

Pressemitteilung

Hannover, 25.06.2026

Neue Kampagne setzt auf authentische Familienmomente und digitale Ausspielung über Connected TV

Pelikan präsentiert neue Back-to-School-Kampagne „Weil der Anfang wichtig ist“

Pünktlich zur Back-to-School-Saison investiert Pelikan in einen zeitgemäßen Markenauftritt und präsentiert einen neuen Werbespot. Mit der Kampagne „Weil der Anfang wichtig ist“ rückt die Hamelin Group die Marke Pelikan wieder stärker in den Fokus von Familien mit schulpflichtigen Kindern. Eine authentische Alltagssituation, zielgruppennahe Ansprache und die Ausspielung über Connected TV bilden die zentralen Elemente. Insgesamt werden mit der Kampagne mehr als 16 Millionen Kontakte erzielt.

Der neue 20-sekündige Spot zeigt einen Moment, den viele Eltern kennen: Kurz vor dem Schulstart wird der Schulanfang gepackt – und plötzlich fehlt die Hälfte. Das Federmäppchen muss aufgefüllt werden, Farben und Deckweiß sind ebenfalls leer, und die Materialliste fürs neue Schuljahr ist lang. Zwischen den Vorbereitungen auf das neue Schuljahr und kleinen Alltagschaos-Momenten positioniert sich Pelikan als verlässlicher Partner für einen reibungslosen Schulstart. Mit dem Kampagnen-Slogan „Weil der Anfang wichtig ist. Alles für die Schule von Pelikan.“ unterstreicht Pelikan seinen Anspruch, Familien mit seinem umfassenden Schulsortiment und bewährter Qualität dabei zu unterstützen, den Schulstart ihrer Kinder gut vorzubereiten.

Der kreative Ansatz des Werbespots orientiert sich bewusst an der Bildsprache und Erzählweise von Kurzformaten sozialer Medien. Die Protagonistin spricht direkt in die Kamera und teilt einen authentischen Alltagsmoment, wie ihn viele Eltern selbst erleben. Die Kampagne setzt klar auf Nahbarkeit, Humor und Wiedererkennbarkeit.

Realisiert wurde die Kampagne in enger Zusammenarbeit mit der hannoverschen Agentur Kochstrasse™, die für Konzeption, Kreation und Produktion des Werbespots verantwortlich ist. „Unsere Aufgabe war es, das Vertrauen, die Nostalgie und den Wiedererkennungswert, die Pelikan bereits umgeben, in eine Kommunikation zu

1 von 3



übersetzen, die sich für Familien heute relevant anfühlt – warm, zeitgemäß und nah an der Realität des heutigen Schulstarts“, erklärt Daniela Reeh, Co-CEO und Chief Relations Officer bei Kochstrasse™. Die strategische Mediaplanung und Aussteuerung übernimmt Masterplan Media.

„Der TV-Spot ist Teil eines ganzheitlichen Maßnahmenprogramms für Pelikan, das neben POS- und Social-Media-Aktivierungen auch Direct-Marketing-Maßnahmen umfasst. Unser Ziel ist es, die Dachmarke Pelikan weiter zu stärken und insbesondere zur Back-to-School-Zeit die Top-of-Mind-Position auszubauen“, erklärt Ulrich Kunert, Marketingleiter der Hamelin GmbH.

Die Ausstrahlung startet Ende Juli 2026 über Connected TV, einschließlich Streaming-Plattformen wie Netflix und Amazon Prime Video, sowie über weitere digitale Kanäle. Um eine hohe Relevanz sicherzustellen, erfolgt die Ausspielung regional entlang der unterschiedlichen Sommerferienzeiten der Bundesländer. So werden Familien mit Kindern mit mehr als 16 Millionen Kontakten gezielt zum Schulstart erreicht.

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.

