

# Special



## **200 Jahre LYRA**

*Erfolgsstory ohnegleichen*

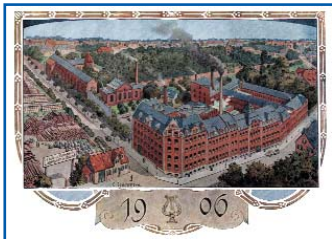
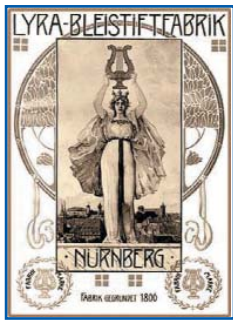
## **Neues Design**

*Griffzone ausgespart*

## **Jubiläumsaktion**

*Tolle Preise zu gewinnen*

## 200 Jahre LYRA-Bleistift-Fabrik in Nürnberg



**1806** Die Gründung der LYRA-Bleistift-Manufaktur durch Johann Froescheis in Nürnberg.

**1860** Die Fabrik wird an die Kleinweidenmühle verlagert und nutzt die Wasserkraft.

**1868** Die LYRA wird als erstes Warenzeichen für Bleistifte eingetragen.

**1878** Die Firma expandiert und bezieht den Fabrikneubau an der Großweidenmühle.

**1902** Johannes Grasser übernimmt das Unternehmen als Alleinhaber.

**1945** Nach der Zerstörung der Großweidenmühle beginnt der Wiederaufbau.

**1987** Die LYRA verlegt ihren Firmensitz nach Gebersdorf. 1984 wurde LYRA France eröffnet.

**1992** In Geußnitz bei Zeitz geht das Werk 2 an den Start. Im Vorjahr wurde LYRA UK eröffnet.

**2000** Die LYRA gründet Tochtergesellschaften in Singapur, Indonesien und Schweden.

**2005** Andreas Blaul übernimmt mit Klaus Elsasser die Geschäftsführung.

**2006** 200-jähriges Firmenjubiläum der Lyra-Bleistift-Fabrik.



Seit 1806 schätzen Kunden in aller Welt die hohe Qualität unserer Produkte für Kindergarten, Schule, Hobby und Industrie. Ein derartiges Jubiläum ist in der heutigen Zeit zu einem seltenen Ereignis geworden. Als modernes, unabhängiges und leistungsfähiges Unternehmen behaupten wir uns in einem schwierigen und

sich andauernd verändernden wirtschaftlichen Umfeld.

Unsere Leitlinie „Qualität aus Tradition und Innovation aus Überzeugung“ prägte das unternehmerische Handeln über Jahrzehnte hinweg. Unsere Kunden schätzten das Qualitätsniveau unserer Premium-Produkte und profitierten von marktgerechten Innovationen in den verschiedensten Produktsegmenten.

Zukünftig will LYRA das Leben seiner Kunden bunter, kreativer und vielfältiger gestalten. Mit 200 Jahren Fachkompetenz und weiterhin höchsten Ansprüchen an Qualität und Beratung ist die LYRA der Farb- und Produktspezialist für Kindergarten, Schule, Hobby und Industrie weltweit.

Alle Mitarbeiter der LYRA freuen sich auf eine weiterhin erfolgreiche Zusammenarbeit und sichern zu, dass wir bereit sind auf die Veränderungen im Markt und die steigenden Anforderungen an unser Unternehmen im Sinne des Kunden zu reagieren. Dazu verpflichtet uns unsere Tradition und das sind wir unseren Kunden weltweit schuldig.

*Andreas Blaul*





Die moderne Verpackungsgestaltung wird unterstützt durch die aussagekräftigen Icons.



LYRA hat sein Verpackungskonzept überarbeitet bei den Produktsegmenten wie Dickkernfarbstifte, Osiris-Farbstifte, Wachsmalkreiden oder Fasermaler. Besonders überzeugend ist auch die Griffzone bei den Premium-Artikeln.

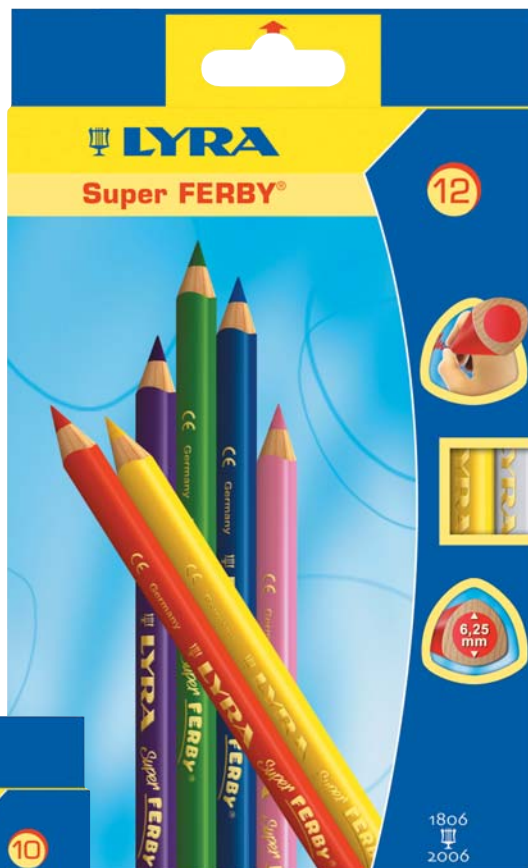
# Bunter, kreativer und vielfältiger



Die klar verständlichen Icons betonen die Produktvorteile.

Neu ist die Griffausstanzung bei allen Premium-Produkten: Die Vorteile sind fühlbar und überzeugen.

Das neue noch übersichtlichere Design der Verpackung liefert alle wichtigen Informationen auf einen Blick.



LYRA will das Leben seiner Kunden noch bunter, kreativer und vielfältiger gestalten. Mit 200 Jahren Fachkompetenz und höchsten Qualitätsansprüchen muss sich auch das Erscheinungsbild der Produktverpackungen diesem Maßstab unterziehen. Durch eine grundlegende Überarbeitung des Markenauftritts wurde das Design der

Marke LYRA moderner, einheitlicher, aussagekräftiger und qualitativ hochwertiger gestaltet. Das stärkt die Marke im Wettbewerb und sorgt für erhöhte Aufmerksamkeit und leichte Produktfindung am PoS. Die Vorderseite ziert die Produktabbildung, die Kommunikationsleiste mit den neuen Icons, die die Produktvorteile besonders hervorheben.

Die Produktsegmente wie z. B. Farbstifte und Fasermaler werden durch ausgewählte Hintergrundfarben unterschieden. Dank der Griffzone bei den Verpackungen des Premiumsegments – Ferby, Super Ferby, Farb-Riese, Super3 und TripleOne! – kann der Kunde die jeweilige Form und Oberfläche erfühlen sowie die Stärke des Stiftes ertasten.

Die Rückseite der neuen Verpackungen liefert dem Kunden konkrete, produktspezifische oder anwendungsbezogene Informationen.



# Jubiläumspreise für den Handel

*Im gesamten Jubiläumsjahr 2006 wird LYRA den Groß- und Einzelhandel neben den bekannten Aktivitäten noch zusätzlich mit einer Jubiläumsaktion unterstützen.*

Der Einzelhandel kann im Jubiläumsjahr 2006 attraktive Sachprämien gewinnen. Zu Grunde gelegt wird ein Punktesystem, das sich auf den gesamten Jahresumsatz, eine Umsatzsteigerung bzw. eine Teilnahme an diversen Aktionen im Jahr 2006 bezieht.

## **Jubiläumsaktion Einzelhandel**

Vom 01.01.2006 bis einschließlich 31.12.2006 läuft die Jubiläumsaktion. Die Einlösung der Punkte ist ganz einfach: Nach Mitteilung über den Endpunktestand Anfang 2007 kann der Kunde innerhalb der drei „Punkte-Gruppen“ zwischen vier verschiedenen Prämien wählen: 1. Gruppe ab 1.500 Punkte; 2. Gruppe ab 3.000 Punkte und die 3. Gruppe ab 5.000 Punkte. Als Preise sind hochwertige Markenprodukte zu gewinnen wie z. B. iPod nano, Sony, Tefal und viele mehr.

## **Jubiläumsaktion Großhandel**

Für den Großhandel hat LYRA eine umsatzorientierte Rückvergütung vorgesehen und bei entsprechender zusätzlicher Umsatzsteigerung die Teilnahme an einer Verlosung. Der attraktive Gewinn ist ein Wochenende in Nürnberg für zehn Mitarbeiter, inklusive Betriebsbesichtigung und Stadtführung. Die Verlosung des Preises findet im Januar 2007 statt.

