



Design. Made in Germany.

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

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

Lamy gründet Tochtergesellschaft Lamy Inc. in den USA

Heidelberg, Februar 2020

Lamy widmet sich offensiv dem amerikanischen Markt und nimmt Vertrieb und Marketing vor Ort in eigene Hände: Anfang des Jahres hat der Schreibgerätehersteller seine erste und einzige Tochtergesellschaft Lamy Inc. gegründet. Ab sofort steuert das Unternehmen damit Verkauf sowie Markenaufbau in den USA selbst.

„Im amerikanischen Markt sehen wir für Lamy bedeutende Wachstumspotentiale für die Zukunft. Traditionell wird der Handschrift dort hohe Bedeutung beigemessen und große branchentreibende Trends wie das Bullet-Journaling haben ihren Ursprung in den USA“, erläutert Geschäftsführer Thomas Trapp. „Das hat uns zu der einmaligen Entscheidung bewogen, uns dieses wichtigen Marktes selbst anzunehmen und ihn von Heidelberg aus autark zu steuern. Dabei unterstützt uns ein branchenerfahrenes USA-Team.“

Für die Vertretungen, die Lamy in seinen übrigen Auslandsmärkten eingesetzt hat, so betont er, habe dieser Entschluss keinerlei Auswirkungen. „In allen anderen Märkten setzen wir jetzt und auch in Zukunft weiterhin auf unsere landesansässigen Distributoren, deren Arbeit wir sehr schätzen.“

Für 2020 plant Lamy Inc. unter anderem dem Aufbau eines neuen eShops für die USA. Darüber hinaus stehen aber vor allem die beiden Flagship-Stores im Fokus, die Lamy bereits 2018 in San Francisco sowie im New Yorker Trendviertel SoHo eröffnet hat. Mit der Wahl der Standorte und einer modernen Shop-Architektur setzte Lamy dort ein klares Zeichen für Internationalität und schärfte erneut sein Profil als globale Lifestyle-Marke.

Daran will Lamy nun anknüpfen und die physische Präsenz der Marke in den USA weiter stärken. Die Tochtergesellschaft hat zum Beginn des neuen Jahres die Mietverträge der beiden Flagship-Stores übernommen und setzt im Zuge einer neuen Retail-Strategie auf viel Nähe und Austausch mit den Kunden. Durch monatliche Events und Meet-ups zu Themen Kalligrafie oder Urban Sketching sollen die Flagship-Stores zu einem Ort werden, an dem sich Lamy-Fans ganz ihrer Leidenschaft widmen können. Den Auftakt bildet ein Workshop mit der gefragten New Yorker Kalligrafin Nancy Moy am 8. Februar.

Weiterhin sollen Markenauftritte auf aufmerksamkeitsstarken Messen dazu beitragen, Lamy in den USA als Lifestylemarke noch bekannter zu machen.



Design. Made in Germany.

So ist Lamy in diesem Jahr erstmals auf der NY Now, der größten Gift- & Lifestyle-Messe an der Ostküste, vertreten und belegt dort den zweitgrößten Stand im Deutschen Pavillon. Geschäftsführerin Beate Oblau: „Wir freuen uns über diesen gelungenen Auftakt ins Jahr 2020 und darauf, Lamy auch in den USA erfolgreich in die neue Dekade zu führen.“

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“. Der Anteil des Wachstumssegments Premium Writing an der Gesamtproduktion ist im vergangenen Jahr um 30% gewachsen. Mit einer Jahresproduktion von über 8 Millionen Schreibgeräten und einem Umsatz von 118 Millionen Euro im Jahr 2018 ist Lamy heute nicht nur Marktführer in Deutschland, sondern hat sich zu einer international begehrten Marke entwickelt. Im Bereich Premium Writing konnte im Vorjahr ein Wachstum von 30% verzeichnet werden. Gut die Hälfte des Umsatzes erwirtschaftet Lamy im Ausland. Mittlerweile ist die Marke in mehr als 80 Ländern mit über 15.600 Verkaufsstellen weltweit vertreten, darunter etwa 200 Mono-Brand-Stores. 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