



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

Florentine Hötzel
Communications Manager
Telefon: +49 6221-843 117
Fax: +49 6221-843 339
E-Mail: presse@lamy.de

LAMY: Umfassendstes Investitions- und Innovationsprogramm der Unternehmensgeschichte

Heidelberg, 16. Dezember 2022

Der Schreibgerätehersteller LAMY realisiert das bisher umfassendste Investitionsprogramm in der Unternehmensgeschichte. Das Programm wurde 2021 inmitten der Pandemie und damit in für LAMY herausfordernden Zeiten entwickelt. Geschäftsführer Peter Utsch: „Das Programm ist für unsere Verhältnisse riesig und eine Investition in die Zukunft des starken Unternehmens und der Marke LAMY.“

LAMY tätigt Investitionen in den Standort und damit in die Arbeitsplätze in Heidelberg, die Digitalisierung, die internen Abläufe sowie in neue Produkte. Allein 2022 beläuft sich die Investitionssumme auf das 5-fache des Jahresdurchschnitts der vergangenen 20 Jahre. Das Programm umfasst auch die LAMY Innovationseinheit „NEO66“ in Berlin. Hier entstehen derzeit neue Konzepte außerhalb des Schreibgerätesegementes, die das LAMY Kerngeschäft in Zukunft ergänzen sollen. Die erste Markteinführung eines hier entstandenen Produktes ist für das kommende Jahr geplant.

Gleichzeitig setzt das Unternehmen auf die Einführung neuer Sondermodelle und die Weiterentwicklung des digitalen Schreibens. Die Kooperationen mit den Technologiepartnern Samsung, Fujitsu, Wacom und NeoLAB Convergence entwickelten sich gut, so Peter Utsch.

Die Systeme zum digitalen Schreiben – sowohl mit der EMR-Technologie als auch das ncode-Schreibsystem – seien erfolgreich im Markt etabliert und verzeichneten kontinuierliches Wachstum.

Mit der Mitteilung über das Investitionsprogramm widerspricht das Familienunternehmen, das in Heidelberg fertigt und 360 Mitarbeitende beschäftigt, einem aktuellen Beitrag des Manager Magazins. Peter Utsch: „Das Unternehmen ist vital und profitabel. Unser Umsatz ist deutlich höher als im Beitrag angegeben. Gerade diese Kraft erlaubt uns überhaupt erst diese umfassenden Investitionen.“ Utsch räumt indes ein, dass die vergangenen Pandemie-Jahre natürlich auch für LAMY herausfordernd gewesen seien: „Das China-Geschäft hat bedingt durch Lock-Downs nachgelassen. Auch in Europa



haben die Fachhändler ihre Läden vorübergehend schließen müssen. Und dann kamen aufgrund des Ukraine-Krieges noch zusätzliche Negativ-Effekte hinzu. Es sind schwierige Zeiten – für viele Konsumgütermarken. Aber wir haben sie genutzt, um aktiv die Zukunft von LAMY zu gestalten. Und wir sind stolz, dass wir uns selbst bei pandemiebedingtem Absatzrückgang nicht von Mitarbeitenden getrennt haben.“ Die Prognosen für die Zukunft sind daher gut. Zudem hat sich LAMY entgegen der rückläufigen Entwicklung im Schreibgerätemarkt in seinem Heimatmarkt Deutschland positiv entwickelt und ist hier sogar leicht gewachsen.



Über Lamy

Die Marke LAMY steht weltweit für hochwertige Design-Schreibgeräte von zeitlos moderner Ästhetik und perfekter Funktionalität. Das Modell LAMY 2000 begründete 1966 die klare, unverwechselbare Formensprache, die bis heute stilprägend für alle Produkte der Marke ist – das Lamy-Design. Jährliche Special Editions setzen immer wieder Trends und inspirieren Schreibbegeisterte rund um die Welt mit innovativen Farben und Oberflächen. Bis zum Jubiläumsjahr 2026 wird Lamy weitere neue Modelle und zukunftsweisende Produktkonzepte auf den Weg bringen.

Als unabhängiges Familienunternehmen bekennt sich Lamy seit der Gründung 1930 konsequent zum einzigen Produktionsstandort Heidelberg und garantiert so beständig höchste Qualität „Made in Germany“. Im Sinne von gelebter Verantwortung ist Nachhaltigkeit stets der Grundsatz allen unternehmerischen Handelns. Dahinter steht eine klare Verpflichtung zu wirtschaftlicher Leistungsfähigkeit unter ökologisch vertretbaren Produktionsbedingungen und sozial gerecht, die Gesellschaft fördernden Handeln.

Mit einer Jahresproduktion von über 8 Millionen Schreibgeräten ist Lamy heute nicht nur Marktführer in Deutschland, sondern hat sich zu einer international begehrten Lifestyle 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.

Lamy erfindet sich kontinuierlich neu und beweist, dass Schreibgeräte mehr sind als Gebrauchsgegenstände: thinking tools. Als Lifestyle-Accessoires sind sie wichtige Begleiter von Millionen von Menschen geworden, mit denen sie ihrer Freude am Schreiben mit der Hand Ausdruck verleihen und ihre individuelle Persönlichkeit ausdrücken.

Mehr von Lamy erfahren Sie im Internet auf lamy.com