

Jagdfieber auf dem Schulhof: Die Herlitz Monster-Credits sind los Monster-Deal für den Handel: Herlitz Back to School

Deutschlands Teenager sind wieder im Monster-Fieber! Am 01. Mai 2010 startete die große Back to School-Kampagne von Herlitz unter dem Motto „Monster-Deal: Wir machen Dich zum Gewinner!“. 2010 steht das erfolgreiche Loyalty-Programm „Monster-Credits“ im Zentrum der Kampagne. 10 Millionen Herlitz-Produkte sind mit den heißbegehrten Monster-Codes versehen. Die Monster-Codes können über die Aktionsphase von Mai bis Dezember 2010 auf www.monster-credits.de gegen coole Prämien getauscht werden und sorgen so für langfristige Kundenbindung bei der Zielgruppe der 9- bis 15-jährigen Schülerinnen und Schüler. Die auffällige Präsentation der Monster-Produkte am POS macht die Schulanfangskampagne auch zum Monster-Deal für den Handel: Deutliche Steigerungen des Abverkaufs zum Schulstart sind zu erwarten. Für Action sorgt nicht zuletzt das Online-Casting „Herlitz sucht das Monster-Talent“. Zusammen mit Kooperationspartnern wie schülerVZ wird der Talent-Wettbewerb von Herlitz zum Lieblingsprogramm des Sommers. Anzeigenschaltungen in Fachmagazinen, PR- und Promotionaktionen sorgen begleitend für hohe Aufmerksamkeit in Öffentlichkeit und Branche.

Berlin, den 17. Mai 2010 – Die Monster-Jagd von Herlitz ist eröffnet! Am 01. Mai 2010 startete die große Schulanfangskampagne des PBS Herstellers erfolgreich in die zweite Runde. Unter dem Motto „Monster-Deal: Wir machen Dich zum Gewinner!“ ruft Herlitz Schülerinnen und Schüler im Alter von 9 bis 15 Jahren auf www.monster-credits.de zum Sammeln und Tauschen der heißbegehrten Monster-Credits auf. Das monstermäßige Loyalty-Programm steht 2010 im Zentrum der umfangreichen Back to School-Kampagne und ist garantierter Umsatzbringer für den Handel in der abverkaufsstarken Zeit.

Auf rund 10 Millionen Herlitz-Produkten sind die Monster-Codes in zwei Wertigkeiten aufgebracht, die nach dem Kauf eines Artikels im Aktionszeitraum vom 01. Mai bis 31. Dezember 2010 auf der Microsite www.monster-credits.de gegen attraktive Prämien eingetauscht werden können. So winken 50 Monster-Credits beim Kauf von trendigen x-book oder EA Sports Schulheften und Blöcken und sogar 200 Monster-Credits für Füller, Tintenroller und Zirkel der beliebten my.pen family sowie Schülerkalender. Und die monstermäßigen Prämien, wie Shopping- und Kinogutscheine oder EA Mobile Games, und coolen Preise der Tagesverlosungen, wie iPods, Playstation 3, Topgames von EA, Wiis und Digicams, machen die Monster-Credits zur gefragtesten Währung auf dem Schulhof.

Zu haben sind die begehrten Monster-Produkte mit den leuchtend gelben Monster-Credits bei Handelspartnern im Lebensmitteleinzelhandel und in ausgewählten Fachgeschäften. Das Loyalty-Programm verspricht eine deutliche Steigerung des Abverkaufs zum Schulstart sowie eine kontinuierliche Kundenbindung über den gesamten Aktionszeitraum. Die auffällige Präsentation der Herlitz-Artikel am POS gewährleistet neben gezielten Käufen auch Impulskäufe der Zielgruppe. Das knallig grüne Monster zielt wie bereits im Vorjahr als Keyvisual Displays und Aufsteller und fordert Schülerinnen und Schüler mit dem frechen Slogan „Monster-Deal: Wir machen Dich zum Gewinner!“ zum Mitmachen auf.

www.monster-credits.de



Actionreichster Part der Schulanfangskampagne 2010 ist natürlich das spannende Online-Casting „Herlitz sucht das Monster-Talent“. Seit dem 01. Mai sind Deutschlands Teenager wieder im Monsterfieber: Schülerinnen und Schüler im Alter von 9 bis 15 Jahren sind aufgerufen, ihre besonderen Talente im Online-Wettbewerb auf www.monster-credits.de zu präsentieren. Erlaubt ist alles was Spaß macht und das Publikum begeistert: Sänger, Breakdancer, Magier, Fußball-Trick-Kicker oder Comic-Zeichner, jeder hat die Chance auf den Titel „Herlitz Monster-Talent 2010“. Über Sieg oder Niederlage der Monster-Akteure entscheiden die registrierten Mitglieder der Monster-Community mit ihren Bewertungen. Am 13. September 2010 wird im großen Community-Finale der Sieger des diesjährigen Monster-Contests gekürt, der sich über einen echten Monster-Deal als Gewinn freuen darf: Herlitz spendiert eine unvergessliche Monster-Party mit 100 Freunden und eigener Bühne – da ist ein monstermäßiger Auftritt garantiert.

Ein umfangreiches Maßnahmen-Portfolio mit Anzeigenschaltungen in Fachmagazinen, PR- und Promotionaktionen sowie gezielte Kooperationen sorgen über den Kampagnenzeitraum für hohe Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit und Branche. Mit an Bord ist erneut schülerVZ, das Online-Netzwerk Nummer Eins in Deutschland mit ca. 5,5 Millionen Mitgliedern der Zielgruppe. Via schülerVZ kommuniziert Herlitz mit den Jugendlichen auf Augenhöhe und bringt die Back to School-Kampagne in ihr täglich genutztes Mediumfeld. Neben Bannerschaltungen wird hier vor allem in der bestehenden, über 25.000 Fans umfassenden Monster-Community auf das Loyalty-Programm und den Talent-Wettbewerb aufmerksam gemacht. Besonderer Clou in diesem Jahr ist die eigens für schülerVZ entwickelte Applikation eines Online-Games im Monster-Look & Feel, das spielbegeisterte Teens in den Bann zieht und für virale Effekte sorgt.

Weiterer bewährter Kooperationspartner von Herlitz ist der Berufsverband Deutscher Tanzlehrer e.V. (BDT). Zusammen mit dem BDT als Veranstalter werden auf den Hip Hop Meisterschaften am 13. Mai sowie dem International Dance Festival m)))motion am 12. und 13. Juni 2010 Tänzer und Besucher über Plakate, Flyer, Promotionaktionen und Gewinnspiele auf die Schulanfangskampagne aufmerksam gemacht. Darüber hinaus werden junge Tanztalente der m)))motion auf einer speziellen Herlitz-Bühne für den Monster-Talentwettbewerb gecastet. Als Testimonials für die Werbeplakate und -flyer konnten mit den drittplatzierten Monster-Talenten 2009 sogar zwei Tänzerinnen des BDT gewonnen werden.

Der eigene Herlitz Twitter-Account www.twitter.com/Monster_Deal sowie die Facebook-Seite www.facebook.com informieren zudem Monster-Fans regelmäßig über den aktuellen Kampagnenstatus sowie die Stars des Talentwettbewerbs. Spezielle Gewinnspiele und Aktionen bieten zusätzliche Anreize zur Teilnahme am Loyalty-Programm.

Alle Infos zur Kampagne „Monster-Deal: Wir machen Dich zum Gewinner!“ und zum Online-Casting „Herlitz sucht das Monster-Talent“ finden sich im Internet auf www.monster-credits.de und www.herlitz.de. Bild- und Textmaterial wird auf <http://herlitz.newsroom.eu> bereitgestellt.



Herlitz Back to School-Kampagne

Produktinformation

	<ul style="list-style-type: none"> Die Monster-Credits erscheinen in neuem Glanz: Dank knalliger Leuchtfarben sind sie auf Monster-Produkten nicht zu übersehen! Es gibt 50er und 200er Monster-Credits, die auf www.monster-credits.de gegen coole Prämien eingelöst werden können.
	<ul style="list-style-type: none"> Auf über 10 Millionen Produkten von Herlitz gibt es die begehrten Monster-Credits. So winken 50 Monster-Credits beim Kauf von trendigen x-book oder EA Sports Schulheften und Blöcken. 200 Monster-Credits gibt es für Füller, Tintenroller und Zirkel der beliebten my.pen family sowie Schülerkalender.
	<ul style="list-style-type: none"> Monster-Deal für den Handel: Das Herlitz Loyalty-Programm verspricht deutliche Umsatzsteigerungen zum Schulstart und kontinuierliche Kundenbindung über den gesamten Aktionszeitraum. Eine knallige Präsentation der Herlitz-Produkte am POS motiviert Impulskäufe der Zielgruppe.



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 sowohl das CO₂-neutrale Schulheft-Sortiment „x-book“ und das designorientierte Schreibgeräte-Sortiment „my.pen family“ als auch die stilvolle und umweltfreundliche Büroserie „pure style“ sowie die hochwertigen Kartonerzeugnisse „easy orga“ in brillantem Look. Dazu treten zielgruppennahe Trend-Lizenzen wie „EA SPORTS™“. 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 und viele weitere Papiererzeugnisse sind mit dem FSC-Siegel versehen, einer Zertifizierung des Forest Stewardship Council (FSC) von Holzprodukten aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern. Zudem tragen die Schulhefte das CO₂-Siegel, das für das Engagement steht, den CO₂-Austausch in der Heft-Produktion zu reduzieren. 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 BildungCent 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 neun 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.de.

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

Unternehmenskommunikation/Managerin Corporate Communications Mira Willert

Phone: +49(0)30 4393 3994
Fax: +49(0)30 4393 3408
mwillert@herlitzpbs.com

Marketing Manager Communication/Licensing Josefine Kroll

Phone: +49(0)30 4393 3324
Fax: +49(0)30 4393 3992
jkroll@herlitzpbs.com

www.monster-credits.de

