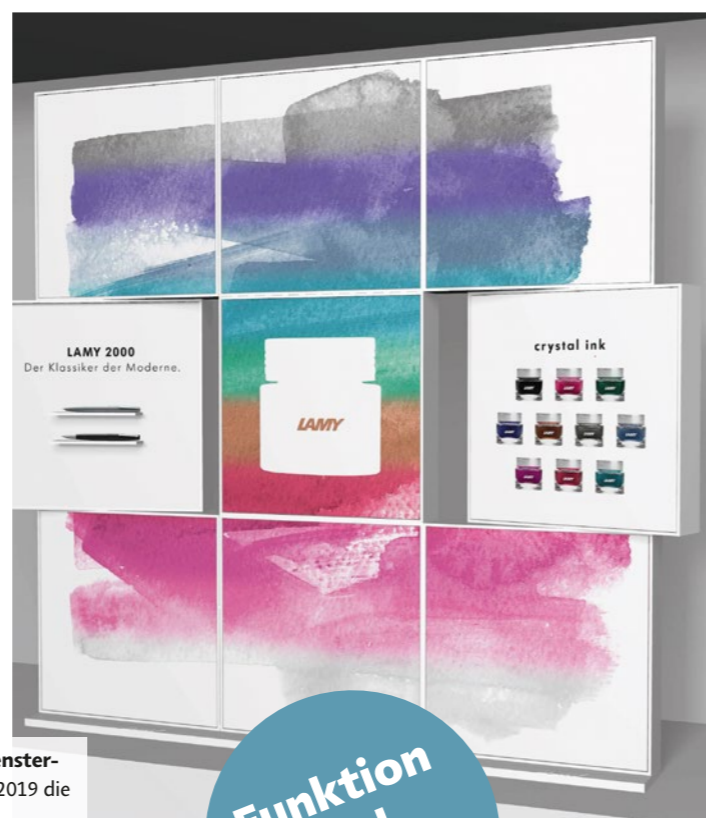




Die 1,20 Meter mal 1,20 Meter großen Schaufensterinstallation von Lamy schmückt seit September 2019 die Schaufenster von Schreibwaren-Fachhändlern.



Funktion
und
Design

Installation von Rack & Schuck für Lamy

Design fürs Schaufenster

Mit einer Schaufensterdekoration aus den Materialien Holz und hochwertigem Naturkarton setzt Lamy Akzente in den Schaufenstern von Schreibwarenhändlern. Produktionspartner Rack und Schuck ist zwar auf Displays aus Karton und kaschierter Wellpappe spezialisiert, versteht sich aber auch auf Materialmix-Displays.

Die Digitalisierung ändert den Gebrauch von Schrift, insbesondere der Handschrift. Kommunikation ist schneller sowie effizienter geworden. Und auch flüchtiger. Bei Lamy ist man überzeugt, dass dies jedoch nicht das Ende der Handschrift ist, sondern vielmehr Handschrift als ureigener Ausdruck der Persönlichkeit an Bedeutung gewinnt. Denn sie verbindet Ideen, Gedanken und Emotionen. Indem wir schreiben, lenken wir unser Denken und unsere Kreativität in geordnete Bahnen.

Diese Überzeugung überträgt das Heidelberger Unternehmen natürlich auch in seinen POS-

Auftritt. Wie dies gelingt und was die entscheidenden Punkte dabei sind, erklären Elodie Lamouroux, Leiterin Marketingservices Lamy, und Jürgen Bichelmeier, Geschäftsführer Rack und Schuck, anhand der aktuellen Schaufensterdekoration von Lamy.

DISPLAY: Welche Bedeutung haben POS Promotions für Lamy?

ELODIE LAMOUREUX: Eine sehr wichtige, weil wir damit Impulse für unsere Partner aus dem Fachhandel schaffen. Und da möchte ich betonen, wie wichtig für uns unsere Partner aus

dem stationären Fachhandel sind. Sie sind die Ansprechpartner und Berater für den Konsumenten. Sie unterstützen und beraten ihn bei der Wahl des richtigen Schreibwerkzeugs. Denn ein Lamy ist so viel mehr als nur ein Schreibgerät. Ganz egal, ob Füllhalter, Kugelschreiber oder Tintenroller – für Schreibbegeisterte rund um die Welt ist ihr Lamy täglicher Begleiter, Vertrauter sowie Weggefährte. Vor allem aber: ein Ausdruck von Individualität. Und um diese Faszination dem Konsumenten zu vermitteln, braucht es den Fachhandel. Deswegen unterstützen wir unsere Partner dort mit vielfältigen Maßnahmen. So sind unsere 14 Mit-

arbeiter im Außendienst nicht nur Vertreter von Lamy, sondern vielmehr Berater für unsere Partner aus dem Fachhandel.

DISPLAY: Wie äußert sich diese besondere Unterstützung des stationären Fachhandels?

ELODIE LAMOUREUX: Diesen bieten wir eine breite Palette an POS-Materialien für Schaufenster, Displays, Poster und mehr an. Wichtig dabei: Lamy ist ein Qualitätsprodukt. Deshalb setzen wir auch nur qualitativ hochwertige POS-Materialien ein. Unser Anspruch ist es nicht Displays durch die Welt zu schicken, sondern Impulse zu setzen. Daher ist es für uns sowie unsere Partner aus dem Fachhandel wichtig das Schaufenster effektiv zu nutzen – dort Emotionen zu wecken und Qualität zu vermitteln. Dies setzen wir mit der aktuellen Schaufenster-Dekoration um, ein langfristig und modular einsetzbares Display. Der Holzrahmen ist hochwertig und wird langfristig im Schau-



„Als Partner denken wir über die Möglichkeiten unseres eigenen Maschinenparks hinaus und suchen das beste Ergebnis für unseren Kunden.“

Jürgen Bichelmeier,
Geschäftsführer Rack und Schuck

fenster genutzt, die Inhalte und Motive der Promotion werden in regelmäßigen Abständen saisonal angepasst. Die Konzeption hierzu stammt von unserer Werbeagentur Rothkopf und Huberty und wurde von Rack und Schuck umgesetzt.

JÜRGEN BICHELMEIER: Die Aufgabe von uns als Displayproduzent in dem Zusammenspiel ist es, die Idee der Agentur im Rahmen des Budgets sowie des Formen- und Gestaltungsrahmens von Lamy umzusetzen. Als Spezialist für Wellpappe haben wir natürlich unsere Expertise in faserbasierten Werkstoffen. Bei dieser Promotion ging es jedoch explizit um ein Rahmengestell aus Holz, das mit unterschiedlichen Inhalten bespielt wird. Heißt, der Rahmen an sich wurde von einem Schreiner produziert, wir von Rack und Schuck liefern die Wellpapptafeln mit den wechselnden Inhalten. So einfach die Lösung auf den ersten Blick wirken mag, es stecken doch sehr viel Detailarbeit und Material-Know-how sowie mehrere Entwicklungsstufen mit Musterfertigung drin.

DISPLAY: Eine solche Materialkombination für eine Promotion ist eher ungewöhnlich. Wie ist es dazu gekommen?

JÜRGEN BICHELMEIER: Als Partner denken wir über die Möglichkeiten unseres eigenen Maschinenparks hinaus und suchen da bestes Ergebnis für unseren Kunden. Das bedeutet natürlich auch Sourcing zu betreiben, Spezialisten aus anderen Bereichen mit ins Boot zu nehmen und im Sinne des Kunden die bestmögliche Lösung zu finden.

ELODIE LAMOUREUX: Das Design der Marke Lamy ist sehr stark vom Bauhaus inspiriert. Daher ist die Formsprache der Schaufenster-Promotion auch an die des Bauhaus ange- >>

Starke Visuals schaffen sinnliche Impulse im Schaufenster und transportieren die Markenwerte von Lamy.



Rack & Schuck

Das inhabergeführte, mittelständische Unternehmen mit Sitz in Mannheim-Käfertal wurde bereits im Jahr 1899 gegründet und verbindet seine Erfahrung und Kompetenz mit der Innovationsstärke eines modernen Displayherstellers. Die Spezialisierung auf bestimmte Branchen mit dem daraus gewonnenen Know-how trägt ebenfalls zur Erfolgsgeschichte von Rack & Schuck bei und resultiert in einem umfassenden Portfolio mit sehr langlebigen Kundenbeziehungen.



„Der Fachhandel ist unser wichtigster Partner. Deswegen unterstützen wir den Fachhandel mit hochwertigen POS-Materialien, die Kaufimpulse setzen.“

Elodie Lamouroux,
Leiterin Marketingservices Lamy

Thematisch greift die Promotion auch Anlässe wie „100 Jahre Bauhaus“ auf. Die Formensprache des Bauhauses ist für das Design von Lamy-Produkten stilbildend.

»» lehnt – was auch thematisch im Promotionplan aufgegriffen wird. Wichtig an der Schaufensterdekoration ist, dass sie langlebig, abwechslungsreich und zugleich eine ökologisch sinnvolle Lösung ist, weil sie einmal aufgebaut und dann mehrfach bespielt wird. Wobei lediglich kleine Pakete mit neuen Sets an Platten und Produktpräsentern aus Wellpappe versendet werden.

DISPLAY: Die Promotion ist eine recht große Schaufensterinstallation. Kommt diese Flächendeckend zum Einsatz?

ELODIE LAMOUREUX: Bei der Schaufenster-Promotion handelt es sich um eine Aktion für Leithändler mit großem Schaufenster. Nach der Erstinstallation durch unseren Servicepartner, sind die Motive einfach zu tauschen, was für Abwechslung im Schaufenster sorgt. Zudem unterstreicht die aufmerksamkeitsstarke Dauerdekoration die Kompetenz des jeweiligen Schreibwaren-Fachgeschäfts und untermauert ihren Status als Lamy-Leithändler.

DISPLAY: Vielen Dank für das Gespräch. <<



Die Schaufensterinstallation besteht aus einem Holzrahmen, der saisonal – alle zwei Monate – mit neuen Themen rund um das Schreiben angepasst wird.

LAMY

Die Marke LAMY steht seit 1966 weltweit für hochwertige Design-Schreibgeräte von zeitlos moderner Ästhetik und perfekter Funktionalität. Als Familienunternehmen bekennt sich LAMY seit der Gründung 1930 konsequent zum Standort Heidelberg und garantiert höchste Qualität „Made in Germany“. LAMY ist heute nicht nur Marktführer in Deutschland, sondern hat sich zu einer international begehrten Marke entwickelt. Mittlerweile ist die Marke in mehr als 80 Ländern mit etwa 200 Mono-Brand-Stores weltweit vertreten. Lamy 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.