

# Originale Unikate

Wenn Ende Oktober die Büro-möbelbranche auf der Orgatec die neuesten Trends und Produkte rund um die Arbeitswelt vorstellt, gibt es auch abseits der Messe einiges zu sehen. Mit Monico zeigt Original Steifensand nicht nur eine neue Produktfamilie, sondern präsentiert sich auch mit einem völlig neuen Markenbild.

**D**ie Produktpalette von Original Steifensand war bislang eher auf technische Feinheiten und Funktionalität konzentriert. Das soll sich nun ändern: Zur

kommenden Orgatec zeigt sich Original Steifensand mit einem neuen Markenprofil, in dem auch das Design der Stühle im Mittelpunkt steht.

Mit der neuen Modellreihe „Monico“ setzen Geschäftsführer Lothar Kroczek und Alexander

Härtel auf Differenzierung und Markenidentifikation: „Ausgefeilte Technik, die Körper und Kopf entlastet und in Bewegung hält, steckt bereits in jedem unserer Bürostühle. Nun wollen wir unseren Originalen und damit unserer Marke auch ein eigenes Gesicht

*„Ausgefeilte Technik, die Körper und Kopf entlastet und in Bewegung hält, steckt bereits in jedem unserer Bürostühle. Nun wollen wir unseren Originalen und damit unserer Marke auch ein eigenes Gesicht verleihen.“*

LOTHAR KROCZEK (LI.) UND ALEXANDER HÄRTEL,  
Geschäftsführer von Original Steifensand



JUSTUS KOLBERG  
entwarf mit „Monico“ das erste hauseigene Design von Original Steifensand.



verleihen. Erstklassige Stühle von Original Steifensand soll man zukünftig sofort als Original erkennen.“

Für dieses neue Markenbild zeichnet mit Justus Kolberg ein Designer verantwortlich, dessen Entwürfe sich durch eine schlichte und klare Formsprache auszeichnen – und der sich damit für Original Steifensand als idealer Partner erweist.

Wie der Name „Monico“ schon andeutet, vereint die neue Produktfamilie Modularität und Einzigartigkeit. Mit ausgereiften Funktionen und einem klaren Design verspricht Original Steifensand zudem, dass Monico die Art, den passenden Bürostuhl zu finden, verändern wird.

## ENTHÜLLUNG IN KÖLN

Was genau dahinter steckt, wird im Oktober in Köln enthüllt. Abseits des Messetrubels präsentiert Original Steifensand in kreativem Umfeld die neue Produktfamilie. Etwas verraten die Geschäftsführer aber schon: „„Monico“ hat zweifellos eine eigene Identität. Dafür sorgt ein zentrales, unverwechselbares Element: das Herzstück der Familie. Es verleiht der Marke ihr Gesicht und ist das neue Markenzeichen von Original Steifensand.“ (nh)