

Oxford begeistert mit Zugabepromotion und groß angelegter Media-Kampagne

Individuelle Promotion trifft auf starke Markenpräsenz zur Back To School Saison 2025

Hannover, 23.05.2025: Pünktlich zur Back-to-School-Saison startet Oxford mit einer seiner bisher größten Kampagnen in den Sommer. Mit einer einzigartigen Zugabeaktion, die Kreativität und Individualität fördert, sowie einer breit angelegten Media-Kampagne schafft Oxford neue Impulse im Markt.

Exklusive Zugabepromotion ab dem 1. Juni 2025

Mit der neuen Zugabeaktion, die vom 1. Juni bis zum 31. Oktober 2025 läuft, bietet Oxford seinen Kunden einen besonderen Mehrwert: Wer Produkte im Wert von mindestens 8 € kauft, erhält ein hochwertiges Notiz- und Skizzenbuch aus der internationalen ART Range von Oxford gratis. Diese Premiumserie ist speziell für den gehobenen Künstlerbedarf konzipiert. Das Highlight: Das Skizzenbuch wird mit dem Wunschnamen des Teilnehmers personalisiert, wodurch es zu einem einzigartigen Begleiter für kreative Ideen wird.

Die Teilnahme ist denkbar einfach: Kunden kaufen Oxford-Produkte im Wert von mindestens 8 €, laden den Kassenbon auf der Aktionswebsite unter www.oxford-promotion.de hoch und geben ihren Wunschnamen an. Dieses exklusive Angebot bietet echten Mehrwert und sorgt für Begeisterung bei den Kunden sowie zusätzlichen Umsatz im Handel. Die vergangenen Promotions haben gezeigt, dass Oxford-Käufer einen deutlich höheren Einkaufsbon aufweisen als der Marktdurchschnitt.* Zudem gewinnen Händler neue Kunden hinzu, denn es hat sich gezeigt, dass über 30 % der Teilnehmer erstmals zu Oxford-Produkten greifen. Das steigert nicht nur den Absatz, sondern sorgt auch für eine nachhaltige Kundenbindung und Neukundengewinnung.

„Unsere Zugabeaktionen zeigen nachweislich immer wieder, dass sich gezielte Promotionmaßnahmen doppelt lohnen – für Verbraucher, die ein hochwertiges Extra erhalten, und für den Handel, der von höheren Einkaufswerten und Neukunden profitiert“ fasst Ulrich Kunert Leiter Marketing zusammen.

Oxford-Effekt im Fokus: Reichweitenstarke Media-Kampagne sorgt für Kaufimpulse

Zum Ende der Sommerferien - abgestimmt auf die jeweiligen Ferienzeiten der einzelnen Bundesländer - startet Oxford eine umfangreiche Media-Kampagne, die gezielt Umsatzimpulse in jedes Ladengeschäft bringt. Im Mittelpunkt steht dabei der „Oxford-Effekt“. Dieser steht für ein unvergleichliches Schreiberlebnis, das durch die innovative Optik Paper+® Qualität ermöglicht wird. Die hochwertigen Schulhefte und Collegeblöcke von Oxford überzeugen durch besonders dickes, seidenglattes und extra weißes Papier. Die Tinte scheint nicht durch und nichts verwischt, sodass jede Seite einen optimalen Schreibkomfort bietet -für mehr Leichtigkeit und Spaß beim Lernen und Arbeiten.

Die TV-Kampagne, die bereits im letzten Jahr große Erfolge erzielte, wird 2025 weiter ausgebaut und über verschiedene Kanäle ausgespielt. Mit dem aufmerksamkeitsstarken TV Spot setzt Oxford verstärkt auf Connected TV (CTV) und Addressable TV (ATV), um gezielt relevante Zielgruppen zu erreichen. Ergänzend wird die Kampagne durch weitere Online Werbemittel sowie eine umfassende Präsenz in Online- und Social-Media-Kanälen verstärkt, wodurch die Markenbotschaft noch

emotionaler transportiert. Insgesamt erreicht die Kampagne weit über 30 Millionen hochwertige Kontakte beim Konsumenten und sorgt für eine gesteigerte Markenwahrnehmung sowie Umsatzimpulse im Handel.

„Wir sind stolz, für unseren Neukunden Oxford in enger Agentur-Kollaboration mit der Kochstrasse diese impactstarke Kampagne entwickelt zu haben. Durch die Optimierung auf Mediaeffektivität gepaart mit neuem Kampagnenclaim und emotionalerem Messaging ist die Kampagne bestens auf die Kundenziele ausgerichtet.“, sagt Carsten Riemann-Kafsack, Geschäftsführer von masterplan media über die gemeinsame Zusammenarbeit und Kampagnenentwicklung, die 2024 ihren Anfang nahm.

Durch die intelligente Verknüpfung aus innovativer Mediaplanung und einem starken kreativen Konzept setzt Oxford neue Maßstäbe in der Back-to-School-Kommunikation 2025 und bietet Verbrauchern sowie Handel gleichermaßen attraktive Vorteile. Eine Anerkennung, die auch über die Branche hinaus sichtbar ist: Die Kampagne wurde für den renommierten Deutschen Preis für Onlinekommunikation (DPOK) nominiert und hat es auf die Shortlist geschafft**.

*Auswertung Promotion 2023, 2024 vs. GfK Durchschnittsbögen LEH FMCG, 2023)

** <https://www.dpok.de/shortlist>

Über die Hamelin GmbH

Die Hamelin GmbH ist einer der führenden Markenartikler im Bereich der Papier-, Büro- und Schreibwarenindustrie, eingebunden in die internationale Groupe Hamelin. Mit den Marken der Groupe Hamelin Oxford, Elba und Unilux sowie nun auch den Marken Pelikan und Herlitz deckt die französische Gruppe einen Großteil des qualitativ hochwertigen Schul- und Bürosortiments auch in Deutschland ab. Mit seinen innovativen Produkten auf hohem Qualitätsniveau ist die Groupe Hamelin langjähriger Partner bedeutender Handelsorganisationen, nicht nur in Deutschland, sondern weltweit.

Pressekontakt:

Ulrich Kunert
Robert-Hamelin-Str. 1
D-31028 Gronau (Leine) Germany
Tel.: +49 (0)5182 901130
E-Mail: ulrich.kunert@hamelinbrands.com

Rebecca Oestern
Robert-Hamelin-Str. 1
D-31028 Gronau (Leine) Germany
Tel.: +49 (0)5182 901-137
E-Mail: rebecca.oestern@hamelinbrands.com