



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

## **Krise als Chance nutzen: Welche Schwerpunkte Lamy 2020 setzt**

*Heidelberg, Mai 2020*

**Als Lamy in das Geschäftsjahr 2020 startete, war noch nicht abzusehen, welche Herausforderungen es mit sich bringen würde. Wie die meisten deutschen Unternehmen ist auch der Mittelständler aus Heidelberg von den Auswirkungen der Corona-Krise betroffen. Jedoch hat Lamy schnell entscheidende Maßnahmen ergriffen und begegnet den Herausforderungen der kommenden Monate mit Zuversicht.**

Zu Beginn des Jahres hatte die Geschäftsführung um Beate Oblau, Thomas Trapp und Peter Utsch die Schwerpunkte 2020 klar definiert: Ausbau des Online-Handels, Stärkung der Innovationskraft im Bereich digitales Schreiben und weitere Schärfung des Profils als internationale Lifestyle-Marke. An dieser Agenda hat sich grundsätzlich nichts geändert – wenngleich die Ziele nun unter veränderten Vorzeichen weiterverfolgt werden.

„Der Lockdown hat den stationären Handel weltweit und damit natürlich auch Lamy getroffen“, sagt Geschäftsführer Thomas Trapp. „Ohne die Folgen verklären zu wollen: Wir stellen fest, dass dieser Umstand auch neue Kräfte freigesetzt hat. Viele unserer Händler, die bislang nur stationär aufgestellt waren, haben ihre Online- und Social-Media-Aktivitäten innerhalb kürzester Zeit stark ausgebaut.“

Trends, die ohnehin den Handel verändern – wie die digitale Transformation und Veränderungen im Einkaufsverhalten der Konsumenten – würden auf diese Weise beschleunigt. Hierin liege eine große Chance für eine nachhaltige Weiterentwicklung und auch Zukunftsabsicherung der betreffenden Partner, so Trapp. „Natürlich unterstützen wir unsere Kunden im PBS-Handel daher nach Kräften in ihren Bestrebungen.“

Zugleich kommt es dem Unternehmen nun zugute, dass es im vergangenen Jahr auch seine internationalen eShops gestärkt und den Online-Auftritt auf [www.lamy.com](http://www.lamy.com) neu aufgesetzt hat. „So waren wir schnell in der Lage, zumindest einen Teil der Umsatzeinbußen über diese Kanäle aufzufangen“, erklärt Geschäftsführerin Beate Oblau.

Die Auslandsvertretungen von Lamy wie auch die hiesigen Fachhändler konnten zudem seit Beginn der Krise auf eine zuverlässige Lieferkette vertrauen. „Wir hatten bei Lamy zu keinem Zeitpunkt Lieferengpässe“, erklärt



Design. Made in Germany.

Geschäftsführer Peter Utsch – was vor allem der Tatsache zu verdanken ist, dass der Schreibgerätehersteller vollständig in Heidelberg fertigt und auch seine Logistik von hier abwickelt. Zudem arbeitet das Unternehmen überwiegend mit regionalen Zulieferern.

Bereits sehr früh hat Lamy darüber hinaus stringente Maßnahmen zur Einhaltung der erforderlichen Hygienemaßnahmen eingeführt. Mitarbeiter, die zu Beginn der Corona-Krise von öffentlichen Verkehrsmitteln abhängig waren, wurden zu ihrem eigenen Schutz von Lamy-Bussen abgeholt und nach Schichtende nach Hause gefahren, fügt Utsch hinzu. „Auf diese Weise konnten wir unseren Mitarbeitern die bestmögliche Sicherheit geben und zugleich die Fertigung aufrechterhalten. Somit waren wir die ganze Zeit über voll handlungsfähig.“

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben für Lamy auch in diesen Zeiten oberste Priorität. Durch die Aufrechterhaltung eines relativ normalen Betriebs müssen diese nicht um ihren Arbeitsplatz fürchten, wie Peter Utsch betont. „Wir stehen und standen schon immer auch in schwierigen Phasen fest zu unserer Belegschaft. Die Arbeitsplätze bei Lamy sind sicher, hier gibt es einen sehr klaren Konsens zwischen uns als Geschäftsführung und der Familie Lamy.“

Die Corona-Krise hat auch gesellschaftlich Themen in den Vordergrund gerückt, die für Lamy bereits zuvor eine zentrale Rolle gespielt haben. So bekommt beispielsweise der Aspekt des digitalen Arbeitens und Lernens durch Home-Office und Home-Schooling nachhaltig Auftrieb. Hier konnte sich Lamy im vergangenen Herbst mit der Einführung des digitalen Schreibgeräts LAMY AL-star black EMR, das in Kooperationen mit international agierenden Unternehmen aus der Elektronikbranche umgesetzt wurde, eine führende Position im Markt sichern.

Diese Innovation von Lamy schlägt eine Brücke zwischen dem analogen und dem digitalen Schreiben und bietet eine Vielzahl an Möglichkeiten zur Textumwandlung und -verarbeitung – ohne Abstriche beim Schreibgefühl machen zu müssen. „Die zunehmende Digitalisierung im beruflichen, schulischen und auch privaten Umfeld wird durch die momentane Situation noch verstärkt“, erläutert Thomas Trapp. „Neben dem klassischen analogen Schreibgeräteangebot bieten sich in diesem neuen, digitalen Segment auch unseren langjährigen Handelspartnern große Chancen für eine Zielgruppenerweiterung und damit für zusätzliche Umsatzpotentiale.“



Design. Made in Germany.

Auch das Bedürfnis nach Selbstreflektion und Beschäftigung ist in diesen Tagen gewachsen. Viele schreiben wieder Tagebuch oder entdecken kreative Seiten an sich – und damit die Freude am Schreiben, Zeichnen und Malen. „Das Interesse an hochwertigen Schreibgeräten und auch an unserem plus-Sortiment, das unter anderem Farbstifte und Wasserfarben umfasst, ist im Zuge dessen gewachsen“, so Beate Oblau.

Insgesamt blickt Lamy daher trotz Umsatzeinbußen recht optimistisch auf die kommenden Monate. Entscheidende Weichen, die unter anderem im Verlauf des vergangenen Jahres gestellt wurden – durch Produktivitätsverbesserungen in der Fertigung, klare Schwerpunktsetzungen im Handel und eine konsequente Markenstrategie – kommen dem Unternehmen nun zugute. „Wir haben die Ressourcen, diese Phase gestärkt zu überstehen“, sagt Beate Oblau. „Und so lange sie andauert, arbeiten wir selbstverständlich weiter an vielen spannenden Themen und Neuheiten für 2021.“

### **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 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](http://www.lamy.com)