



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: Jahresrückblick und Ausblick 2019

Heidelberg, Januar 2019

2018 war ein ereignisreiches Jahr für Lamy. Während im Vertrieb die internationale Expansion vorangetrieben wurde, stand im Marketing das Thema Markenerlebnis im Fokus – unter anderem in Form des neuen Augmented-Reality-Magazins LAMY specs. Seit Juni setzt zudem das neue dreiköpfige Führungsteam um Beate Oblau, Thomas Trapp und Peter Utsch neue Akzente in der Unternehmensstrategie.

Seit einigen Jahren verfolgt Lamy eine konsequente Strategie: die Internationalisierung der Marke bei gleichzeitiger Schärfung des Lifestyle-Profiles. Diesen Kurs setzt Lamy auch in der neuen Geschäftsführer-Konstellation fort – jedoch mit besonderem Augenmerk auf Nachhaltigkeit: Nach dem bemerkenswerten Umsatz- und Produktionswachstum der letzten Jahre soll der Fokus nun verstärkt auf dem langfristigen Aufbau leistungsstarker Strukturen liegen.

Die neue Geschäftsführung teilt die Verantwortlichkeiten entsprechend ihrer bisherigen Kompetenzbereiche untereinander auf: Beate Oblau bleibt zuständig für die Bereiche Marketing/PR sowie Produktentwicklung, Thomas Trapp leitet den Vertrieb weltweit und Peter Utsch, zuvor verantwortlich für die Leitung des kaufmännischen Bereichs, übernahm zusätzlich die Verantwortung für Fertigung und Logistik.

Marketing und Kommunikation

Im Februar lancierte Lamy die erste Ausgabe seines neuen Markenmagazins LAMY specs sowie die dazugehörige Augmented-Reality-App. Diese ermöglicht es, zusätzlich zu den Print-Inhalten Bewegtbild und faszinierende 3D-Animationen im Magazin zu entdecken. „Mit LAMY specs haben wir ein klares Signal der Offenheit gesetzt“, sagt Geschäftsführerin Beate Oblau. „Auch wenn wir als Schreibgerätehersteller in der analogen Welt verwurzelt sind, begreifen wir die Digitalität als Chance, die Marke LAMY unmittelbarer erlebbar zu machen.“ So können die Leser beispielsweise nicht nur etwas über die Fertigung bei Lamy lesen, sondern mithilfe der App auch einen Blick in das Unternehmenswerk werfen. Mittlerweile sind drei Ausgaben des Augmented-Reality-Magazins erschienen, die nächste folgt im Frühjahr 2019.

Erfolgreich war das Lamy-Jahr auch im Hinblick auf die zahlreichen Auszeichnungen, die das Unternehmen 2018 entgegennehmen konnte. Besonders ist die dreifache Auszeichnung mit dem German Design Award 2019 hervorzuheben: In der Kategorie „Winner“ wurden die 2017 neu eingeführte



Design. Made in Germany.

Serie LAMY aion, der Klassiker LAMY 2000 sowie die von Lamy initiierte Ausstellung „thinking tools“ ausgezeichnet.

Bei der Verleihung des „Großen Preises des Mittelstandes“ hat es Lamy unter die Finalisten 2018 geschafft und sich damit als möglicher Preisträger für 2019 qualifiziert. Der „Große Preis des Mittelstandes“ gilt als einer der wichtigsten Wirtschaftspreise Deutschlands.

Daneben feierte Lamy 50 Jahre Teilnahme am iF-Award: In diesem Zeitraum hat Lamy bereits 71 iF Auszeichnungen gewonnen – unter anderem den begehrten Award in der Disziplin „Corporate“. Das internationale Designlabel gilt weltweit als eine der bedeutendsten Auszeichnungen für Gestaltung.

Vertrieb national

Im Heimatmarkt Deutschland setzte der Schreibgerätehersteller nach wie vor schwerpunktmäßig auf die Eröffnung neuer Shop-in-Shops sowie auf eine starke Zusammenarbeit mit dem qualifizierten Fachhandel. Außerdem verstärkte Lamy seine Aktivitäten erfolgreich in branchennahen Vertriebskanälen, etwa im Buchhandel oder im Fachhandel für Design. Darüber hinaus zeigte die Marke Präsenz an hochkarätigen Adressen wie der KadeWe Premium Group oder bei Breuninger in Stuttgart. „2019 konzentrieren wir uns weiterhin auf die Zusammenarbeit mit Premium-Partnern“, sagt Geschäftsführer Thomas Trapp.

Vertrieb international

Im Laufe des Jahres 2018 hat Lamy nicht nur neue Landesvertretungen in Brasilien, Serbien, Litauen und Thailand gewonnen. Auch zahlreiche Mono-Brand-Stores rund um die Welt kamen hinzu: unter anderem in Finnland (Helsinki), Uruguay (Montevideo), Mexiko (Mexiko-Stadt), Indien (Surat, 2 x Chennai, Pune, Mumbai), China (Shenzhen, Chengdu, Chongqing, Wuhan), Malaysia (Penang) und am Flughafen Wien. Hier wurde im Juli der erste LAMY Airport Concept Store eröffnet.

Ein besonderes Augenmerk lag auf dem amerikanischen Markt, wo Lamy in diesem Jahr zwei neue Concept Stores in San Francisco und New York eröffnete. Für die Zukunft plant Lamy hier zahlreiche neue Verkaufspunkte in Form von Shop-in-Shops.

Auch weitere Lamy-Online-Shops gingen in diesem Jahr an den Start. Damit ist Lamy neben Deutschland aktuell in 12 Ländern mit einem eShop vertreten: in



Design. Made in Germany.

Australien, Finnland, Indien, Kanada, Korea, Mexiko, Polen, Rumänien, Südafrika, Schweden, der Türkei und den USA.

Fertigung und Logistik

Die Voraussetzungen für die weitere Expansion der Marke werden durch umfangreiche Investitionen in die Fertigung geschaffen. Erste Maßnahmen hat die neue Geschäftsführung bereits umgesetzt: „In Teilen der Fertigung haben wir vorhandene Anlagen modernisiert und Kapazitäten erweitert“, so Geschäftsführer Peter Utsch. „Im kommenden Jahr werden wir mit der Modernisierung fortfahren und zudem die Manufaktur ausbauen.“ Die Fertigung von Hand soll in Zukunft einen noch größeren Anteil an der Produktion einnehmen, verknüpft mit dem gleichzeitigen Ausbau des Premium-Segments. Eine Diversifizierung und Aufwertung des Sortiments ist in Form besonders hochwertiger Ausführungen und Oberflächen geplant.

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. 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