

Schneider Schreib's auf

Schneider Schreibgeräte GmbH • 78144 Schramberg • Germany

Ansprechpartner: Martina Schneider
Abteilung: Presse und Öffentlichkeitsarbeit
Telefon: +49 77 29/8 88-235
E-Mail: presse@schneiderpen.de

Schramberg 2. Mai 2012

Das neue Markenimage von Schneider trägt Früchte

Knapp zwei Jahre nach der Implementierung sind die Präsenz im Handel und der Umsatz deutlich gestiegen.

Im September 2010 trat Schneider mit einem völlig neuen Markenauftritt an die Öffentlichkeit. Mit klarem und eigenständigem Design wurde das Profil als internationaler und innovativer Anbieter geschärft. Die Wahrnehmung im unüberschaubaren Angebot bunter Schreibgeräte wurde zeitgleich mit einem neuen Displaykonzept optimiert, das modular vom kleinen Thekensteller bis zum Shop-in-Shop-Modul reicht.

„Schneider - schreib's auf“. Der neue Claim bringt mit seiner freundlichen Aufforderung den Kern der Marke zum Ausdruck. Jeder Gedanke ist es wert, aufgeschrieben zu werden - ein Schneider-Stift ist dafür immer parat, ein ständiger und zuverlässiger Begleiter im Alltag. Das umfassende Sortiment für unterschiedlichste Anwendungen wird symbolisiert durch das neue Logo aus einem Bündel von Linien in verschiedenen Strichstärken.

Die neue Markenwelt präsentierte Schneider eindrucksvoll auf der Paperworld 2011 und 2012. Dabei blieb es nicht bei einer „schönen Verpackung“, sondern neue innovative Produkte unterstrichen den Anspruch als Spezialist für das tägliche Schreibvergnügen. Die Slider-Familie mit der außergewöhnlich leicht gleitenden Viscoglide®-Technologie oder der neue Patronenroller Breeze haben bei Handel und Verbraucher große Resonanz gefunden und mit für deutliche Zuwächse gesorgt. 2010 und 2011 steigerte Schneider seinen Umsatz um jeweils gute zehn Prozent. Die Shop-in-Shop-Module fanden über tausend Mal ihren Platz in den Geschäften. Slider ist in die GfK-Liste der Top-Ten der meistverkauften [Kugelschreiber](#) eingezogen.

Damit er sich dort seinen Platz auch dauerhaft sichern und noch ausbauen kann, wirbt Schneider mit einer Roadshow, Großflächenplakaten, Gewinnspielen, Internet- und Facebook-Kampagnen und vielem mehr für diese Produktfamilie.

Die Nachhaltigkeit ist fest im Markenkern von Schneider verankert. Ausdruck davon ist u. a. die Zertifizierung nach dem weltweit anspruchsvollsten Umwelt-Management-System EMAS. Schneider entwickelt und produziert fast ausschließlich in Deutschland. Damit können die hohe Produktqualität und die anspruchsvollen deutschen ökologischen und sozialen Standards garantiert werden. Diese Aspekte werden von Konsumenten in ihren Kaufentscheidungen immer mehr berücksichtigt. Mit der Umwelterklärung sorgt Schneider für absolute Transparenz über alle Auswirkungen, die bei der Produktion entstehen.

[316 Wörter, 2515 Zeichen (inkl. Leerzeichen), von [Martina Schneider](#)]

Pressebild: Großflächenplakate



Großflächenplakat während der Slider Roadshow

[Weitere Bildformate: https://schneiderpen.com/en_us/press/press-pictures/grossflaechenplakate/]

Pressebild: Shop-in-Shop Modul



Optimiertes Displaykonzept reicht vom Thekenaufsteller bis zum Shop-inShop-Modul

[Weitere Bildformate: https://schneiderpen.com/en_us/press/press-pictures/shop-in-shop-modul/]

Pressebild: EMAS Logo



EMAS Logo

[Weitere Bildformate: https://schneiderpen.com/en_us/press/press-pictures/emas-logo/]

Pressebild: Paperworld 2012/ FFM



Impressionen vom Messestand von Schneider

[Weitere Bildformate: https://schneiderpen.com/en_us/press/press-pictures/paperworld-2012-ffm/]