



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 erwartet Umsatzwachstum durch Innovationen

Heidelberg, Januar 2023

Lamy startet kraftvoll und optimistisch in das neue Jahr: Für 2023 erwartet der Schreibgerätehersteller ein nachhaltiges Umsatzwachstum. Grund ist das bisher umfassendste Innovations- und Investitionsprogramm der Unternehmensgeschichte. Lamy setzt auf neue, stets stark nachgefragte Sondermodelle, ein weiter wachsendes Sortiment im Bereich digitales Schreiben und überrascht zudem mit einem vollkommen neuen Produktkonzept außerhalb des eigentlichen Kerngeschäfts.

„Das Innovations- und Investitionsprogramm ist für unsere Verhältnisse riesig und bedeutet eine millionenschwere Investition in die Zukunft des Unternehmens und die Marke LAMY“, so COO/CFO Peter Utsch. Bereits 2021 inmitten der herausfordernden Pandemie-Phase gestartet, belief sich die Investitionssumme 2022 auf das Fünffache des Jahresdurchschnitts der Investitionen der vergangenen 20 Jahre. „Ein deutlicher Impuls für langfristiges qualitatives Wachstum war gerade zu diesem Zeitpunkt wichtig - und dieses Ziel behalten wir bei“ erklärt Steffen Rübke, der im vergangenen Jahr als CEO in die Geschäftsführung eingetreten ist.

Lamy investiert damit 2023 weiter in den Standort und die Arbeitsplätze in Heidelberg. Technologische Innovationsprojekte umfassen alle Bereiche der Fertigung mit Schwerpunkten bei der Automatisierung und Flexibilisierung. Darüber hinaus fließen Investitionen in die Digitalisierung, die internen Abläufe sowie in innovative Produktentwicklungen – darunter auch Neuheiten außerhalb des Schreibgerätesegementes. Die in Berlin ansässige Innovationseinheit NEO66 liefert als firmeneigenes Start-Up neue Produktkonzepte. Selbst entwickelte hoch qualitative Softwarelösungen auf Basis bewährter, wissenschaftlich fundierter Methoden und Produktivitätstools zur effizienten eigenverantwortlichen Arbeitsgestaltung sollen das Kerngeschäft von Lamy künftig ergänzen und für Wachstumsimpulse sorgen.

Produkte und Sortiment

Im Kernsortiment konzentriert sich Lamy weiterhin auf den Ausbau des Bereichs Digital Writing - das Industriekundengeschäft hat sich nahezu verdoppelt. Der Anspruch ist hier die Zukunft des digitalen Schreibens mit perfekten Schreibgeräten für den zunehmend digitalisierten Alltag aktiv zu gestalten. Der LAMY AL-star EMR zum Schreiben auf Displays und das LAMY safari ncode Schreibsystem als Möglichkeit zur Digitalisierung und Weiterverarbeitung des eigenen Notizbuchs haben sich bereits erfolgreich am Markt etabliert. 2022 kam mit dem LAMY safari twin pen EMR ein weiteres Schreibgerät hinzu, das die Brücke von der analogen in die digitale Welt schlägt: Kugelschreiber und Stylus in einem mit unkompliziertem Wechsel durch den innovativen Drehmechanismus.



In Kooperation mit dem Label PB 0110 erweiterte die Marke ihr Portfolio um qualitativ hochwertige Lifestyle-Lederaccessoires: nachhaltig in Europa produzierte Etais, Pouches und Schreibtischunterlagen. Die passenden zeitlosen Begleiter für Lamy Design-Ikonen im Alltag.

Märkte und Vertrieb

International zeigte Lamy 2022 trotz nach wie vor herausfordernder Marktsituation kontinuierliches Wachstum und erweiterte die Sichtbarkeit als globale Design- und Lifestyle-Marke.

Außergewöhnliche Zuwachsraten verzeichnet das Unternehmen im direkt betreuten Travel Retail Geschäft – hier stieg der Umsatz um das Siebenfache. Mit Neueröffnungen von Concept-Stores, unter anderem am Flughafen BER oder International Airport Hainan in China, sieht sich Lamy bestens aufgestellt für die weitere Belegung des Reisemarktes nach den Pandemie Jahren.

Mit einem E-Commerce Anteil von rund 40% im internationalen Vertrieb beweist der Schreibgerätehersteller als Vorreiter der Branche wie alle Vertriebskanäle erfolgreich beispielbar sind. Seit November 2022 bietet Lamy mit dem eigenen Marken-eShop nun gleichermaßen stationär als auch digital ein intensiviertes Markenerlebnis. Hier erschließen sich neue Zielgruppen, nach dem „drive to store“-Prinzip profitiert davon gleichermaßen der Fachhandel.

Lamy zeigt Präsenz auf nationalen und internationalen Messen, wie etwa der TFWA Cannes und der Big Buyer Bologna. Im März 2023 ist Lamy auch wieder auf der didacta als wichtigste Schul- und Bildungsmesse im deutschsprachigen Raum, dieses Jahr in Stuttgart, vertreten.

Marketing und Kommunikation

Im März 2022 startete Lamy seine erste internationale und crossmediale Markenkampagne: „thinking tools“ ist weit mehr als nur ein Motto oder Slogan. Das Konzept vermittelt, dass ein Lamy im Kern schon immer mehr als ein perfekt in Form und Technik gestaltetes Schreibwerkzeug war. Im Mittelpunkt stehen die Menschen, die Schreibgeräte von Lamy als Denkwerkzeuge nutzen, um ihrer Gedankenwelt, ihren intellektuellen, gestalterischen und kommunikativen Fähigkeiten Ausdruck zu verleihen.



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