



Design. Made in Germany.

C. JOSEF LAMY GMBH
Grenzhöfer Weg 32
69123 Heidelberg
www.lamy.com

Isabel Bohny
Head of International Marketing
Telefon: +49 6221-843 117
Fax: +49 6221-843 339
E-Mail: isabel.bohny@lamy.de

Lamy feiert offizielle Eröffnung des neuen Concept Stores in New York

Heidelberg / New York, 3. Dezember 2018

Im New Yorker Viertel SoHo feierte Lamy am vergangenen Donnerstag die offizielle Eröffnung seines zweiten US Concept Stores. Rund 100 Gäste waren geladen, darunter Kunden und Partner sowie Influencer und Vertreter der Designszene. Neben dem neuen Markenauftritt in New York präsentierte Lamy künstlerische Arbeiten von Christoph Niemann, die der Illustrator exklusiv für den Store entwickelt hat.

Puristische Geradlinigkeit trifft auf lebendige Kreativität, zeitloses Design auf zeitgenössischen Lifestyle: Mit dem neuen Concept Store auf dem West Broadway hebt Lamy seinen internationalen Markenauftritt auf eine neue Stufe. Ein Gebäude aus dem Jahr 1910 mit charakteristischer Brickwall-Fassade wurde mit einem reduzierten, monochromen Interieur ausgestattet.

Dieses schafft nicht nur den Rahmen für die klare, funktionale Formensprache der Produkte, sondern fungiert zugleich als eine Art White Cube: für kreative Prozesse, die an diesem Ort stattfinden und ermöglicht werden sollen. „In SoHo ist der Zeitgeist lebendig und spürbar“, sagt Geschäftsführerin Beate Oblau. „Vor allem die Nähe zur Kreativszene und das damit verbundene Potential für Kooperationen war für uns ein wichtiger Grund für die Wahl dieses Standorts.“

Lamy x Christoph Niemann

Davon konnten sich die Besucher des Opening-Events eindrucksvoll überzeugen. Als Auftakt für die neue Markenpräsenz von Lamy in New York und zugleich als Hommage an die Street-Art-Szene von SoHo hat der Künstler und Illustrator Christoph Niemann ein Mural entworfen, das die seitliche Außenfassade des Stores zieren wird. Das Besondere: Das Motiv ist anamorph und kann von zwei bestimmten Standpunkten aus unterschiedlich betrachtet werden. Doch nicht nur die Perspektive des Murals gibt Rätsel auf, auch das Motiv selbst lässt sich auf unterschiedliche Weise lesen. Es zeigt einen Zeichner, der mithilfe eines Schreibgeräts einen Zeichner zeichnet. Doch: Wer zeichnet hier eigentlich wen?

Den Betrachter herauszufordern, ihn keinesfalls zu unterschätzen – für Christoph Niemann ist dies eine entscheidende Qualität künstlerischer Arbeit im Zeitalter von Social Media. Im „Artist Talk“ während des Events sprach der Illustrator mit Mike Meiré (Mitgründer und -inhaber der Agentur Meiré und Meiré / Art und Brand Director von Lamy) und Nicholas Blechman (Kreativdirektor von



Design. Made in Germany.

„The New Yorker“) über seine Zusammenarbeit mit Lamy und die Gratwanderung zwischen Kunst und Marketing: „Man sollte nicht den Fehler machen, sein Publikum zu unterschätzen. Etwas, das ihnen eine pure Marketing-Botschaft verkaufen will, werden sie gar nicht erst ansehen. Ebenso wenig etwas, das ihren Intellekt unterfordert. Ich teste daher immer wieder aus, wie weit ich gehen kann. Das erfordert von Seiten einer Marke viel Vertrauen.“

Neben dem Mural, das bereits in den Grundzügen zu sehen war und in den kommenden Wochen fertig gestellt wird, wurden weitere Arbeiten von Christoph Niemann im Rahmen des Events präsentiert. Darunter eine großformatige Wandillustration im Inneren des Stores, ebenso wie eine Replik der Korallen-Skulptur, die der Künstler 2016 für die von Lamy initiierte Ausstellung „thinking tools“ entworfen hatte. Das Original der Skulptur, die sich aus rund 2.500 Füllhalterkomponenten der Serie LAMY AL-star zusammensetzt, war innerhalb der Ausstellung „thinking tools“ im Museum Angewandte Kunst in Frankfurt sowie im 21_21 Design Sight in Tokio zu sehen.

Lamy: Ausbau der Markenpräsenz in den USA

Mit der Neueröffnung in New York unterstreicht Lamy sein strategisches Ziel, seine weltweite Markenpräsenz weiter auszubauen. Bereits jetzt ist Lamy weltweit mit rund 180 Mono Brand Stores und 15.600 Verkaufspunkten in über 70 Ländern vertreten. „In der jüngsten Vergangenheit lag unser Fokus stark auf Asien“, erklärt Geschäftsführer Thomas Trapp. „Nun wollen wir uns auch dem amerikanischen Markt verstärkt widmen.“

Dafür arbeitet Lamy seit August 2017 in den USA mit einem neuen Vertriebspartner, Universal Luxury Brands, zusammen. Der Launch des amerikanischen Online-Shops sowie die Eröffnung des ersten US-Concept Stores in San Francisco konnten seitdem bereits umgesetzt werden. Für die Zukunft plant Lamy zahlreiche neue Verkaufspunkte in Form von Shop-in-Shops.

„Nachdem wir bereits zu Beginn des Jahres unseren ersten US-Concept-Store in San Francisco erfolgreich eröffnet haben, stellt SoHo noch einmal einen besonderen Meilenstein im Ausbau unserer weltweiten Markenpräsenz dar“, so Geschäftsführer Thomas Trapp. „Kaum eine andere Stadt besitzt die Attraktivität und Anziehungskraft von New York – umso mehr freuen wir uns, dass Lamy als Design- und Lifestylemarke nun an genau diesem Standort Präsenz zeigt.“



Design. Made in Germany.

Über Lamy

Die Marke LAMY steht weltweit für hochwertige Design-Schreibgeräte von zeitlos moderner Ästhetik und perfekter Funktionalität. Ihre Erfolgsgeschichte begann vor über 50 Jahren mit dem LAMY 2000: Das Modell begründete 1966 die klare, unverwechselbare Formensprache, die bis heute stilprägend für alle Produkte der Marke ist – das Lamy-Design. Als unabhängiges Familienunternehmen bekennt sich Lamy seit der Gründung 1930 konsequent zum Standort Heidelberg und garantiert so beständig höchste Qualität „Made in Germany“. Mit einer Jahresproduktion von über 9 Millionen Schreibgeräten und einem Umsatz von über 130 Millionen Euro in 2017 ist Lamy heute nicht nur Marktführer in Deutschland, sondern hat sich zu einer international begehrten Marke entwickelt. Dabei setzt das Unternehmen – nicht zuletzt durch jährliche Special Editions – immer wieder Trends und inspiriert Schreibbegeisterte rund um die Welt mit innovativen Farben und Oberflächen. Auf diese Weise erfindet sich Lamy kontinuierlich neu und beweist, dass ein Schreibgerät mehr ist als ein Gebrauchsgegenstand: ein echtes Lifestyle-Accessoire, das der Freude am Schreiben von Hand Ausdruck verleiht und die Individualität seines Besitzers unterstreicht.

Mehr von Lamy erfahren Sie im Internet unter www.lamy.com

Über Christoph Niemann

Christoph Niemann ist Illustrator, Künstler und Autor. Seine Arbeiten sind regelmäßig auf den Seiten und Covern renommierter Magazine wie „The New Yorker“, „WIRED“ und „The New York Times Magazine“ zu sehen. Zu seinen Auftraggebern gehören Unternehmen wie Google oder das Museum of Modern Art. Seit 2008 schreibt und illustriert er die Blog-Kolumne „Abstract Sunday“ der „New York Times“ – eine Auswahl seiner Beiträge veröffentlichte er in Buchform unter dem Titel „Abstract City“. 2010 wurde er in die Hall of Fame des Art Directors Club New York berufen. Niemann ist Autor zahlreicher Bücher, darunter „Sunday Sketching“, „WORDS“ und „Souvenir“, einem visuellen Wörterbuch für Kinder. Zu seinen jüngsten Projekten zählt die interaktive, animierte App „CHOMP“. Mit der Soloausstellung „The Masters Series: Christoph Niemann“ (September – November 2017) ehrte ihn kürzlich die School of Visual Arts New York für sein Lebenswerk. Seine Arbeiten sind zudem Gegenstand einer Episode der Dokumentation „Abstract: The Art of Design“.

Über Mike Meiré

Mike Meiré ist Designer, Brand Director sowie Künstler und Kurator und gilt als einer der wichtigsten Protagonisten des deutschen Designs. Seit 1987 führt er gemeinsam mit seinem Bruder Marc die Agentur Meiré und Meiré. Als Art Director prägt er den Stil vieler zeitgenössischer Magazine, darunter das internationale Kulturmagazin

032c, das deutsche Wirtschaftsmagazin brand eins, die deutsche Ausgabe des Interview Magazines sowie jüngst die Kunstzeitschrift KUNSTFORUM International. Mit seinen interdisziplinären Teams von Meiré und Meiré konzipiert und gestaltet er stilprägende Projekte für internationale Marken – von Corporate Identities über Messearchitekturen bis hin zu Kulturprojekten. 2006 wurde er erstmals im Rahmen der Lead Awards als Visual Leader ausgezeichnet. 2015 ernannte ihn der Deutsche Design Club (DDC) zum Ehrenmitglied und zeichnete ihn für sein Lebenswerk aus.

Über Nicholas Blechman

Nicholas Blechman ist Designer, Illustrator und seit 2015 Creative Director des Magazins „The New Yorker“. Zuvor war er als Art Director unter anderem für die „New York Times Book Review“ sowie die Op-Ed-Rubrik der „New York Times“ tätig. Als Gewinner des Rom-Preises gründete er 2013 „Food Chains“, einen illustrierten Blog für die „New York Times“. Daneben sind Illustrationen von ihm in zahlreichen Magazinen wie „The Atlantic“, „The New Yorker“, „Harvard Business Review“, „GQ“, „SZ-Magazin“ oder „Wirtschaftswoche“ erschienen. Neben seiner Tätigkeit als Designer und Creative Director hält Nicholas Blechman regelmäßig Vorträge und war mehrfach Jurymitglied, etwa beim Art Directors Club New York (2012) oder für „American Illustration 30“ (2011). Blechman ist Autor und Herausgeber mehrerer Bücher. Sein aktuellster Band „Conversations“ entstand in Zusammenarbeit mit Christoph Niemann und war Teil der Ausstellung „Talking Pictures“ im Metropolitan Museum of Art. Seit 2002 ist Nicholas Blechman Mitglied der Alliance Graphique International (AGI).