

Pressemitteilung

Hannover, 19.05.2025

Gut ausgestattet, sicher unterwegs

Mit Pelikan sicher zur Schule: Großes Back-to-School Gewinnspiel für Familien

Pelikan begleitet Familien in der Back-to-School Saison 2026 mit einer bundesweiten Gewinnaktion rund um ein Thema, das viele Eltern bewegt: Sicherheit auf dem Schulweg. Vom 1. Juni bis 15. Oktober 2026 haben Verbraucherinnen und Verbraucher beim Kauf eines Pelikan Produkts die Chance auf attraktive Gewinne – darunter ein E-Lastenrad im Wert von 5.500 Euro als Hauptpreis.

Ein gelungener Schulstart beginnt für viele Familien nicht erst im Klassenzimmer, sondern bereits auf dem Weg dorthin. Gerade zum Beginn eines neuen Schuljahres verändern sich Routinen: Kinder werden selbstständiger, neue Wege entstehen, und der tägliche Schulweg rückt stärker in den Fokus. Die Back-to-School Promotion von Pelikan greift diesen Moment gezielt auf und verbindet die Ausstattung für das neue Schuljahr mit einem alltagsnahen Mehrwert für Familien.

„Pelikan begleitet Kinder seit Generationen mit verlässlichen Schulmaterialien. Mit unserer Back-to-School Promotion erweitern wir diesen Gedanken. Denn gute Vorbereitung auf das neue Schuljahr bedeutet mehr als die passende Ausstattung. Sie beginnt mit dem Gefühl, sicher auf dem Schulweg unterwegs zu sein“, erklärt Birte Ureta, Leitung Trade Marketing bei Hamelin.

Im Zentrum der Promotion steht ein hochwertiges E-Lastenrad im Wert von 5.500 Euro. Ergänzt wird der Hauptpreis durch weitere Gewinne, die den Gedanken eines sicheren Schulwegs konsequent aufgreifen:

- 11 Kinder- und Jugendfahräder im Wert von jeweils 1.500 Euro
- 111 Fahrradhelme für mehr Sicherheit im Straßenverkehr im Wert von jeweils 150 Euro
- 1.111 Händlergutscheine im Wert von jeweils 25 Euro



Die Teilnahme ist bewusst einfach gestaltet: Bereits der Kauf mindestens eines Pelikan Produkts genügt. Der Kassenbon muss anschließend online unter **www.pelikan-gewinnspiel.de** hochgeladen werden. Teilnehmen können alle Personen ab 18 Jahren. Ein Mindesteinkaufswert ist nicht erforderlich. Damit ermöglicht Pelikan eine besonders niedrigschwellige Teilnahme und spricht Familien genau in der Phase an, in der Schulmaterialien für das neue Schuljahr eingekauft werden.

Starker Mehrwert für den Handel

Die Back-to-School Promotion 2026 entfaltet ihre Wirkung nicht nur bei Verbraucherinnen und Verbrauchern, sondern auch direkt im Handel. Die attraktiven Gewinnanreize schaffen zusätzliche Kaufimpulse im wichtigen Schulstartgeschäft und unterstützen Frequenz sowie Abverkauf im Aktionszeitraum. Ein besonderer Hebel sind die 1.111 Händlergutscheine im Wert von jeweils 25 Euro. Diese können direkt in den Geschäften eingelöst werden, in denen das Pelikan Produkt gekauft wurde. Dadurch entstehen zusätzliche Umsatzimpulse sowie eine nachhaltige Kundenbindung im stationären Handel. Zur gezielten Kommunikation der Promotion im Aktionszeitraum wird das Gewinnspiel am Point of Sale durch aufmerksamkeitsstarke Display-Topper, Wobbler und Poster inszeniert und durch eine reichweitenstarke Social-Media-Kampagne begleitet.

Weitere Informationen sowie die vollständigen Teilnahmebedingungen sind unter **www.pelikan-gewinnspiel.de** abrufbar.

Pressekontakt

Hamelin GmbH
Mailänder Straße 4a
D-30539 Hannover Germany

Hamelin GmbH: www.de.hamelinbrands.com

Pelikan: www.pelikan.com/de

Ulrich Kunert

Tel.: +49 (0) 5182 901 130

E-Mail: ulrich.kunert@hamelinbrands.com



Laura Dubian

Tel.: +49 (0) 5115 929 5741

E-Mail: laura.dubian@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 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.

