

Pressemitteilung

Hannover, 21.05.2026

Oxford setzt starke Impulse zur Back-to-School-Saison 2026

Mit Oxford die Welt entdecken – neue Gewinnspielaktion und reichweitenstarke Mediakampagne zum Schulstart 2026

Mit dem Start in die Back-to-School Saison setzt Oxford starke Impulse im Handel sowie in der Markenkommunikation. Unter dem Motto „*Mit Oxford die Welt entdecken*“ startet Oxford am 01.06.2026 ein groß angelegtes Gewinnspiel mit Gewinnen im Gesamtwert von über 200.000 €, darunter als Hauptpreis ein Volkswagen ID. Buzz im Wert von 85.000 €. Ergänzend dazu sorgt eine in diesem Jahr gezielt weiterentwickelte Mediakampagne für zusätzliche Sichtbarkeit bei den relevanten Zielgruppen, insbesondere über Connected TV auf Plattformen wie Amazon Prime und Netflix.

Großes BTS Gewinnspiel vom 01. Juni bis 15. Oktober 2026

Mit der BTS Promotion „*Mit Oxford die Welt entdecken*“ lädt Oxford dazu ein, den eigenen Alltag zum Abenteuer zu machen und verbindet die Welt rund um Schule, Studium und Beruf mit der Idee, Neues zu entdecken – von kleinen Momenten bis hin zu großen Erlebnissen. Genau dieses Gefühl steht im Mittelpunkt der diesjährigen Aktion. Die Teilnahme am Gewinnspiel ist wie gewohnt einfach: Mindestens ein Oxford-Produkt kaufen, den Kassenbon auf der offiziellen Aktionswebsite unter www.oxford-gewinnspiel.de hochladen und direkt im Anschluss erfahren, welcher Gewinn wartet. Als Hauptpreis winkt ein Volkswagen ID. Buzz im Wert von 85.000 Euro. Darüber hinaus werden 11 BahnCard 100 1. Klasse für 3 Monate im Wert von jeweils 2.500 Euro der Deutschen Bahn, 111 Reisegutscheine im Wert von 250 Euro sowie 1.111 Handlungsgutscheine im Wert von 25 Euro vergeben. Die Gewinne sind alternativ auch als Barauszahlung möglich. Das Besondere: alle Teilnehmenden erhalten einen Überraschungsgutschein, sodass niemand leer ausgeht.



Zur Unterstützung der Promotion im Aktionszeitraum wird das Gewinnspiel durch Displaytopper, Wobbler und Poster am Point of Sale aufmerksamkeitsstark begleitet und durch digitale Maßnahmen ergänzt, insbesondere durch eine groß angelegte Social-Media-Kampagne.

Vergangene Promotions zeigen deutlich: Oxford-Käufer weisen im Rahmen der Aktionen einen spürbar höheren Einkaufsbon auf als der Marktdurchschnitt. Das unterstreicht die positive Wirkung der Aktivierung auf das Einkaufsverhalten im Handel. Zusätzliche Frequenz- und Kundenbindungseffekte entstehen durch die Gewinnchance auf Händlergutscheine, die jeweils für das Geschäft ausgestellt werden, in dem das Oxford-Produkt zur Teilnahme gekauft wurde. So trägt die Aktion nicht nur zur Absatzsteigerung bei, sondern stärkt zugleich die Kundenbindung und die Gewinnung neuer Käufergruppen im Handel.

Reichweitenstarke Mediakampagne zur Back-to-School-Saison

Zusätzlich zur Gewinnspielpromotion setzt Oxford auch 2026 wieder auf eine aufmerksamkeitsstarke Mediakampagne rund um den einzigartigen „Oxford-Effekt“. Dieser steht für ein unvergleichliches Schreiberlebnis, das durch die innovative Optik Paper+® Qualität ermöglicht wird. Die hochwertigen Schulmaterialien von Oxford überzeugen durch besonders dickes, seidenglatte und extra weißes Papier. Die Tinte scheint nicht durch und nichts verwischt, sodass jede Seite einen optimalen Schreibkomfort bietet. So entstehen ideale Voraussetzungen für konzentriertes Arbeiten, kreative Ideen und nachhaltige Lernerfolge und trägt zu mehr Leichtigkeit und Freude beim Lernen und Arbeiten bei.

Die Kampagne startet zum Ende der Sommerferien in den jeweiligen Bundesländern und wird kanalübergreifend ausgespielt. Im Fokus stehen reichweitenstarke Bewegtbildformate über Connected TV (u. a. Netflix, Amazon Prime Video) sowie Addressable TV (u. a. RTL und Sat 1). Im Zentrum steht dabei der 20-sekündige TV-Spot, der plattformübergreifend in den jeweiligen Kanälen ausgespielt wird. Ergänzt wird die Kampagne durch digitale Werbemittel und Social-Media-Maßnahmen.

„Nach dem erfolgreichen Verlauf der Kampagne im vergangenen Jahr entwickeln wir den Auftritt 2026 gezielt weiter. Durch eine emotionalere Ansprache und Optimierungen im TV Spot steigern wir die Wirkung der Kampagne zusätzlich und rücken den Oxford-



Effekt noch stärker in den Mittelpunkt“, erklärt Ulrich Kunert, Marketingleiter Hamelin GmbH. Durch die Mediakampagne erreicht Oxford im relevanten Zeitraum Millionen von Konsumentinnen und Konsumenten und sorgt für zusätzliche Sichtbarkeit sowie Kaufimpulse im Handel.

Durch die enge Verzahnung von Promotion und Mediakampagne entsteht ein wirkungsvolles Zusammenspiel aus Markenaufbau und Abverkaufsunterstützung – mit klarer Relevanz für Handel und Endverbraucher gleichermaßen.

Pressekontakt

Hamelin GmbH

Mailänder Straße 4a

D-30539 Hannover Germany

Hamelin Website: [Hamelin Gruppe - Hersteller von Schulbedarf & Bürobedarf](#)

Oxford Website: [Oxford](#)

Oxford Promotion: [Oxford Gewinnspiel](#)

Oxford Mediakampagne: [Oxford Effekt](#)

Ulrich Kunert

Tel.: +49 (0)5182 901130

E-Mail: ulrich.kunert@hamelinbrands.com

Rebecca Oestern

Tel.: +49 (0)5182 901137

E-Mail: rebecca.oestern@hamelinbrands.com

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 Elba und Oxford deckt das Unternehmen einen Großteil des qualitativ hochwertigen Schul- und Bürosortiments in Deutschland ab. Mit seinen innovativen Produkten auf hohem Qualitätsniveau ist Hamelin langjähriger Partner bedeutender Handelsorganisationen in Deutschland und Europa.

