

Herlitz schreibt Erfolgsgeschichte mit Tinte

Revolution in der Federtasche: Herlitz my.pen

Der Herlitz my.pen ist seit Februar 2009 das Lifestyleprodukt in Schüler-Federtaschen. Der innovative Füllhalter überzeugte die Zielgruppe der 9 bis 16-Jährigen mit stylischer Form, einzigartiger Funktionalität, hoher Qualität und sechs angesagten Farbkombinationen. Schon kurz nach Verkaufsstart verzeichnete der Herlitz my.pen ausgezeichnete Abverkaufsquoten bei deutschen und ausländischen Handelspartnern. Das Vermarktungs-Konzept in angesagter Kritzel-Optik sorgte für uneingeschränkte Aufmerksamkeit am POS. Mit der Herlitz my.pen family wird der Herlitz Erfolg im Bereich Schreiben auch 2010 fortgesetzt.

Berlin, den 03. November 2009 – Mit dem innovativen Herlitz my.pen sorgte das Markenartikelunternehmen in diesem Jahr für eine kleine Revolution im Segment der Schulfüllhalter. Wie kein anderer seiner Klasse verbindet der neuartige Herlitz my.pen höchste Funktionalität sowie besonderen Designanspruch und entspricht damit dem Zeitgeist der Zielgruppe der 9 bis 16-Jährigen. Schnell avancierte der ausgefallene Füllhalter so zum absoluten Must-Have in der Federmappe.

Der schlanke, dynamische Schaft, die ergonomische Griffzone, eine hochwertige Iridiumfeder und das einzigartige Tintenleitsystem des Herlitz my.pen setzen ganz neue Maßstäbe in der Schreibgerätebranche. Kein vergleichbarer Füller schreibt so schnell und verlässlich an wie der Herlitz my.pen – ohne dabei zu kratzen, zu klecksen oder auszulaufen. Der Herlitz my.pen bietet ein nie da gewesenes Schreibgefühl für Links- und Rechtshänder. Die sechs angesagten Farbvarianten küren den Herlitz my.pen schließlich zum absoluten Lifestyleprodukt für die Schule.

Seit Februar 2009 ist die innovative Kreation des Markenartikelherstellers auf dem Markt. Bereits kurz nach Verkaufsstart verzeichnete Herlitz mit dem my.pen eine breite Listung bei nahezu allen deutschen und vielen ausländischen Handelskunden. Der Schulfüller erzielte ausgezeichnete Abverkaufsquoten im Regal und insbesondere durch präzise Platzierungen im Handel in Aktionszeiträumen wie Ostern und dem Schulanfang. Vor allem im Rahmen der aufmerksamkeitsstarken Herlitz Schulstart-Kampagne „Monster-Talent“ überzeugte der Herlitz my.pen als Leuchtturmprodukt und verwies die Konkurrenz beim Absatz auf die Plätze. Insgesamt wurde der erwartete Umsatz im west- und osteuropäischen Ausland deutlich übertroffen.

Für entsprechende Aufmerksamkeit am POS sorgt nach wie vor die einzigartige gestalterische Leitidee des Herlitz my.pen-Konzepts: Mit etlichen Kritzeleien kommunizieren die Verpackungen, Displays und VKF-Mittel wie Regalstopper und Schaufensteraufsteller mit den jungen Erwachsenen. Mit dem Herlitz my.pen gekritzelte kleine Monster, freche Tierchen und witzige Sprüche sind ein uniques Stilmittel in der Welt der Zielgruppe. Die Teens sind aufgerufen selbst zu gestalten – mit dem Herlitz my.pen können sie ihrer Stimme und Persönlichkeit Ausdruck verleihen.

„Wir sind begeistert von der Nachfrage unseres Herlitz my.pen. Die Abverkaufszahlen haben unsere Erwartungen mehr als übertroffen“, erklärt Markus Oestmann, Vorstand Marketing und Vertrieb bei der Herlitz PBS AG. „Der Herlitz my.pen ist mehr als nur ein toller Füller, er ist der Herlitz-Weg im Bereich Schreiben – das bestätigt uns auch das durchweg positive Feedback unserer Handelspartner. Wir freuen uns sehr die Erfolgsgeschichte der emotionalen Produktgruppe fortzusetzen. Und so viel sei verraten, in 2010 erhält der Herlitz my.pen Nachwuchs“.

Weitere Informationen erhalten Sie unter: www.herlitz.de

Über Herlitz PBS AG

Die Herlitz PBS AG mit Sitz in Berlin zählt zu Europas führenden Herstellern von Qualitätsprodukten aus den Bereichen Papier-, Büro- und Schreibwaren (PBS) sowie Papeterie. Zum Unternehmen gehören **die Marken** „Herlitz“, „Falken“ sowie „Susy Card“. Das Herlitz-Sortiment umfasst insgesamt ca. 15.000 Artikel vom Anspitzer bis zum Zeichenblock. Aktuelle Produktinnovationen sind der Premium-Ordner OneTip und der Füller my.pen. Sowohl für den Lebensmittel- als auch den privaten und gewerblichen Facheinzelhandel bietet Herlitz ein verkaufsflächenoptimiertes PBS- und Papeterie-Sortiment an. Der **Nachhaltigkeitsgedanke ist Selbstverständnis** von Herlitz. Standard- und Lizenzhefte aus dem Sortiment sind mit dem FSC-Siegel versehen, einer Zertifizierung des Forest Stewardship Council (FSC) von Holzprodukten aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern. Weitere Artikel, wie Produkte aus der Designserie Green, sind 100% recycelbar und mit dem Blauen Engel, dem Umweltzeichen für ökologisch getestete und qualitativ hochwertige Produkte, markiert. Darüber hinaus übernimmt Herlitz mit der Initiative BildungsCent e.V. **gesellschaftliche Verantwortung**. Der gemeinnützige Verein setzt sich bundesweit für die langfristige Förderung der Lehr- und Lernkultur in Deutschland ein. Das **internationale Markenartikelunternehmen** mit über 100-jähriger Firmengeschichte ist heute mit elf Landesgesellschaften aufgestellt. Neben Produktionsstätten in Brandenburg fertigt Herlitz auch in Polen, Rumänien und Großbritannien. Die Produkte werden von dort aus in nahezu alle Länder der Welt geliefert. Der Konzern verfügt über **Vertriebsgesellschaften** in den Niederlanden, Großbritannien, Polen, Ungarn, Tschechien, der Slowakei, Bulgarien und Rumänien. Zur Herlitz Group in Deutschland zählt die Herlitz AG, die Herlitz PBS AG, Falken Office Products, der Supply Chain Dienstleister eCom Logistik und der IT-Dienstleister Mercoline. **Herlitz im Internet:** www.herlitz.eu.

Vorstand: Jan von Schuckmann (Vorsitzender), Thomas Hübner, Markus Oestmann

Vorsitzender des Aufsichtsrats: Georg C. Domizlaff

Abdruck honorarfrei, Beleg erbeten,
Bildmaterial und Produktsamples auf Anfrage.

Pressekontakt

Herlitz Aktiengesellschaft Unternehmenskommunikation

Mira Willert

Am Borsigturm 100 • D-13507 Berlin
Phone: +49(0)30 4393 3994
Fax: +49(0)30 4393 3408
mwillert@herlitzpbs.com

Head of Marketing Services, Marketing Communication/Licensing

Stefanie Franck

Phone: +49(0)30 4393 3063
Fax: +49(0)30 4393 3992
sfranck@herlitzpbs.com

Herlitz my.pen

Produktinformation

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Herlitz präsentiert den stylischen Füllhalter my.pen in 6 angesagten Farbvarianten. ▪ Ob cooles Weiß mit pinker Griffzone, eine trendige Grünkombination, tiefes Blau mit hellem Akzent, leuchtendes Pink und Orange, peppiges Rot auf Schwarz oder eine klassische Schwarz-Weiß-Verbindung, für jeden Geschmack ist etwas dabei. ▪ Der Herlitz my.pen ist idealer Begleiter für Mädchen und Jungen zwischen 9 und 16 Jahren. ▪ Herlitz UVP: 9,99 Euro
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Durch den schlanken, dynamischen Schaft und die ergonomische Griffzone liegt der Herlitz my.pen sehr gut in der Hand. ▪ Mit dem einzigartigen Tintenleitsystem und der hochwertigen Iridiumfeder schreibt der my.pen schneller und zuverlässiger an als alle anderen Füller seiner Klasse – ohne Kratzen, Klecksen oder Eintrocknen. ▪ So bietet der Herlitz my.pen ein nie da gewesenes Schreibgefühl für Links- und Rechtshänder.
	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wer hat denn da gekritzelt? Der außergewöhnliche Herlitz my.pen Verpackungs- und Displaylook fällt auf. Die gestalterische Leitidee des my.pen-Konzepts sorgt für Aufmerksamkeit am POS. ▪ Langweilt man sich im Unterricht, entstehen ganz nebenbei kleine Zeichnungen: Der Lehrer als witzige Comic-Figur, putzige Tierchen, niedliche Herzchenansammlungen, Blümchenranken oder gefährliche Ungeheuer aus fernen Galaxien. Kritzel-Kunstwerke aller Art zieren den Herlitz my.pen