. Für 2024 ist ein neues Sammelband-Projekt in Vorbereitung.

„OFFICE BRANDS. Top-Marken für die Büroarbeit. Band 2“ ist als Hardcover und E-Book erschienen. Wie Sammelband Nummer eins ist er erhältlich unter www.my-officebrands.de.

„OFFICE BRANDS. Top-Marken für die Büroarbeit. Band 2“, Robert Nehring (Hg.), PRIMA VIER Nehring Verlag, Berlin 2023, 160 Seiten, DIN A4, 59,90 € (Hardcover), 49,90 € (E-Book).

ISBN 978-3-00-075786-0 (Hardcover Band 2)

ISBN 978-3-00-072580-7 (Hardcover Band 1)



4.691 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

PRIMA VIER Nehring Verlag GmbH
Gustav-Freytag-Straße 7
10827 Berlin
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.

65 STARKE
MARKEN



BAND 1
176 Seiten, 21 x 29,7 cm, Fadenheftung, Hardcover
ISBN 978-3-00-072580-7
59,90 €
(E-Book 49,90 €)

Mit den Marken:
Vitra, Wilkhahn, Kinnarps, Interstuhl,
Object Carpet, Lamy, WME,
JURA Gastro, Soennecken u. v. m.

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

ZWEI STANDARDWERKE
FÜR DIE BÜROARBEIT



BAND 2
160 Seiten, 21 x 29,7 cm, Fadenheftung, Hardcover
ISBN 978-3-00-075786-0
59,90 €
(E-Book 49,90 €)

Mit den Marken:
LG Electronics, Canon, Kyocera, tesa,
Herman Miller, Sedus, König + Neurath,
Designfunktion, combine Consulting u. v. m.

Mit Beiträgen von:
Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch, Prof. Dr. Karsten Kilian,
Nicole Roesler, André Paetzel, Markus Küppers

Bücher und E-Books erhältlich unter:

★ www.my-officebrands.de ★