

Lust am Schreiben: BILLY BOY startet in den Schreibwarenmarkt

Hamelin Paperbrands neuer Lizenzpartner der Condommarke BILLY BOY

Hamburg, 20. Oktober 2009 – Ob harte Verhandlung, leidenschaftlicher Vortrag oder Unterricht mit Tiefgang: In Kooperation mit dem Papierwarenhersteller Hamelin Paperbrands bringt die Condommarke BILLY BOY ab sofort Pep in den grauen Schreibtischalltag. Pünktlich zu Beginn der Messesaison kommt eine ganze Kollektion an PBS-Artikeln im frechen BILLY BOY-Design in den Handel, darunter College- und Notizblöcke. 2010 wird das Sortiment dann um drei lustige Fußball-Fanartikel ergänzt, die speziell auf Public-Viewing-Events abzielen. Verantwortlich für die Kooperation von BILLY BOY und Hamelin Paperbrands ist die Hamburger Kommunikationsagentur Straub & Linardatos, die die Condommarke seit 2007 in Lizenzfragen berät.

Langeweile im Büro? BILLY BOY hat jetzt das Gegenmittel: Gemeinsam mit dem renommierten Papierwarenhersteller Hamelin Paperbrands aus dem niedersächsischen Gronau feiert die beliebte Condommarke ihr Debüt im Schreibwarenmarkt. Neben einer hochwertigen Kladde im A5-Format starten zunächst ein A6-Notizblock sowie ein Collegeblock A4+ im deutschen Einzelhandel. Pro Artikel stehen jeweils drei freche BILLY BOY-Fußballmotive mit markanten Sprüchen wie „Mach ihn rein!“ zur Auswahl. Bei den Notiz- und Collegeblöcken waren die Produktdesigner von Hamelin Paperbrands besonders kreativ: Einmal umgeblättert, findet sich auf den Innenseiten ein „Verkehrs-Prüfungsbogen“ mit einem lehrreichen Quiz rund ums Condom – eine spaßige Ergänzung zum Aufklärungsunterricht in der Schule.

Im nächsten Jahr wird die BILLY BOY-Produktpalette von Hamelin Paperbrands weiter ausgebaut. Fußballfans können sich dann auf drei lustige BILLY BOY-Fanartikel freuen, die das Public Viewing zum echten Erlebnis machen. Mit von der Partie sind die im Stadion beliebten Fußball-Tröten sowie aufblasbare Klatschstangen im kecken BILLY BOY-Look. Und falls es während des Spiels richtig stürmisch werden sollte: Der Kugelschreiber mit eingebauter Trillerpfeife sorgt dafür, dass keine Telefonnummer mehr verloren geht. „Mit unseren BILLY BOY-Fußballdesigns gehen wir bewusst neue Wege, um uns deutlich vom Wettbewerb zu differenzieren“, sagt Robert Zentek, Produktmanager bei Hamelin Paperbrands. „Das kreative Potenzial und die hohe Bekanntheit der Marke in Deutschland haben uns von Anfang an gefallen. Wir erhoffen uns durch die Lizenzierung eine spürbare Steigerung unserer Abverkäufe im Segment Trendkollektionen.“

Die Präsenz der Marke BILLY BOY im deutschen Einzelhandel wird mit den neuen Lizenzprodukten von Hamelin Paperbrands weiter ausgebaut. „Die neuen Artikel zeigen, wie vielfältig die Marke BILLY BOY im Lizenzgeschäft eingesetzt werden kann“, sagt Rüdiger Straub, geschäftsführender Gesellschafter der BILLY BOY-Lizenzagentur Straub & Linardatos. „Die Nutzung des Markennamens erzeugt beim Endverbraucher branchenübergreifend eine ungewöhnliche hohe Aufmerksamkeit. Das kommt nicht nur dem Markeninhaber zugute, sondern ganz besonders auch den BILLY BOY-Lizenznehmern.“

Die BILLY BOY-Kollektion von Hamelin Paperbrands:

BILLY BOY Collegeblock

- Format: A4+, steigend
- BILLY BOY Cover & Innenseite
- Pädagogischer Inhalt der Innenseite
- Rückseite: Graukarton
- kariert
- 3 Motive, sortiert



BILLY BOY-Kladde

- Format: A5
- BILLY BOY Cover & Rückseite
- Hardcover Hochglanz
- 96 Seiten, mit Gummiband
- kariert
- 3 Motive, sortiert



BILLY BOY Notizblock

- Format: A6
- BILLY BOY Cover
- Pädagogischer Inhalt der Innenseite
- Rückseite: Graukarton
- kariert
- 3 Motive, sortiert



BILLY BOY Klatschstange

- Ideal für Public Viewing
- Kunststoff
- aufblasbar
- BILLY BOY-Branding



Presseinformation

BILLY BOY

BILLY BOY Fußball-Tröte

- Kunststoff
- 29 x 8 cm
- BILLY BOY-Branding mit Slogan
- 1-2 Motive



BILLY BOY Kugelschreiber

- mit Trillerpfeife fürs Public Viewing
- BILLY BOY-Slogan
- Umhängeschlaufe
- bedruckter Schaft
- geblistert



BILLY BOY:

Die Condommarke BILLY BOY gehört zur MAPA GmbH mit Sitz in Zeven und richtet sich überwiegend an männliche Endkunden im Alter von 14 bis 29 Jahren. 94 Prozent der Deutschen kennen die Marke BILLY BOY, die mit einem Marktanteil von 20 Prozent marktführend im deutschen Condomhandel ist. Im Lizenzgeschäft setzt BILLY BOY auf die Hamburger Kommunikationsagentur Straub & Linardatos, die unter dem Markennamen BILLY BOY bereits Lizenzartikel wie Energydrinks, Duschgel und Fruchtgummis auf den Markt gebracht hat.

Für weitere Informationen und druckfähiges Bildmaterial wenden Sie sich bitte an:

Straub & Linardatos GmbH

Ingo Bertram

Kirchentwiete 37-39

22765 Hamburg

Tel.: +49 (0) 40 / 39 80 35 – 51

Fax: +49 (0) 40 / 39 80 35 – 44

E-Mail: bertram@sl-kommunikation.de