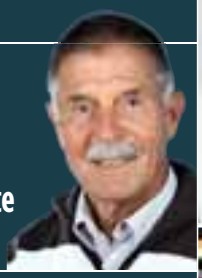
Düsseldorf · G-30212

PSI JOURNAL

POWER FOR PROFESSIONALS
Internationales Magazin
für Werbeartikel
JANUAR 2011
50. Jahrgang



Claus Roeting
Crimex
Schnelligkeit
und Wissen



Peter Eberl
Standardgraph
Zeichengeräte
100 Jahre bewegte
Geschichte

Messeneuheiten
49. PSI 2011

Düsseldorf Day & Night
Ausgehen in Düsseldorf

Produkthaftung
Haftungsrisiken
ernst nehmen

10 Jahre Alta Seta
„Wir können Krawatten“













TRENDS & BRANDS
49. PSI 2011

LED LENSER®
Creating New Worlds of Light!

Neu:
Die legendäre V²
mit innovativem Lightring!

Faszinierende Neuheiten finden Sie auf der PSI Halle 11 • Stand M73



Art.-Nr. 7736-ALE

LED LENSER® V² ALE

Wir haben die V² jetzt neu aufgelegt. Als V² ALE ist sie mit dem Advanced Fokus System ausgestattet. Der Magic Light Ring steht für ein neuartiges, verblüffendes und faszinierendes Lichtspiel und Eco Design ermöglicht 45 Stunden* Licht mit einem preiswerten Batteriesatz. Für Industrie – und Großkunden lasern wir den Magic Light Ring gerne mit Ihrem Logo.

*Durchschnittliche Leuchtdauer der niedrigsten Stufe bis zu einem Lichtstrom von 1 Lumen.

Einer der Weltmarktführer bei LED-Metalltaschenlampen.

ZWEIBRÜDER® OPTOELECTRONICS

Zweibrüder Optoelectronics GmbH • Germany • 42699 Solingen • Kronenstr. 5-7 • Tel. +49 212/5948-0 • Fax +49 212/5948-200 • www.zweibrueder.com • info@zweibrueder.com

EDITORIAL

BLICK IN DIE ZUKUNFT

Vergessen Sie was gestern war. Das PSI präsentiert im neuen Jahr einen völlig neuen Product Finder 2.0 auf der PSI in Düsseldorf. Und warum ist das alles so neu, so anders, so viel besser? Weil das PSI sich im IT-Bereich völlig neu aufgestellt hat. Neue Ideen, neue Visionen, neues Wissen und vor allen Dingen neue Kompetenz durch neue und kluge Köpfe. Euphorische Töne, die man nicht unbedingt von mir gewohnt ist. Und das ist gut so, denn Euphorie ist eine subjektive temporäre und überschwängliche Gemütsverfassung der allgemeinen Hochstimmung – so die Definition in Nachschlagewerken. Also nichts für Journalisten, erst recht nichts für Fachjournalisten.



Manfred Schlösser

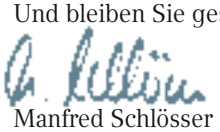
Diesmal erlaube ich mir dieses überschwängliche Lob für den Product Finder 2.0, was zwar subjektiv ist, aber von vielen bestätigt wurde, die im vergangenen Jahr an dem Produkt gearbeitet haben – nicht PSIler, sondern Fachleute von namhaften Lieferanten. Und es ist auch keine temporäre Begeisterung, denn das Produkt hat eine nachhaltige Qualität, die völlig neue Standards setzt und im kommenden Jahr noch andere, hochwertige Tools hervorbringen wird.

Was aber ist so neu daran? Neu ist eben die Basis all dessen, das „Data Aggregation System" (DAS) eine Datenbank, die mit dem Spezialisten Promidata gemeinsam mit Lieferanten-Mitgliedern entwickelt wurde. Diese Datenbank bietet dem PSI Händler den direkten Lese-Zugriff auf das Datenmaterial des Lieferanten – und das in Echtzeit. Das DAS ist so strukturiert, dass es mit einer Vielzahl von Lieferanten mit unterschiedlichsten Daten-Systemen kommunizieren kann. Kleinere Lieferanten können ihre Daten auch händisch einsetzen. DAS erlaubt dem Product Finder, international und extrem aktuell zu sein – auf einer zentralen Datenbank, dem DAS. Besser geht es einfach nicht.

Welch ein Vorteil für Händler - und für fortschrittliche Lieferanten! PSI Händler können Kunden künftig viel schneller, kreativer und professioneller bedienen als ihr Wettbewerber. Da muss nicht x-mal hin und her telefoniert werden. Lagerbestände, Preise und andere Konditionen sind quasi in Echtzeit lesbar. Während ich im Product Finder arbeite, kann ich dem Kunden am Telefon oder online absolut sichere Fakten liefern – während der Wettbewerber immer noch im Katalog stöbert und beim Lieferanten keinen an die Strippe kriegt. Pech gehabt.

Schöne Weihnachten also für Sie, unser Mitglied, und eine noch bessere Zukunft 2011. Stellen Sie auf die Probe, was ich geschrieben habe. Auf der PSI in Halle 11 am PSI Stand.

Und bleiben Sie gesund, fit und fidel



Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal

Der neue Prodir ES1.
Dreifach einzigartig.

Einzigartiges Design.
Einzigartige Qualität.
Einzigartiger Preis.



Personality pens.
Swiss made. prodir®

Prodir GmbH, An der Molkerei 8
56288 Kastellaun, Deutschland
Hotline +49 (67 62) 10 51

Prodir S.A., Zona Industriale 1/2
6802 Riviera, Switzerland
Tel. +41 (91) 935 55 55

www.prodir.com

HEGENBERG
TRENDCENTER
Damen
WM 2011

Über 250 Fan Artikel
kurzfristig verfügbar!

Die Top Werbeideen
ab sofort lieferbar!

Weitere 2000 innovative
Produkte online unter:
www.heg-psi.de
PSI Messe Düsseldorf
Halle 9 Stand M 17
Dorfstraße 27
24649 Fuhlendorf
Tel +49 4192 2013 20
Info@hegeberbcenter.de

MESSENEUHEITEN DER 49. PSI 38

Zahlreiche Aussteller aus aller Herren Länder sind auch in diesem Jahr wieder auf der PSI Messe vertreten. Sie sorgen für ein großes Spektrum an interessanten Neuheiten und originellen Promotionideen. Für kreative Ideensammler haben wir auf über 70 Seiten die Exponate der 49. PSI zusammengetragen. Die Messeneuheiten zeichnen sich durch Vielseitigkeit und Ideenreichtum aus.





TRENDS & BRANDS	Freude am Luxus	4
	Erfolg durch gutes Produktdesign	6
FOKUS	Produkthaftung: Haftungsrisiken ernst nehmen	8
JOURNAL	Nachrichten aus Wirtschaft, Politik und Business	14
49. PSI 2011	Düsseldorf Day & Night	18
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	28
49. PSI 2011	Messeneuheiten Halle 9	38
BUSINESS	Nachlassplanung bei Unternehmen: Die Stiftung als Sparmodell	68
	Urheberrecht im Internet: Auf Nummer sicher gehen	70
49. PSI 2011	Messeneuheiten Halle 10	72
BUSINESS	Betriebspraxis: Strategien gegen Stress und Ärger	96
49. PSI 2011	Messeneuheiten Halle 11	102
UNTERNEHMEN	10 Jahre Alta Seta: „Wir können Krawatten“	126
	100 Jahre Standardgraph Zeichengeräte GmbH: Eine bewegte Geschichte	132
49. PSI 2011	Messeneuheiten Halle 12	136
UNTERNEHMEN	E & H Design Kunststoffverarbeitungs GmbH: Kunststoff maßgeschneidert	158
	Present Time B. V.: Gebündelte Kreativität	162
	DreamPen: Immer auf Innovationskurs	164
	Fahrer: Exklusiv und einzigartig trendig	166
49. PSI 2011	Messeneuheiten Halle 13	168
PORTRAIT	Claus Roeting: Schnelligkeit und Wissen	178
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	182
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	192
MEINUNG	Auf in die Zukunft	200
IMPRESSUM		204

PRODUKTHAFTUNG: HAFTUNGSRISIKEN ERNST NEHMEN 8



Eine Lieferung fehlerhafter oder gar unbrauchbarer Produkte zu bekommen, ist der Albtraum eines jeden Werbeartikelhändlers. Doch nicht nur der Händler bekommt Ärger mit seinem Kunden, auch auf den Lieferanten kommen Probleme zu. Denn beide müssen alles daransetzen, den Schaden wiedergutzumachen. Lesen Sie, was aus juristischer Sicht im Schadensfall zu beachten ist.

WILLKOMMEN IN DÜSSELDORF 18



Vom 12. bis 14. Januar 2011 begrüßt PSI seine Mitglieder zur 49. PSI in Düsseldorf. Beim wichtigsten Werbeartikel-Event des Jahres werden wieder Information und Networking im Mittelpunkt stehen und richtungweisende Trends gesetzt. Wir haben in dieser Ausgabe die wichtigsten Informationen zur PSI Messe für Sie zusammengestellt und durch den Führer „Düsseldorf Day & Night“ ergänzt. Er hält kulinarische und kulturelle Tipps für die Zeit jenseits des Messetrubels parat.

STRATEGIEN GEGEN STRESS UND ÄRGER 96



Das Klima in der Wirtschaft ist rauer geworden. Verschärfter Wettbewerb, steigende Kosten, anspruchsvoller werdende Kunden und Umsatzrückgänge – diese Faktoren, mit denen Unternehmen kämpfen, wirken sich auch nach innen aus. Leidtragende sind dabei oft die Mitarbeiter. Es gibt jedoch wirksame Strategien, um im Arbeitsalltag aus der Opferrolle herauszukommen.

KUNSTSTOFF MASSGESCHNEIDERT 158



E & H Design ist ein kunststoffverarbeitendes Unternehmen, das sich auf die anspruchsvolle Technik der Vakuumverformung spezialisiert hat. Es liefert individuelle Lösungen für diverse Branchen, die Werbe- und Verpackungsindustrie sowie maßgeschneiderte Werbeartikel für viele Einsatzzwecke.





EDLE SEIDENKRAWATTE
Club Crawatte Crefeld
PSI Nr.: 43606
www.club-crawatte.de



SCHICKE LEDER-BUSINESS-TASCHE
EUROSTYLE – Emil Kreher GmbH & Co.
Lederwarenfabrik
PSI Nr.: 41857
www.eurostyle.eu



TAPETENHEFTE MIT FANTASIEVOLLEM DESIGN
freie-produktioner Münster/Osnabrück GmbH & Co. KG
PSI Nr.: 47595
www.freie-produktioner.de



PERLE IM TASSENSCHRANK
MACMA Werbeartikel oHG Import-Export
PSI Nr.: 40909
www.macma.de



WINESCEPTRE FÜR KÖNIGLICHE WEINKÜHLUNG
Ambiente Luxus GmbH
PSI Nr.: 47727
www.ambienteluxus.de

FREUDE AM LUXUS

Luxus ist die Lust am Verschwenderischen und Edlen, die Freude am Überfluss und am Überflüssigen. Ob es nun Paläste und Schlösser sind, ob ausgefallene Mode und wertvoller Schmuck oder Kunst und Dekoratives – Spuren demonstrativen Konsums finden sich zu allen Zeiten und in aller Welt. So etwa in Rom, wo die Reste der Prachtvillen das pompöse Luxusleben der römischen Oberschicht widerspiegeln. Auch die Metropolen Europas mit ihren Boulevards und Residenzen sind beindruckende Sinnbilder für Exklusivität und Reichtum. Dass Luxus im Grunde zeitlos ist und auch heute für viele zum Leben dazu gehört, zeigt eine repräsentative Studie des Starnberger Marktforschungsinstituts Agamus Research. Danach sind rund 78 Prozent der Befragten der Meinung, dass „Luxus ein Stück Lebensfreude“ symbolisiert. Nur jeder Zehnte hält Luxus für schnöde und verzichtbar. So ist es nicht verwunderlich, dass auch die Branche auf luxuriöse Produkte setzt. Denn extravagante Werbeartikel bleiben häufig lange Zeit im Besitz des Empfängers und garantieren damit hohe Aufmerksamkeit für das werbende Unternehmen. Einige Produkte sollen auch bei Ihnen die Lust auf Luxus wecken.







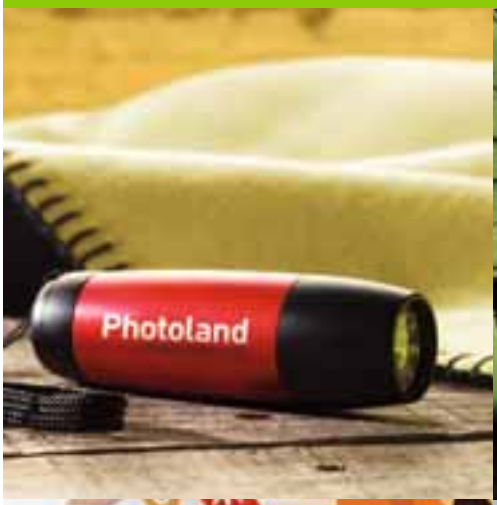
more than Gifts

Promotional gifts are very often a piece of large advertising campaigns; as they are the perfect vehicle to connect brands to people.



New Catalogue
Gifts 2011

With this new catalogue we want to show you that our products are part of something much bigger: The promotional and communication campaigns. We sincerely hope you will find the inspiration that you need.













Mid Ocean Brands can print all promotional items with your company logo. A team of experts, offering printing services across several countries, can advise you on the best way to personalise your gift. Available printing techniques include laser engraving, pad printing, embossing, doming, digital transfer, screen transfer, embroidery and screen printing, as well as other more specialised printing techniques such as digital printing. Find out more about the advantages of outsourcing your printed gifts orders with Mid Ocean Brands.

info@midoceanbrands.com **www.midoceanbrands.com**

midoceanbrands



SERVICE SET „TUILERIE“ AUS KERAMIK
Mid Ocean Brands B. V.
PSI Nr.: 40641
www.midoceanbrands.com



KLASSISCHE PENDELLEUCHTE IM PURISTISCHEM DESIGN
koziol » ideas for friends GmbH
PSI Nr.: 47406
www.koziol-incentives.de

EDELSTAHL-SCHALE „BALANCE“
Auerhahn Bestecke GmbH
PSI Nr.: 45892
www.auerhahn-bestecke.de





DESIGN-DEKO-ELEMENT
koziol » ideas for friends GmbH
PSI Nr.: 47406
www.koziol-incentives.de

ERFOLG DURCH GUTES PRODUKTDESIGN



Lutz Gathmann

Design ist ein Gütesiegel – und das gilt auch für Werbeartikel. Denn durchdachte und sorgfältig gestaltete Produkte sehen nicht nur gut aus, sie genügen auch hohen Ansprüchen an Funktionalität und Sicherheit. Wer damit wirbt, erzielt mehr Aufmerksamkeit und stärkere Wirkung. Und Lieferanten, die sich für Eigendesign entscheiden, schaffen sich ein unverwechselbares Profil und haben auch im Wettbewerb die Nase vorn. Wir sprachen mit Designer Lutz Gathmann über Materialtrends sowie die Kniffe erfolgreichen Produktdesigns.

Welche Materialien sind im Moment angesagt?
Die gesellschaftliche Verantwortung für immer knappere Ressourcen macht auch vor dem Werbemittelmarkt nicht Halt. Angesagt sind darum Materialien, die dieser Verantwortung gerecht werden, entweder durch Langlebigkeit, durch nachwachsende Rohstoffe und/oder durch möglichst gutes Recycling.

Was macht ein gelungenes Produktdesign aus?
Wenn es neben der reinen Form eines Produktes auch die technische Funktion verbessert und es gelingt, dass das Produkt dem Anwender begehrenswert erscheint.

Hat Produktdesign in der Branche an Bedeutung gewonnen?
Eindeutig ja. Wer aus dem Preiskampf herauskommen und vom Wegwerfartikel weg will, der setzt heute ganz klar auf Design. Unentdeckt sind allerdings meist noch die Chancen, die in einer kontinuierlichen Produktentwicklung für ein Unternehmen stecken, die über das reine Design des einzelnen Produktes weit hinausgehen. Hier ist noch viel zu tun. Da ist uns etwa die Automobilindustrie um Jahrzehnte voraus.

Für alle, die es lieben mit kleinen Präsenten große Gefühle auszulösen!





Osterkalender: am **24. April** ist Ostern!

Es sind die kleinen Details die das Besondere einzigartig machen!

Innovative Werbe-Süßigkeiten sind in einem erfolgreichen Werbe-Mix nicht wegzudenken. Begeistern Sie Ihre Kunden mit unseren Neuheiten für Frühling, Ostern und Valentin.

Gleich Muster und Händlerkataloge unter www.cd-lux.de bzw. info@cd-lux.de anfordern.

CD • LUX GMBH

DIE ADVENTSKALENDER EXPERTEN



PRODUKTHAFTUNG

RISIKEN ERNST NEHMEN

Eine Lieferung fehlerhafter oder gar unbrauchbarer Produkte zu bekommen, ist der Albtraum eines jeden Werbeartikelhändlers. Doch nicht nur der Händler bekommt Ärger mit seinem Kunden, auch auf den Lieferanten kommen Probleme zu. Denn beide müssen alles daransetzen, den Schaden wiedergutzumachen und Gefahren zu verhindern. Lesen Sie, was aus juristischer Sicht im Schadensfall zu beachten ist.

Kein Fisch ohne Gräten, kein Mensch ohne Mangel." Dieses alte Sprichwort erhällt immer wieder Bedeutung, wenn sich in einer Produktion Mängel einschleichen – ob diese nun durch fehlerhafte Konstruktion, minderwertige Materialien oder falsche Bedienung verursacht wurden. Ist die Ursache des Mangels entdeckt, so ist die Behebung desselben oftmals das kleinere Problem. Zeitaufwendiger und vor allem kostspieliger ist hingegen das sogenannte Fehler- und Mängelmanagement. Sowohl Händler als auch Hersteller sehen sich schnell einer Flut von Gewährleistungs- und Regressansprüchen ausgesetzt. Im Schadensfall ist daher strikt zwischen Gewährleistungs- und Produkthaftungsfällen zu unterscheiden.

ABRENZUNG DER ANSPRÜCHE

Gewährleistungsansprüche sehen einen Ausgleich für die Fehlerhaftigkeit des Produktes selbst vor und zielen darauf ab, das Interesse an der Gleichwertigkeit von Leistung (Ware) und Gegenleistung (Kaufpreis) zu schützen. Gewährleistungsansprüche sind vertragliche Ansprüche und richten sich daher an den Vertragspartner, den Händler, der sie dann im Rahmen des Lieferregresses wiederum gegenüber seinem Lieferanten oder dem Hersteller geltend machen kann. Produkthaftungsansprüche hingegen betreffen nicht den Schaden oder Mangel an der ge- oder verkauften Ware selbst, sondern Ansprüche in Bezug auf Schäden, die durch die fehlerhafte Ware an anderen Rechtsgütern des Käufers eingetreten sind. Insbesondere betrifft dies Schäden an anderen Gegenständen des Käufers, aber auch Schäden an Leib und



Werden Produktmängel festgestellt, darf nichts dem Zufall überlassen werden.

Leben. Bevor nachfolgend näher auf einzelne Fragen der Produkthaftung eingegangen wird, soll zur Abgrenzung der Ansprüche kurz Inhalt und Umfang der Gewährleistung skizziert werden.

GEWÄHRLEISTUNG

Beim Verkauf von Gütern an Geschäftskunden beträgt die Gewährleistungsfrist im Geschäftskundenverkehr auf Grundlage der Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) des Verkäufers in der Regel ein Jahr. Um festzustellen, ob die Ware bereits bei Wareneingang, also bei „Gefahrübergang" fehlerhaft war, muss die Ware unverzüglich geprüft werden, um Mängel geltend zu machen. Werden Mängel festgestellt, so stehen dem Käufer die folgenden gesetzlichen Rechte zu:

- Anspruch auf Nacherfüllung
- Rücktritt
- Minderung
- Anspruch auf Schadensersatz

Die Nacherfüllung ist dabei das vorrangige Recht. Dem Hersteller oder Lieferanten ist daher immer zunächst die Möglichkeit einzuräumen, die Ware nachzubessern, entweder durch die Neulieferung (Austausch, oder technisch: Nachlieferung) oder durch die Beseitigung des Mangels (zum Beispiel Reparatur, technisch: Nachbesserung). Das Wahlrecht, welche Art der Nacherfüllung zu erbringen ist, steht grundsätzlich dem Käufer zu. In Verträgen zwischen Unternehmern ist jedoch – zumindest aus Sicht des Herstellers/Lieferanten – anzuraten, hiervon durch vertragliche Vereinbarung oder in den AGB abzuweichen und das Wahlrecht dem Hersteller oder Lieferanten zuzusprechen. Nur hierdurch kann dieser unter Berücksichtigung des Aufwandes und der Kosten selbst entscheiden, wie die Nacherfüllung erbracht wird. Erst wenn die Nacherfüllung scheitert oder verweigert wird, stehen dem Käufer die weiteren Rechte des Rücktritts, der Minderung und des Schadensersatzes zu, wobei ein Schadensersatzanspruch auch neben der Minderung und dem Rücktritt bestehen kann.

PRODUKTHAFTUNG

Für Schäden, die dem Verbraucher aus der Benutzung eines Produkts an anderen Rechtsgütern entstehen, haftet der Hersteller. Dies regelt das Produkthaftungsgesetz. Entsprechende Ansprüche können bis zu zehn Jahre nach Inverkehrbringen des Produkts geltend gemacht werden. Die Verjährungsfrist beträgt drei Jahre. Sie beginnt, wenn der Kunde von dem Schaden, dem Fehler und dem Ersatzpflichtigen Kenntnis erlangt oder hätte erlangen müssen. Wesentlicher Unterschied zu den vertraglichen Gewährleistungsansprüchen ist, dass Ansprüche aus dem Produkthaftungsgesetz unabhängig davon bestehen, ob der Kunde mit dem Hersteller einen Vertrag geschlossen hat oder nicht. Sie sind auch unabhängig von den Gewährleistungsansprüchen, die der Kunde gegenüber dem Verkäufer hat. Und: Die Haftung kann nicht eingeschränkt werden. Der Hersteller haftet auch dann, wenn ihm weder Vorsatz noch Fahrlässigkeit zur Last gelegt werden kann, somit verschuldensunabhängig.

HERSTELLERHAFTUNG

In der Regel haftet nach dem Produkthaftungsgesetz immer der Hersteller des Endprodukts, allerdings hat der Gesetzgeber den Haftungsrahmen noch erweitert. Unter gewissen Umständen haften für die entstandenen Schäden auch





Dem Hersteller oder Lieferanten ist immer zunächst die Möglichkeit einzuräumen, die Ware nachzubessern.

- der Zulieferer eines Teilprodukts, sofern dieses tatsächlich fehlerhaft war,
- der Importeur eines Produkts, wenn es außerhalb der EU hergestellt wurde,
- der Händler, wenn er auf dem Produkt seinen Namen, sein Warenzeichen oder ein anderes unterscheidungskräftiges Kennzeichen anbringt,
- der Lieferant, wenn der Hersteller des Produkts nicht festgestellt werden kann.

Vor diesem Hintergrund ist es äußerst wichtig, insbesondere im internationalen Warenverkehr durch explizite Vertragsregelungen die Möglichkeit eines Regressrückgriffs zum Beispiel auf Zulieferer und nicht in der EU ansässige Hersteller sicherzustellen.

ABGRENZUNG DER GEWÄHRLEISTUNG

In Abgrenzung zu den oben bereits besprochenen Gewährleistungsansprüchen ist aber Folgendes zu beachten: Ein Hersteller von Produkten, von welchen aufgrund eines Fehlers Gefahren für Leib, Leben, Körper und Gesundheit der Nutzer ausgeht, ist nach Deliktsrecht oder nach § 1 ProdHaftG grundsätzlich nicht verpflichtet, über eine konkrete Warnung hinaus im Rahmen eines Produktrückrufs eine für den Produktnutzer kostenfreie Reparatur oder Nachbesserung des Produktes anzubieten. Der Bundesgerichtshof hat dies im Jahr 2008 entschieden und damit mit einer weitverbreiteten Fehlvorstellung aufgeräumt, dass bei einem Produktfehler mit Sicherheitsrelevanz stets auch ein Produktrückruf, verbunden mit einer kostenfreien Reparatur oder Nachbesserung, erfolgen muss. Entsprechende Ansprüche sind außerhalb der Gewährleistungs-/Garantiefristen unbegründet. Inwieweit man es sich jedoch als Hersteller unter Image- und Kundenbindungsgesichtspunkten erlauben kann, sich hierauf zu berufen, soll an dieser Stelle offen bleiben. Für den jeweiligen Hersteller bedeutet dies allerdings auch, dass ein Rückgriff seinerseits hinsichtlich der „freiwillig“ geleisteten Reparatur- und Nachbesserungskosten auf den jeweiligen Lieferanten außerhalb vertraglicher Gewährleistungs- oder Garantieansprüche ebenfalls nicht erfolgen kann. Insofern sollten freiwillige Reparatur- und Nachbesserungsaktionen, wie beispielsweise der Geräteaustausch, immer in Rücksprache mit dem verantwortlichen Lieferanten oder Teil-Hersteller erfolgen.

FEHLERBEGRIFF

Der Fehlerbegriff im Sinne des Produkthaftungsgesetzes ist sehr weit gefasst und umfasst sowohl Konstruktionsfehler als auch Fabrikationsfehler, die im Zuge der Produktion auftreten, als auch Instruktionsfehler, wie zum Beispiel fehlende oder unzureichende Gebrauchsanweisungen und Warnhinweise. In der jüngsten Vergangenheit traten im Bereich der Werbemittelindustrie Produktfehler im Sinne der Produkthaftung vor allem durch Nickelzusätze, Phthalate und Cadmium in Druckfarben auf, wie die jüngste Rückrufaktion einer amerikanischen Fast-Food-Kette zeigt.

REAKTION AUF PRODUKTHAFTUNGSFÄLLE

So konkret das Produkthaftungsgesetz teilweise ausgestaltet ist, so unpräzise ist es in der Frage der vom Hersteller geforderten Reaktion auf Produkthaftungsfälle. Das Gesetz enthält nicht einmal eine Pflicht zur Produktbeobachtung. Eine solche hat die Rechtsprechung jedoch aus dem allgemeinen Deliktsrecht hergeleitet, sodass eine allgemeine Pflicht zur aktiven und passiven Produktbeobachtung angenommen werden kann. Dies bedeutet, dass ein Hersteller auch nach dem Inverkehrbringen von Produkten verpflichtet ist, diese zu beobachten und ihm zur Kenntnis gebrachte



Gewährleistungsansprüche sind vertragliche Ansprüche und richten sich daher an den Vertragspartner, den Händler, der sie dann im Rahmen des Lieferregresses wiederum gegenüber seinem Lieferanten oder dem Hersteller geltend machen kann.

Schadensfälle zu überprüfen und aktiv entsprechende Nachforschungen oder Prüfungen anzustellen.

SCHÄDEN VOM NUTZER ABWENDEN

Als erforderliche Reaktion auf Produktmängel wird landläufig immer wieder der „Rückruf" genannt, es gibt jedoch keine genaue Definition, welche konkrete Maßnahme sich dahinter verbirgt. Lediglich das Geräte- und Produktsicherheitsgesetz definiert den Rückruf als „jede Maßnahme, die auf Erwirkung der Rückgabe eines bereits in den Verkehr gebrachten Produkts durch den Verwender abzielt". Wie bereits oben beschrieben, sieht die Rechtsprechung aber nicht in jedem Fall einen Rückruf verbunden mit einer Nachbesserung als zwingend geboten an. Insofern ist im konkreten Fall eines Produktmangels genauestens abzuwägen, welche Maßnahmen erforderlich sind, um mögliche Schäden beim Nutzer abzuwenden, in Einzelfällen kann auch bereits ein produktspezifischer Warnhinweis ausreichen.

GEFAHREN- UND RISIKOANALYSE EINLEITEN

Welche Maßnahme konkret geeignet ist, mögliche Schäden vom Nutzer des Produktes abzuwenden, hängt naturgemäß vom konkreten Mangel ab. Wird ein Produktfehler bekannt, so ist umgehend eine Gefahren- und Risikoanalyse vorzunehmen. Im Idealfall haben Sie als Hersteller für diese Fälle bereits eine Taskforce aus den verschiedenen Unternehmensabteilungen aufgestellt, die im Schadensfall unverzüglich zusammentritt und die erforderlichen Maßnahmen koordiniert. Zunächst muss die Ursache des Mangels analysiert werden um festzustellen, welche Produktreihen, Modelle oder Chargen betroffen sind (Einkauf und Produktion). Dann ist zweigleisig zu verfahren: Einerseits ist im Rahmen der Risikoeinschätzung zu klären, welche Maßnahmen einzuleiten sind, um weitere Gefahren, die von dem Produkt ausgehen, zu vermeiden (Vertrieb, Produktion, Rechtsabteilung), zugleich sind aber auch mögliche Regressansprüche gegenüber Zulieferern und Teilproduzenten zu prüfen und einzuleiten (Einkauf, Rechtsabteilung). Die Risikoeinschätzung orientiert sich dabei an zwei Parametern: zum einen dem Grad der möglichen Verletzung einer Person, die das Produkt verwendet oder sonstwie damit in Berührung kommt und zum anderen dem Grad der Wahrscheinlichkeit einer Verletzung. Je höher der Grad einer Verletzung, bzw. dessen Wahrscheinlichkeit ist, je durchgreifender muss die entsprechende Maßnahme sein.

ADÄQUATE MASSNAHMEN ERGREIFEN

Sind schwerwiegende Verletzungen zu befürchten oder ist die Wahrscheinlichkeit einer nicht unerheblichen Verletzung relativ hoch, so wird ein veröffentlichter Warnhinweis nicht ausreichend sein. In diesen Fällen muss das ganze Spektrum der Reaktionsmöglichkeiten in Betracht gezogen werden. Als einfachere Maßnahmen, die eine geringere „Außenwirkung" haben, kommen eine veränderte Produktgestaltung oder der Rückzug der Produkte aus der Zwischenhandelskette in Betracht. Weitergehende Maßnahmen sind die Versendung oder Veröffentlichung von Produkt-, Gebrauchs- oder Warnhinweisen an Zwischenhändler und Verbraucher bis hin zu einer Nachrüstung der Produkte vor Ort beim Kunden oder andernorts. Als Ultima Ratio, wenn alle anderen Maßnahmen nicht ausreichen, bleibt nur der Rückruf von Produkten gegen Ersatz oder Rückerstattung.

RÜCKRUF ALS LETZTE KONSEQUENZ

Dieser Schritt wird in der Praxis aufgrund der großen Außenwirkung und des damit auch verbundenen Imageschadens oft gescheut und daher, wenn unvermeidlich, als „Servicekampagne" oder „Kundenzufriedenheitsmaßnahme" tituliert. Es ist aber festzustellen, dass Produktrückrufe in der jüngeren Vergangenheit immer öfter erfolgen, allein im Jahre 2009 gab es in der EU fast 2000 Produktwarnungen und -rückrufe, Tendenz steigend. Die plausiblen Gründe hierfür liegen auf der Hand, denn einerseits ist der Imageschaden noch größer, wenn bekannt wird, dass der Hersteller Kenntnis vom Mangel hatte, aber keine geeigneten Maßnahmen eingeleitet hat, und andererseits ist auch die damit verbundene Haftung zu beachten.

HAFTUNG IN MILLIONENHÖHE

Ist aufgrund des Produktfehlers ein Schaden entstanden, so haftet der Hersteller bei Personenschäden nach § 10 ProdHaftG bis zu einem Betrag von 85 Millionen Euro. Für Sachschäden wird eine Selbstbeteiligung des Geschädigten in Höhe von 500 Euro



gesetzlich festgeschrieben. Noch weitergehend ist die von der Rechtsprechung entwickelte Produzentenhaftung, da sie beispielsweise auch für Schäden an der Sache selbst eintritt und weder eine Haftungsgrenze noch eine Selbstbeteiligung vorsieht. Allerdings bedarf es für Ansprüche aus der Produzentenhaftung eines Verschuldens des Herstellers, das jedoch laut Rechtsprechung im Wege der Beweislastumkehr vermutet wird.

QUALITÄTSSICHERUNG VERMEIDET RISIKEN

Vor dem Hintergrund der dargestellten Haftungsrisiken und des potenziellen Imageschadens sollte jeder Produzent sein Qualitätsmanagement eingehend auf Schwachstellen überprüfen. In Bezug auf die sehr weitgehende Produzentenhaftung kann der Nachweis entsprechender Qualitätssicherungsmaßnahmen auch den Verschuldensvorwurf entkräften.

Zur Vermeidung von Haftungsansprüchen sollte in allen Unternehmensbereichen ein Qualitätssicherungssystem bestehen, beginnend in der Entwicklungsabteilung mit einer Schwachstellenanalyse über den Einkauf mit Wareneingangskontrollen bis hin zum Vertrieb mit Warenausgangskontrollen und Maßnahmen zur Produktbeobachtung. Darüber hinaus sind mit allen Zulieferern Qualitätssicherungsvereinbarungen zu treffen, in denen der Zulieferer zur Durchführung konkreter Fertigungs- und Prüfverfahren verpflichtet wird. In diese Vereinbarungen sind auch explizite Regelungen zur Produkthaftung aufzunehmen. Der Produzent sollte hier darauf achten, dass die Folgekosten der Produkthaftung weitestmöglich vom Zulieferer getragen werden, soweit diesem ein Verschulden am Mangel nachgewiesen werden kann. Dies kann durch entsprechende Haftungsfreistellungen erfolgen, durch die sich der Zulieferer verpflichtet, den Endhersteller von möglichen Ansprüchen Dritter freizustellen.

Letztlich ist auch der Abschluss einer Produkthaftpflichtversicherung dringend zu empfehlen. Hierbei sollte man darauf achten, dass diese die Risiken abdeckt, die von der normalen Betriebshaftpflichtversicherung nicht umfasst sind, wie beispielsweise die durch den Austausch eines fehlerhaften Produkts beim Kunden entstehenden Kosten sowie Rückrufaktionen.

FEHLERQUELLEN FRÜHZEITIG ERKENNEN

Die Umsetzung der genannten Maßnahmen kann das Risiko des Auftretens von Produktmängeln erheblich reduzieren, da insbesondere durch ein engmaschiges Qualitätssicherungsmanagement mögliche Fehlerquellen frühzeitig erkannt und beseitigt werden können. Sollte es dennoch zu einem Produktfehler kommen, so helfen die Maßnahmen, möglichst kurzfristig die Fehlerquelle aufzuspüren und entsprechende Gegenmaßnahmen einzuleiten. Durch den Abschluss der Qualitätssicherungsvereinbarungen besteht darüber hinaus die Möglichkeit, die Kosten auf einen möglichen externen Verursacher zu verlagern. <

Kai Koschorreck ist Rechtsanwalt in Köln und Partner der Sozietät Wülfing Zeuner Rechel.



Er berät seine Mandanten in allen relevanten Rechtsfragen des gewerblichen Rechtsschutzes (Marken- und Designschutz, Urheber- und Wettbewerbsrecht) sowie des Gesellschaftsrechts.

WZR Wülfing Zeuner Rechel Rechtsanwälte
RA Kai Koschorreck
www. wzr-legal.com
kai.koschorreck@wzr-legal.com

Neu!

myclock

Ihre Werbung rund um die Uhr!







Wie funktioniert's? Überraschend einfach!

my clock™ ein neues Werbekonzept von **BRISA**

Personalisieren Sie selbst oder fragen Sie nach den Möglichkeiten des Brandings:

promotional@brisa.com · +49-(0)8122-972739





Wann ist die Zeit reif für Ihre Werbung?

Wir freuen uns auf Sie in:

Atlanta, Americas Mart 2WW-1/0623
Paris, Maison & Objet 6/G121
Milan, MACEF 5/U15
Frankfurt, PaperWorld 6.2/C24
Frankfurt, Ambiente 11.1/C02
Hong Kong, Gifts & Premium hall 1









www.**myclock**.to

Ein neues Werbekonzept von **BRISA!**

KOSTENLOSER E-COMMERCE-LEITFADEN

TIPPS FÜR DEN ERFOLGREICHEN ONLINE-HANDEL

Das Forschungsinstitut ibi research an der Universität Regensburg hat gemeinsam mit fünf namhaften Lösungsanbietern einen „E-Commerce-Leitfaden“ veröffentlicht. Der kostenlose Ratgeber liefert anhand von Experteninterviews und Checklisten Informationen zu Themen wie Shop-Software, rechtliche Pflichten, E-Payment, Risikomanagement, Inkasso, Forderungsmanagement, Adressprüfung, Bonitätsprüfung, Web-Controlling, Logistik und Verkauf ins Ausland. Die Veröffentlichung, die sowohl für Fachleute als auch für Neueinsteiger gedacht ist, steht unter http://www.ecommerce leitfaden.de/downloads.html zum kostenlosen Download bereit. <

ONLINE-HANDEL

VERTRIEBSKANAL INTERNET GEWINNT AN BEDEUTUNG

Immer mehr Firmen nutzen das Internet als zusätzlichen Vertriebsweg. Wie das Statistische Bundesamt mitteilt, hat sich die Anzahl der Unternehmen, die ihre Produkte oder Dienstleistungen über das



Internet vertreiben, im Vergleich zu 2009 verdoppelt. Die Bedeutung des Online-Handels spiegelt sich laut Statistischem Bundesamt auch in den Umsatzzahlen. So sollen Unternehmen, die 2009 das Internet als Verkaufsplattform nutzten, auf diesem Weg 33 Prozent ihres Gesamtumsatzes gemacht haben. Für alle Branchenteilnehmer heißt es deshalb ab sofort: ab ins Internet. <

INSOURCING UND KONZENTRATION AUF WENIGE ZULIEFERER

KUNDEN-LIEFERANTEN-BEZIEHUNG IM WANDEL

Infolge der Finanzkrise richten Unternehmen ihre Zusammenarbeit mit Zulieferern neu aus. Das hat eine internationale Umfrage des Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen KPMG unter rund 200 Industrieunternehmen ergeben. Danach hat jedes dritte Unternehmen in den vergangenen zwei Jahren ausgelagerte Teile der Zulieferkette wieder in die eigenen Hallen zurückgeholt. Weitere 40 Prozent erwägen einen solchen Schritt aus Kosten- und Risikoaspekten. „Die Finanz- und Wirtschaftskrise hat offenbar vielen Unternehmen schmerzlich bewusst gemacht, welche Auswirkungen es auf das eigene Geschäft haben kann, wenn ein Zulieferunternehmen in Schwierigkeiten gerät“, so KPMG-Partner Dr. Gerhard Dauner. Neben der erneuten Integration der ausgegliederten Bereiche würden Unternehmen auch dazu übergehen, sich auf weniger Zulieferer zu konzentrieren und dafür die Zusammenarbeit mit diesen zu intensivieren. So seien sie in der Lage, sowohl Kostenvorteile zu nutzen als auch Risiken zu begrenzen. <

ERFOLGSFAKTOR KUNDENVERTRAUEN

MEHR VERTRAUEN, MEHR UMSATZ

Ein stabiles Kundenvertrauen ist nicht nur beste Werbung für ein Unternehmen, sondern auch ein wesentlicher Umsatzverstärker. Das geht aus einer Erhebung der Business-Beratung Congenii GmbH unter mehr als 300 Kundenverantwortlichen in deutschen Mittelstands- und Großbetrieben hervor. Ihr zufolge weisen 71 Prozent der befragten Vertriebs- und Marketingmanager dem stabilen Kundenvertrauen eine elementare Bedeutung für den Geschäftserfolg zu. Laut Studie schätzt über die Hälfte der Manager, dass mit Customer Experience Management (CEM) ein Umsatzplus von bis zu 10 Prozent erreicht werden kann. Trotz dieses recht klaren Meinungsbildes setzen Unternehmen bisher eher selten auf ein systematisches Customer Experience Management zur Stärkung des Kundenvertrauens: So verfügt lediglich jedes fünfte Unternehmen derzeit über CEM-Tools, bei 29 Prozent der Befragten werden die Instrumente immerhin teilweise eingesetzt. „In der Kundenbindung verbirgt sich zwar grundsätzlich ein ganz erhebliches Erfolgspotenzial. Allerdings zeigt die Praxis, dass es alles andere als eine triviale Anforderung ist, die Erwartungen der Kunden zu verstehen und ihnen die gewünschte Wertschätzung erlebbar zu machen“, so Congenii-Geschäftsführer Dr. Jörg Reinnarth. Doch genau dafür müsste das Customer Experience Management die erforderlichen Antworten finden und in den Unternehmensprozessen etabliert werden. <



PUBLIC RELATIONS

AUF WERTE BESINNEN

Ohne Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Transparenz ist eine nachhaltige PR und Öffentlichkeitsarbeit nicht möglich. Diesen zentralen Grundsatz betonten PR-Experten jüngst auf dem DPRGforum in München. Im Fokus der Veranstaltung standen die Werte in der Kommunikation. Referent Andreas Breitsprecher, Leiter der Konzernkommunikation von Vattenfall Europe, betonte, dass ein Unternehmen zwingend Vertrau-



en und Glaubwürdigkeit nach innen und außen brauche, um erfolgreich tätig sein zu können. Einer Emnid-Umfrage zufolge seien Glaubwürdigkeit und Vertrauen heute mit großem Vorsprung vor „Kompetenz“ und „Sympathie“ die wichtigsten Imagetreiber für ein Unternehmen. „Werte bestimmen Handeln und Kommunikation und geben Halt“, so Breitsprecher. „Eine werteorientierte Unternehmenskultur, die klare, gelebte, transparente und verbindliche Rahmenbedingungen und Orientierungspunkte schafft, ist Grundvoraussetzung für Motivation und Leistungswillen der Führungskräfte sowie der Belegschaft.“ Werte wie Vertrauen, Offenheit, Transparenz, Verantwortung, Mut, Authentizität, Respekt, Integrität, Loyalität, Nachhaltigkeit und Leistung bestimmten die Akzeptanz und das Image eines Unternehmens und seien wesentliche Faktoren des Erfolges. Für alle Branchenteilnehmer heißt es also: auf Werte in der Öffentlichkeitsarbeit besinnen. <

RÜCKRUFAKTION

COCA-COLA RUFT TRINKGLÄSER ZURÜCK

Coca-Cola hat in den USA 22 000 Trinkgläser zurückgerufen, weil diese krebserregende Stoffe enthalten. Das berichtete „Die Welt“ jüngst in ihrer Printausgabe. In der Farbe der Gläser wurde das Schwermetall Cadmium festgestellt, teilte der Konzern mit. Der Anteil sei allerdings zu niedrig, um eine Gefahr für die Gesundheit darzustellen. Dennoch habe sich Coca-Cola aus Qualitätsgründen zu der Rückrufaktion entschlossen. Laut der „Welt“ waren die Gläser seit März in den USA sowohl im Internetshop als auch in den Läden des Getränkekonzerns sowie im Einzelhandel erhältlich. In Deutschland seien die Trinkgläser-Sets dagegen nicht verkauft worden. <

BEZIEHUNGSMANAGEMENT

KOMPETENTES MITARBEITER-FEEDBACK IST ERWÜNSCHT

Nur selten kommunizieren Chef und Mitarbeiter auf einer Augenhöhe. Dabei ist vielen Arbeitgebern das Feedback des Personals im Berufsalltag wichtig. Das zeigt eine aktuelle Online-Umfrage des Job-Portals karriere.at, an der 402 Arbeitnehmer und 125 Arbeitgeber teilnahmen. Danach legt knapp der Hälfte der Manager Wert auf die Meinung ihrer Mitarbeiter. 20 Prozent der Chefs fragen sogar jedes Mal nach, wenn eine Entscheidung ansteht. „Verfügt eine Führungskraft über einen großen Pool an qualifizierten Mitarbeitern, so kann sie – sofern sie sich dieses Schatzes bewusst ist – daraus großes Potenzial schlagen“, sagt karriere.at-Co-Geschäftsführer Oliver Sonnleithner. „Gerade wenn Entscheidungen die Abläufe im eigenen Unternehmen betreffen, sollten Wahrnehmungen und Einwände der Mitarbeiter auf alle Fälle miteinbezogen werden.“ Dem Branchenkenner nach haben Angestellte häufig ganz genaue Vorstellungen, wie „Best Practice“-Lösungen in ihren Arbeitsbereichen herbeizu-



führen sind. Das Befragen von Mitarbeitern kann also, sofern aus diesen auch für Mitarbeiter nachvollziehbare Effekte resultieren, einen positiven Effekt auf die Mitarbeitermotivation und den Unternehmenserfolg haben. <

PLASTORIA

— THE POWER OF BRANDS —

PLASTORIA is your reference supplier when it comes to luxury gifts. We have over 50 years experience in designing and manufacturing accessories for internationally renowned fashion brands. Thanks to our high inventory levels, streamlined logistics and competitive prices, we provide you with an exceptional service to cover all your business gift needs.



DISCOVER THE NEW 2011 COLLECTION AT OUR PSI STAND 10D32/10E41

PLASTORIA BELGIUM

PLASTORIA SA
61 Rue du Sel
1070 Bruxelles
Belgium
+32 2 521 97 82
reception@plastoria.be

PLASTORIA GERMANY

TWISTEL
Artur-Ladebeck-Strasse 192
33647 Bielefeld
Germany
+49 52 19 42 86 30
info@twistel.de

PLASTORIA FRANCE

PLASTORIA SA
61 Rue du Sel
1070 Bruxelles
Belgium
+33 6 88 46 42 98
srecchi@plastoria.be

PLASTORIA SPAIN

PLASTORIA SL
Calle Paris 184, 6° 2°
08036 Barcelona
Spain
+34 671 518 383
info@plastoria.es

PLASTORIA NETHERLANDS

PLASTORIA SA
61 Rue du Sel
1070 Bruxelles
Belgium
+31 6 43 81 41 90
sales@plastoria.nl

PLASTORIA MIDDLE EAST

VERTEX TRADING
Almulla Plaza, 1st floor (Dubai-Sharjah Rd)
PO Box 5258 Dubai
United Arab Emirates
+971 4 298 83 00
vertex1@emirates.net.ae

PLASTORIA ROMANIA

PLASTORIA COM SRL
18B Mozart Street – Sect. 2
020256 Bucharest
Romania
+40 31 431 74 06
sales@plastoria.ro

PLASTORIA HONG KONG

QUARTIC INTERNATIONAL LTD
Unit 12 17F Cheung Fung Ind Bldg 23-29
Pak Tin Par Street Tsuen Wan
Hong Kong
+852 2499 8170
info@quartic.hk

PLASTORIA ITALY/SLOVENIA

PLASTORIA IT SRL
Via E. Rodriguez 3
47923 Rimini
Italy
+39 5 41 39 55 85
info@plastoria.it

PLASTORIA MOROCCO

GLOBAL GIFT COMPANY
44 Rue Manfalouti, Quartier Gauthier
Casablanca
Morocco
+212 661 26 60 35
servic_servic@hotmail.com

PLASTORIA SE ASIA

PLASTORIA SEA
65 Sim Ave Yi Xiu Factory Bldg #02-02
387418 Singapore
Singapore

steven@plastoria.sg

PLASTORIA INDIA

VIVA GLOBAL
104 Bussa Udyog Bhavan TJ Rd Sewree
400015 Mumbai
India
+91 22 67 44 46 00
info@viva-global.com

WWW.PLASTORIA.BE


cacharel





DÜSSELDORF DAY & NIGHT

Düsseldorf steht bei Weitem nicht nur für Messe und Business. Für alle, die nach Messeschluss in das Leben der Stadt eintauchen möchten, haben wir auf den folgenden Seiten Tipps zur Gastronomie sowie den vielen Sehenswürdigkeiten aufgeführt.

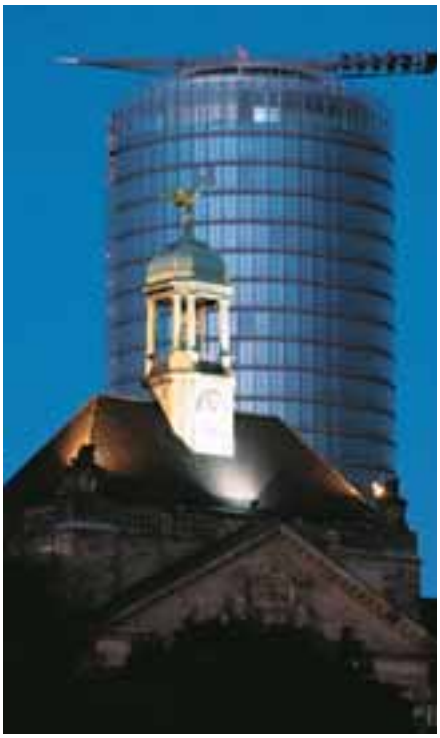
- **Italienische Trattoria:** **Seite 19-20**
  A Tavola, Poccino, San Leo, Gallo Nero
- **Pizza & Pasta à la Italiana:** **Seite 20**
  Menta, Michele, Perla Porto, Hot La Cucina
- **Griechisch:** **Seite 21**
  Kytaro, Askitis, Casa Gustosa
- **Japanisch:** **Seite 21-22**
  SushiSho, Yabase, Hyuga
- **Südostasiatisch:** **Seite 22**
  Noppakao, Phoenix, Shilla
- **Business Class:** **Seite 22**
  Monkey's West, The Classic Western Steakhouse
- **Düsseldorf traditionell:** **Seite 24**
  Em Brass, Meckenstock's, Dorfschänke, gu:s, Mangold
- **Veranstaltungstipps:** **Seite 26**

DÜSSELDORF DAY & NIGHT

Neues Jahr, neue Geschäfte: Mit den neuesten Werbetrends und -ideen läutet die Branche auf der PSI Messe in Düsseldorf das frisch angebrochene neue Jahr ein. Nach der geschäftigen Visite der PSI folgt dann aber für das Messe-Fachpublikum meist die Suche nach dem richtigen Start in den Abend. Der Messestandort Düsseldorf hat natürlich auch außerhalb des Business vieles zu bieten, was die Zeit angenehm macht und für Entspannung sorgt. Im Folgenden haben wir für Sie einige Tipps zusammengestellt, wo man gut essen kann. Und wer Lust und Laune hat, sich ins kulturelle Leben zu begeben, findet überdies im Anschluss noch einige Hinweise auf Kulturelles und Unterhaltendes.

KULINARISCHES DÜSSELDORF

Sicher, die Geschmäcker sind verschieden, doch es bleibt dabei: Die mondäne Rhein-Metropole trifft auch kulinarisch den Geschmack von jedermann. Es muss ja nicht immer der übersichtlich dekorierte Gourmet-Teller sein. Selbst in anspruchsvollen Restaurants ist Rheinisch-Bürgerliches wie „Himmel un Äd“ mit gebratener Blutwurst, Kartoffelpürree und Apfelmus auf die Speisekarte zurückgekehrt. Wer also in der Messe- und Businessstadt Düsseldorf nach guter alter oder neuer deutscher Küche ruft oder aber Lust auf exotische Leckereien verspürt, wird in unserer nachfolgenden Auswahl an Restaurants aus Italien, Griechenland, Südostasien oder Japan sicher das Passende finden. Zumeist lohnt ein Anruf, denn Reservieren ist gerade zu Messezeiten anzuraten. Und dann heißt es: abschalten, entspannen und genießen.





ITALIENISCH

A Tavola: Altstadt, Wallstr. 11,
Tel: +49 211 132923; Hauptgerichte 9 – 18 Euro
Drinnen geht es eher schlicht zu, doch die handgeschriebene Speisekarte bietet eine gute Auswahl an Vorspeisen, Pasta-, Fleisch- und Fischgerichten – und da nicht nur Klassiker, sondern auch Kreatives. Die Speisen kommen schmackhaft, frisch und überwiegend leicht daher. Reichlich bemessene Portionen in einem Restaurant, das im guten Mittelfeld der italienischen Szene angesiedelt ist. Exzellent die Desserts: zum Beispiel eine Mascarponecreme mit Erdbeeren und weiteren Früchten – ein Gedicht.

Poccino: Stadtmitte, Shadow Arkaden,
Tel: +49 211 3239766; Hauptgerichte 9 – 24 Euro
Vorab bereits ein Tipp: Das Risotto al nero ist eine sättigende Portion mit von Tintenfischsud gefärbtem Reis, Tintenfisch und Garnele – richtig lecker. Allseits bekannt, gut besucht und für manche ein Mittags- oder Shopping-Pausen-Italiener erster Güte, der zuweilen einen verkniffenen Gesichtsausdruck ob des hohen Preisniveaus heraufbeschwört. Die Küche indes rechtfertigt die Honorare allemal: ordentliche Portionen von Lammkoteletts oder Bruschetta alla Romana, Vitello Tonato, Carpaccio Classico und Gnocchi alla Sorrentina – allesamt moderater kalkuliert.

San Leo: Altstadt, Wallstr. 31,
Tel: +49 211 324254; Hauptgerichte 14 – 22 Euro
Hier kann man einfach nichts falsch machen. Mitten in der Altstadt liegt dieser In-Italiener: Küche und Service harmonieren sehr gut, und drinnen fühlt man sich wie in Italien. In der offenen Küche kann man den Küchenchefs bei der Arbeit zusehen. Zu den perfekten Hauptspeisen zählt zum Beispiel die Kalbsleber vom Grill mit Salbei oder ein auf den Punkt gegrilltes Kalbskotelett mit frischen Kräutern. Die Beilagen sind italo-üblich, und wer zum Dessert eine Panna Cotta wählt, ist vorzüglich bedient.





Gallo Nero: Bilk, Binterimstr. 27,
Tel: +49 211 3179303; Hauptgerichte 10 – 21 Euro
Mitten im Bilker Wohnviertel versteckt sich das Lokal im Schatten der Platanenbäume am Düsselufer. Erkennungsmerkmal: schwarzer Hahn auf gelbem Schild. Die kleine Trattoria besticht durch eine schlichte Inneneinrichtung, eine exorbitante Auswahl feinster italienischer Weine und seine Klassiker – nicht etwa Lasagne al Forno und Pizza Funghi sondern hausgemachte, mit Ente gefüllte Tortelloni, gebratenen Kabeljau auf Ratatouille oder Safranrisotto mit Scampi. Qui tutto va bene – perfetto! Und der Service? Herzlich und ebenfalls maestoso!

PIZZA & PASTA

Menta: Unterbilk/Medienhafen, Lorettostr. 25,
Tel: +49 211 9304483; Hauptgerichte 4 – 14 Euro
Tischreservierungen sind unbedingt erforderlich. Pasta-Gerichte locken mit Orecchiette mit Kräutern und Provolone oder Spaghetti mit Limonenöl und Flusskrebsen. Die Sacchettini etwa, kleine mit Gorgonzola gefüllte Pastasäckchen in Salbeibutter, munden vorzüglich. Die Speisequalität ist ausgezeichnet, und bereits der Geruch frisch gemachter Pizza lockt zum Schlemmen. Sympathisch und schlicht nett – hier regiert die subtile Raffinesse.

Michele: Pempelfort, Duisburger Str. 6,
Tel: +49 211 494349; Hauptgerichte 9 – 17 Euro
Mit Talent und Herz wird hier nicht nur köstliche Pasta zubereitet, sondern auch Klassiker der italienischen Popkultur regelmäßig zu Gehör gebracht – von il Patrone höchstpersönlich. Die Speisekarte besteht aus zwei Seiten, ist also angenehm übersichtlich und bietet einen gelungenen Rundumschlag durch die italienische Trattorien-Küche. Und zum Abschluss eine Panna Cotta – passt immer!

Perla Porto: Medienhafen, Speditionsstr. 15,
Tel: +49 211 38546271; Hauptgerichte 6 – 25 Euro
Das ebenso italienische wie loungige Restaurant Perla Porto liegt im noch immer angesagten Medienhafen. In geschmackvollem, vorwiegend rot und schwarz gestyltem Ambiente steht wahlweise die Standard- oder auch die Tagesspeisekarte mit saisonalen und tagesaktuellen Angeboten zur Verfügung. Gegrillter Lachs oder Parmaschinken gefällig? Oder doch lieber die Pizza mit Rinderfiletspitzen und gebratenen Steinpilzen? Gereicht alles zur vollsten Zufriedenheit.



Hot La Cucina: Oberkassel, Dominikanerstr. 14,
Tel: +49 211 556418; Hauptgerichte 7 – 10 Euro
Im neu renovierten Laden in Oberkassel geht es lebhaft zu. Das Ambiente ist frisch und modern, der Service ist vielbeschäftigt, dennoch jederzeit freundlich und aufmerksam. Ob Penne mit Filetspitzen, Paprika und Speck mit Balsamico-Tomatensauce und dem freundlichen Hinweis „scharf“ oder Carpaccio mit Rucola und Parmesan – sie sind ihr Geld allemal wert. Wer Hunger hat, wird satt und wird zudem zügig bedient. Die Pasta hat es übrigens in sich: jede Menge Knoblauch! Und wer Pizza ordert, bekommt reichlich belegte knusprig dünne Teigscheiben vom Feinsten.





GRIECHISCH

Kytaro: Flingern, Grafenberger Allee 19,
Tel: +49 211 686048; Hauptgerichte 8 – 19 Euro
Hier geht es lebhaft zu. Und neben den mit großformatigen Bildern bestückten, glatt verputzten Wänden und einzelnen, grüne Akzente setzenden Palmen sitzt zumeist gediegenes Publikum. Neben einer umfassenden Speisekarte mit Klassikern griechischer Küche offeriert eine täglich wechselnde Abendkarte mediterrane Leckerbissen. Seien es die vorab gewünschten Jakobsmuscheln auf Rosmarinholz gegrillt mit Babysalat, Kaninchenleber in Balsamico auf Salatbouquet oder die Auswahl aus acht verschiedenen Fisch- und Fleischgerichten – das Essen kommt schnell und stimmt zufrieden.

Askitis: Düsseltal, Herderstr. 73,
Tel: +49 211 6020713; Hauptgerichte 10 – 22 Euro
Die Auswahl an Speisen ist hier ebenso groß wie innovativ. Küchenkreationen wie hausgebeizter Gelbflossenthunfisch mit Wildkräutersalat, Souvlaki von der Lotte auf Basilikum-Risotto und Tomatenöl sowie ein Lammkarree, Lammfilet und hausgemachte Lammbratwurst auf Artischocken sind raffinierte Leckerbissen. Die kunstvoll arrangierten Hauptgerichte sind auch optisch eine Wucht. Bei den Weinen setzt die Betreiber-Familie Askitis noch voll auf heimische Tropfen. Schließlich lagert eine reiche Auswahl griechischer Weine im gut sortierten Keller.

Casa Gustosa: Pempelfort, Nordstr. 28,
Tel: +49 211 9542397; Hauptgerichte 6 – 21 Euro
Unübersehbar: Das kleine Restaurant ist beliebt, und das zu Recht. Schon das Ambiente zeigt sich einladend. Sonnig getupfte Wände, Terracottaboden, hübsche alte Tische à la Brocante. Im wandfüllenden Weinregal stehen gute Flaschen aus Frankreich, Italien und Spanien dekorativ Spalier. Eine Dorade „Royal“ vom Grill gefällig? Oder überbackener Ziegenkäse mit Honig und Trüffelöl, Gambas à la Plancha, Spaghetti Frutti di Mare? Fazit: gute Küche, zivile Preise, nette Atmosphäre.



JAPANISCH

SushiSho: Lohhausen, Maritimplatz 1,
Tel: +49 211 52091042; Hauptgerichte: 9 – 39 Euro
Das Restaurant des Maritim-Hotels am Flughafen ist bei Genießern bekannt und gilt als freundlichster „Japanerder“ Stadt. Das Sushi ist schlichtweg außergewöhnlich gut und die Nigiri sind großzügig bemessen. Alles ist lecker und frisch.

Yabase: Innenstadt, Klosterstr. 70,
Tel: +49 211 362677; Hauptgerichte: 10 – 35 Euro
Aus der handgeschriebenen Speisekarte springen Vorspeisen wie die frittierten Nester aus Gemüsestreifen und Krabben, die Kakiage, sowie Kakidashi Tofu, in Teig ausgebackener Tofu in Brühe, auf den Teller. Durchweg sympathische und individuelle Inneneinrichtung – wer hier einkehrt, genießt zum Einstieg gutes Sushi und Sake. Ebenso ereignisreich die Hauptspeisen: Wer etwa Sukiyaki auswählt, dünne Rindfleischstreifen in einem Sud mit Pilzen, Kohl, Glasnudeln und Tofu, zubereitet am Tisch, darf sich zur Wahl beglückwünschen.





yuga: Innenstadt, Klosterstr. 78,
Tel: +49 211 364923; Hauptgerichte: 8 – 30 Euro
Wer Hausgemachtes genießen will, sollte unbedingt reservieren. Neben der Speisekarte werden zwei heiße Tücher und ein kleines Tofu-Rechteck mit Schnittlauch als Willkommensgruß gereicht. Ob Vorspeisenklassiker wie Spinat mit Sesam, Gemüse-Tempura oder Curryreis oder die gebratenen Nudeln mit Schweinefleisch zu kaltem Oolang-Tee und Asahi-Bier: Alles ist Kochisosa-madeshita – sehr lecker.

SÜDOSTASIATISCH

Noppakao: Stadtmitte, Bismarckstr. 33 – 35,
Tel: +49 211 8693700; Hauptgerichte 9 – 19 Euro
Im weitläufigen Noppakao isst das Auge mit: Elegant mit thaitypisch niedrig angelegter Sitzlandschaft präsentiert sich das Lokal als Oase für einen entspannten Asia-Abend. Die Karte ist umfangreich und verspricht gekonnt Zubereitetes aus der einsehbaren Küche. Scharf ist hier auch wirklich scharf. Und auch der Service kann sich sehen lassen.

Phoenix: Friedrichstadt, Herzogstr. 5,
Tel: +49 211 3857533; Hauptgerichte 8 – 17 Euro
Unkompliziert, locker, gut: Bambus und Rattan regieren die Optik, Muscheln in Tamarindsauce, gedünstetes Gemüse und Currys den geneigten Gaumen. Auch Vegetarier kommen hier auf ihre Kosten. Und auf den Geschmack. Reisteig-Rollen und weitere gerollte Teigspezialitäten gibt es hier in Hülle und Fülle. Und satt wird man allemal.

Shilla: Altstadt, Berger Str. 12,
Tel: +49 211 84130; Hauptgerichte 12 – 26 Euro
Gestatten: Shilla, der Koreaküchenkönig für Profis und Einsteiger. Manchmal lässt sich doch ein Vorurteil gern widerlegen. Ausgerechnet mitten in einer der trubeligsten Futtermeilen der Altstadt, wo man nicht unbedingt die seriösesten Tellerdarbietungen erwartet, trifft man auf einen der besten Koreaner der Stadt. Mit wirklich frischer Küche. Überdies schafft die übersichtlich gegliederte Karte auch noch den Spagat, für Neulinge wie für Kenner gleichermaßen attraktiv zu sein. Klasse.

BUSINESS CLASS

Monkey's West: Innenstadt, Graf-Adolf-Platz 15,
Tel: +49 211 64963726; Hauptgerichte: 16 – 34 Euro
Wo kann man unterschreiben, um ein Dauerbleiberecht hier im Schlaraffenland zu beantragen? Die sternenverdächtige Küche und das gediegene Ambiente verschaffen Urlaub für die Sinne. Ob zarte Rindfleischscheiben mit delikatem Sößchen, al dente gegartes Bouillongemüse mit Lauch, Möhren und Kartoffeln oder auch gebratene Scholle, hauchzart und butterweich, dazu verschiedene Waldpilze und Gnocchi aus der Pfanne nebst Apfelnocke – der Ausflug lohnt und verdient sich seinen Platz im Langzeitgedächtnis des Genießers.

The Classic Western Steakhouse: Pempelfort,
Tußmannstr. 12, Tel: +49 211 20031507;
Hauptgerichte: 22 – 49 Euro
Das Ambiente sucht selbst in einer sonst von guten und geschmackvoll eingerichteten Restaurant so verwöhnten Stadt wie Düsseldorf seinesgleichen. Das Haus entpuppt sich überdies als wahre Erlebnisgastronomie – auf einem Wagen wird jedem Gast präsentiert, was er nach der Auswahl gerne nach Wunsch gebraten auf seinem Teller sehen möchte. Auf glühend heißen Tellern werden wahre Fleischkolosse geliefert, die es an nichts fehlen lassen. Volle Punktzahl!

Augenblick mal!



Es lohnt sich,
ein Auge auf uns zu werfen.

Tolle Neuheiten, leckere Maultaschen und obendrauf ein Kompliment für gutes Aussehen: Überzeugen Sie sich mit Ihren eigenen Augen!

PSI Düsseldorf
12.1. - 14.1.2011
Halle 12 Stand D29/D37



Uhlandstraße 36 • 71665 Vaihingen/Enz • Germany • Tel.: +49 7042/907-383 • www.jung-europe.de

JUNG BONBONFABRIK



DÜSSELDORF TRADITIONELL

Selbst all jene, die bereits in der Landeshauptstadt zu Gast waren, können nicht jede Ecke der Rheinmetropole kennen. Kultur und Tradition der Stadt stehen im reizvollen Wechselspiel zu Modernität, Medienpräsenz und Unternehmertum. Auch die beliebten, traditionellen Küchenspezialitäten können sich sehen lassen. Schließlich bietet Düsseldorf eine Fülle beliebter, uriger Restaurants und einladender Brauhaus-Kneipen.

Düsseldorf traditionell, das heißt im kulinarischen Sinne: gute alte, regional geprägte Küche. Ist die Betriebsamkeit der Messe abgestreift, lockt unsere kleine Auswahl mit traditionellen, unter Düsseldorfern beliebten Restaurants und urigen Brauhaus-Kneipen zur Einkehr. Und wer anschließend noch Lust und Laune hat, sich ins kulturelle Leben zu stürzen, findet im Anschluss noch einige Hinweise auf aktuelle Veranstaltungen.

Em Brass: Pempelfort, Moltkestr. 122, Tel: +49 211 36183617; Hauptgerichte 10 – 28 Euro
Auf der Zunge schmelzendes Saiblingstatar, mit kleinen Zwiebelchen und doch sehr mild, oder butterzart gebratener Oktopus, der zusammen mit dicken Bohnen, Tomaten und Oliven an den Tisch kommt, lässt einem das Wasser im Munde zusammenlaufen. Die im besten Wortsinne internationale Speisekarte lässt keine Wünsche offen, alles extrem frisch, ideenreich inszeniert und zu fairen Preisen serviert.

Meckenstock's: Unterbilk, Elisabethstr. 82/ Ecke Bilker Allee, Tel: +49 211 3113371; Hauptgerichte 4 – 20 Euro
Rundum richtig hausgemacht, bürgerlich, urig. Was der Ur-Düsseldorfer Kabarettist Manes Meckenstock hier in der riesigen Bilker Eckgaststätte geschaffen hat, ist einfach klasse. Nette Kellner mit Köbes-Touch und viel Witz umsorgen die Gäste bestens und servieren kulinarisch Klassisches auf täglich wechselnder Speisekarte. Und das gute Altbier gibt es natürlich auch. Rundum lohnenswert.

Dorfschänke: Niederkassel, Alt-Niederkassel 49, Tel: +49 211 570732; Hauptgerichte 9–19 Euro
Das Schnitzel Wiener Art natürlich, Heringsstipp, Leberkäse mit Spiegelei oder kaltes Roastbeef, alles begleitet von Bratkartoffeln – was will man mehr? In der Dorfschänke im gemütlichen Alt-Niederkassel macht alles, was auf die Teller kommt, zu fairen Preisen und freundlich serviert, einen überaus leckeren Eindruck. Im für bürgerliche Verhältnisse angenehm schlicht und zeitgemäß eingerichteten Inneren sitzt es sich überdies sehr gut.

Mangold: Derendorf, Glockenstr. 74, Tel: +49 211 6006633; Hauptgerichte 5 – 12 Euro
Die Stimmung ist quirlig und urban, die Begrüßung durch die auffallend freundlichen Servicekräfte locker und herzlich. Und die Speisen? Erstklassig: lecker, lecker, die hausgemachten Pasta-Gerichte, argentinischen Rindersteaks vom Lavagrill und – dafür ist das Mangold bekannt – Elsässer Flammkuchen. Die Pasta ist wunderbar bissfest, der Flammkuchen knusprig, der Belag frisch und alles eins a abgeschmeckt. Wer Nachtisch liebt, sollte unbedingt das herrlich cremige, locker-flockige Dessert aus Kokosmilch ordern. Toller Abschluss.

gu:s: Pempelfort, Moltkestr. 120, Tel: +49 211 20964085; Hauptgerichte 8 – 19 Euro
Im gu:s, lautsprachliche Diktion für die englische Übersetzung für Gans, regiert freundlicher Service, der lokale Spezialitäten in modernem Ambiente an die Tische bringt. Ob Tapasteller, Birnencarpaccio mit gratiniertem Honig-Ziegenkäse oder auch bereits die Vorspeise, Ajvar-Dip mit Paprika, Ziegenkäse, Chili, Knoblauch und Mayonnaise – alles schmeckt köstlich, alles frisch. Auch angenehm: Der Sanitär-Bereich erreicht mindestens Sterne-Niveau.

myrtle beach HEADGEAR

JAMES & NICHOLSON

FASHION TUNES

T-SHIRT



Compilation 2011

TWO IN ONE

217 INNOVATIONEN



NEW

CATALOGUE.
ORDER NOW!

JACKETS & VESTS



PSI Power for Professionals

Besuchen Sie uns in Düsseldorf!

12. bis 14. Januar 2011
Halle 12, Stand D14/G25

WINTER



KIDS



agentur-kiesewetter.de

Brands of daiber made on earth

Hotline: +49 (0) 7432/7016-800 www.daiber.de





VERANSTALTUNGSTIPPS

Düsseldorf hat auch kulturell eine Menge zu bieten: Theater, Musical, eine Reihe renommierter Museen, Konzerte, Diskotheken und vieles mehr. Hier einige Veranstaltungstipps:

MUSICAL: GREASE

Capitol Theater, Mittwoch, 18.30 Uhr und Donnerstag, 20 Uhr

Das knallbunte Rock'n'Roll-Musical Grease ist zwölf Jahre nach seinem überwältigenden Erfolg in einer spektakulären Neuinszenierung zurück im Düsseldorfer Capitol Theater. Als Grease am 20. Januar 1996 hier seine große Premiere feierte, hatte niemand zu träumen gewagt, dass das Musical allein in Düsseldorf mehr als eine Million Zuschauer begeistern würde. Grease erinnert an das Lebensgefühl der „Roaring Fifties", alles dreht sich um das Leben cooler Jungs und süßer Petticoat-Mädchen, um heiße Schlitten und Rock'n'Roll. Fetzige Tanznummern und rasante Choreographien und natürlich Hits wie „You're the One That I Want", „Sandy" oder „Hopelessly Devoted to You" werden das Publikum begeistern. Wer möchte hier nicht sofort mitsingen?

Ort: Erkrather Straße 30, Düsseldorf.
Tel: +49 211 7344-0. www.capitol-theater.de.

KABARETT: SEBASTIAN KRÄMERS AKADEMIE DER SEHNSUCHT

Kom(m)ödchen, Donnerstag und Freitag, jeweils um 20 Uhr

Der bekannte Kabarettist Sebastian Krämer gastiert mit seinem neuesten Programm „Akademie der Sehnsucht" im Kom(m)ödchen. Der doppelte Deutsche Poetry-Slammeister, Gewinner mehrerer bundesweiter Chansonpreise, auch des Deutschen Kleinkunstpreises für Chanson 2009, und Gründer des legendären „Clubs Genie und Wahnsinn" in Berlin ist nicht nur lyrisch virtuos. Sebastian Krämer spielt fantastisch Klavier, singt unglaublich facettenreich und erzählt fesselnde Geistergeschichten. Der 36-Jährige hat viele Namen: Sprachartist und Gigant am Klavier, Meister des Understatements und des Hintersinns oder einfach pointiert bissiger Liedermacher.

Ort: Kay-und-Lore-Lorentz-Platz, Düsseldorf.
Tel: +49 211 329443. www.kommoedchen.de

KONZERT: DÜSSELDORFER SYMPHONIKER & ANNE AKIKO MEYERS, VIOLINE

Tonhalle, Freitag, 20 Uhr

Unter der Leitung von John Neal Axelrod bringen die Düsseldorfer Symphoniker mit Meistergeigerin Anne Akiko Meyers Werke von Gershwin, Barber, Korngold und Rachmaninow zur Aufführung. Anne Akiko Meyers gilt als eine der vielseitigsten Konzertviolinistinnen der Welt. Die gefeierte Solistin und Kammermusikerin wird häufig als wegweisende Violinistin beschrieben, die „permanent eigene Wege geht". Der American Record Guide schreibt über sie: „Unerreichte Instrumentbeherrschung und intensive Vorstellungskraft, es scheint keine Grenzen zu geben bei den Farben, die sie ihrem Instrument entlocken kann." Die Violin-Virtuosin tritt diese Saison in ganz Nordamerika, in Europa, Korea und Japan auf.

Ort: Tonhalle, Ehrenhof 1, Düsseldorf,
Tel: +49 211 89-96123.
www.tonhalle-duesseldorf.de



Trophies Gifts Awards

PSI 2011: Halle 9, Stand C14 (NEU)

AETZKUNST TROPHIES GERMANY
Postfach 1
D-78656 Zimmern
Tel.:+49-741-9366-0
Fax.:+49-741-9366-33
info@aetzkunst.de
www.trophies-germany.com

PRO-K WETTBEWERB

„PRODUKT DES JAHRES 2011" GEWÄHLT

Die Gewinner des Branchenwettbewerbs „Produkt des Jahres 2011" des pro-K Industrieverbandes Halbzeuge und Konsumprodukte aus Kunststoff e. V. stehen fest. In neun Kategorien überzeugten 18 Konsumprodukte aus Kunststoff die Expertenjury durch eine einzigartige Kombination von gewitzter Innovation, stilsicherem Design und hochwertiger Funktionalität. Unter den Gewinnern befanden sich erneut PSI Mitglieder: So wurden etwa in der Kategorie „Indoor" die Emsa GmbH für ihre Rührschüssel „Mix & Bake" sowie die koziol »ideas for friends GmbH für ihre Käsereibe „Kasimir" ausgezeichnet. Die prämierten Produkte setzten sich gegen eine Vielzahl von Einsendungen durch, die allesamt von der Jury – die sich aus 13 Juroren aus den Bereichen Wissenschaft, Qualitätsprüfung, Verbraucherschutz, Design und Fachpresse zusammensetzt – auf Herz und Nieren geprüft wurden. Die Auszeichnung ist mit einem umfangreichen Marketingpaket verbunden. Ein Bestandteil dieses Pakets ist die Präsentation der Gewinnerprodukte auf der weltgrößten Konsumgütermesse, der Ambiente in Frankfurt am Main. Vom 11. bis 15. Februar 2011 werden die Preisträger in der Sonderschau „Produkt des Jahres 2011" (Halle 5.1 Stand B 91) auf 100 Quadratmetern zu sehen sein. *www.pro-kunststoff.de* <



„Mix & Bake"



„Kasimir"

PREIS FÜR DISKRIMINIERUNGSFREIE UNTERNEHMENSKULTUR

STAEDTLER „VORBILDLICH"

Die Staedtler Mars GmbH & Co. KG ist mit dem ersten „Nürnberger Preis für diskriminierungsfreie Unternehmenskultur" ausgezeichnet worden. Mit diesem Preis ehrt die Stadt Nürnberg künftig alle zwei Jahre ortsansässige Unternehmen, die sich gegen Rassismus und Diskriminierung einsetzen. „Damit", so Oberbürgermeister Dr. Ulrich Maly, „zeichnen wir ein Unternehmen aus, dessen Unternehmensphilosophie streng an den Gesichtspunkten Schutz von Beschäftigten, Verbrauchern und Umwelt ausgerichtet ist." Neben umfassenden Programmen zu Arbeits- und Gesundheitsschutz, zur Mitarbeiterfortbildung und der Förderung von Vielfalt im Betrieb hob der Oberbürgermeister die Sozialcharta des Unternehmens hervor, mit der sich Staedtler in allen Niederlassungen und Produktionsstätten weltweit zu gerechten und sozialverträglichen Arbeitsbedingungen verpflichtet. *www.staedtler.de* <

KARLOWSKY FASHION GMBH

NEUE ACCOUNT MANAGERIN

Die Karlowsky Fashion GmbH erhält mit Jahresbeginn personelle Verstärkung. Ab dem 1. Januar 2011 ist Jean Füßmann als neue Account Managerin im Außendienst des Geschäftskundenbereichs der Karlowsky Fashion GmbH tätig. Nach vier Jahren erfolgreicher Tätigkeit für das Unternehmen New Yorker wird Füßmann für den strategischen Ausbau des Werbeartikelbereichs zuständig sein. Dazu gehören die Betreuung der bestehenden Kunden und die Neukundenakquise in den Postleitzahlenbereichen 1, 2, 3, 4 und 5.



Jean Füßmann

www.karlowsky.de <

ACM EUROPE GMBH

NEUER VERTRIEBSPARTNER IN BELGIEN

Das Vertriebsnetz der acm europe GmbH, Stegen, ist um einen weiteren Partner reicher. Toon Hellmans, Geschäftsführer von GPS – Creapins BVBA, führt das acm-Kreditkartenetui in den Werbemittelmarkt sowie in den Einzelhandel Belgiens ein. Die acm europe GmbH setzt bei der Expansion auf leistungsstarke nationale Partner, die in dem jeweiligen Land beziehungsweise Marktsegment das acm-Kreditkartenetui bei der Markteinführung oder Weiterentwicklung begleiten. Mit GPS umfasst das exklusive Partnernetzwerk nunmehr elf Unternehmen in zwölf Ländern.



www.my-acm.eu <

MID OCEAN BRANDS

CFO ROGIER VAN DEN ESKER VERLÄSST MID OCEAN BRANDS

Mid Ocean Brands, namhafter europäischer Werbeartikellieferant, hat bekannt gegeben, dass Rogier van den Esker, Chief Financial Officer, aus dem Unternehmen ausscheiden wird. Van den Esker trat im Jahr 1999 als Assistant Controller in das Unternehmen ein. Nachdem er in verschiedenen Positionen innerhalb von Mid Ocean Brands in Europa und Hongkong tätig war, wurde er im Jahr 2004 zum Chief Financial Officer von Mid Ocean Brands ernannt. Während seiner einflussreichen Tätigkeit verwaltete Rogier van den Esker den Sektor Refinanzierung in einer Zeit, als Mid Ocean Brands ein eigenständiges Unternehmen wurde. Im Rahmen des Ende 2008 initiierten Umstrukturierungsprogramms war er für die erfolgreiche Koordination verantwortlich. Van den Esker über sein Ausscheiden: „Nach dem erfolgreichen Abschluss der Umstrukturierung und der Festigung der Kapitalbasis ist Mid Ocean Brands nun in einer starken Position, um das aktuelle Wachstum fortzusetzen. Deshalb ist dies nach zwölf Jahren für mich nun der richtige Zeitpunkt, um die nächste Herausforderung außerhalb von Mid Ocean Brands wahrzunehmen.“ Rogier van den Esker wird dem Unternehmen allerdings noch bis Februar 2011 für die Unterstützung bei der Einführung eines neuen CFO zur Verfügung stehen.



Rogier van den Esker

www.midoceanbrands.com <

BELGIAN ASSOCIATION OF PROMOTIONAL PRODUCTS

THIBAUT FONTAINE NEUER BAPP-PRÄSIDENT

Nachdem Anthony Driscoll nach elf Jahren konstruktiver Arbeit – in welchen ein kontinuierlicher Anstieg der Mitgliederzahl erzielt werden konnte – am letzten Networking-Tag im Juni sein Ausscheiden als Präsident der Belgian Association of Promotional Products (BAPP) bekannt gegeben hatte, bestimmte der Vorstand nun Thibaut Fontaine (Kick & Rush) zum neuen Präsidenten des Verbandes. Fontaine steht BAPP für einen Zeitraum von zwei Jahren (2011/2012) vor. Michel van Bavel (Van Bavel Business Gifts) wird zunächst stellvertretender Vorsitzender sein, um dann 2013/2014 das Amt des Präsidenten zu übernehmen. Thibaut Fontaine nannte für seine Amtszeit als neuer Präsident des Verbandes zwei feste Ziele: Stärkung der öffentlichen Wahrnehmung der Werbeartikelbranche und weitere Intensivierung in der Kommunikation innerhalb der Mitgliedsfirmen; Unterstützung der BAPP-Mitglieder bei der Verbesserung ihrer fachlichen Qualifikation im Hinblick auf die Bewältigung zukünftiger Herausforderungen in einer sich verändernden Geschäftswelt mit komplexeren Gesetzen und Anforderungen. „Infolge der zurückliegenden Krise und der geschäftlichen Entwicklungen unserer Kunden müssen wir uns einem anspruchsvollen Markt anpassen. BAPP wird Ihnen in Zukunft mehr denn je zur Seite stehen“, so der neue BAPP-Präsident. Aktuell zählt BAPP 148 Mitglieder. *www.bapp.be* <



Vorgänger Anthony Driscoll (rechts) beglückwünscht Thibaut Fontaine zu seinem neuen BAPP-Präsidentenamt.

TENGLER MATCH

FIRMENGEBÄUDE ERWEITERT

Den Streichholzspezialisten Tengler Match, einer Abteilung der Tengler Druck GmbH, ist es nach längerer Planungsphase gelungen, eine Grenzbebauung zum angrenzenden Park zu realisieren. Damit konnte die jetzige Produktions- und Bürofläche von 800 auf 1200 Quadratmeter vergrößert werden. Neue Produkte sind geplant, neue Produktionsmaschinen sind bereits installiert, darunter auch eine neue Digitaldruckmaschine „Indigo“ mit doppelter Druckgeschwindigkeit und noch feinerer Auflösung. „Dadurch kann auch im Jahr 2011 der Preis für alle Aufträge im Digitaldruckbereich ab 500 Stück aufrechterhalten werden, vielleicht sogar gesenkt werden“, so Geschäftsführer Franz Tengler. *www.tengler.eu* <



Das erweiterte Tengler-Firmengebäude.

TERMINIC GMBH

BREMENS BÜRGERMEISTER ZU BESUCH

Einen „hohen Besuch“ konnte die terminic GmbH in ihren Räumlichkeiten begrüßen: den Senatspräsident und Bremer Bürgermeister Jens Böhrnsen. Der Bürgermeister der Hansestadt wollte sich persönlich einen Eindruck von der Leistungsfähigkeit des Bremer Unternehmens verschaffen, das 1937 den allerersten Mehrmonatskalender entwickelte und heute zu den führenden Kalenderherstellern Europas gehört.



Bürgermeister Jens Böhrnsen (l.) freut sich über das Präsent von Wolfgang Rolla du Rosey.

Bei einem Rundgang durch das Unternehmen gab Geschäftsführer Wolfgang Rolla du Rosey einen Einblick in den Produktionsablauf – vom kaufmännischen Bereich über die grafische Druckvorbereitung und Druckkontrolle bis hin zur Druckerei, Verpackung und Lagerung. Dabei zeigte sich Jens Böhrnsen beeindruckt von den unter arbeitsergonomischen Gesichtspunkten entwickelten Produktions- und Bürogebäuden sowie den hochmodernen Produktionsstraßen. Als Stadtoberhaupt zeigte sich Böhrnsen natürlich auch darüber erfreut, dass terminic mit dem Umzug in die neuen Verwaltungs- und Produktionsgebäude, 2008 wieder die Hansestadt als Unternehmensstandort gewählt hat. Ebenso erfreut war der Bürgermeister über den hohen Anteil älterer Arbeitnehmer bei terminic – langjährige Mitarbeiter, auf deren Erfahrung das Unternehmen keinesfalls verzichten möchte. *www.terminic.eu – www.competence-in-calendars.com* <

VÖW FEIERT IM WIENER MUSEUMSQUARTIER

SPASS BEIM EISSTOCKSCHIESSEN

Auf glattes Eis begaben sich die Mitglieder des Verbandes der österreichischen Werbemittelhändler (VÖW) beim zweiten VÖW-Eisstockschießen am 30. November in Wien. Bei winterlichen Temperaturen lud man Partner und Medienvertreter zum sportlichen Wettkampf in das verschneite MuseumsQuartier. Punsch und vorweihnachtliche kulinarische Genüsse fanden regen Zuspruch, was die „sportlichen Leistungen“ aber nicht beeinträchtigen sollte. Beim anschließenden Get-together an der Aloha-Bar neben der Eisbahn wurde noch lange gefachsimpelt und bereits über eine Neuauflage der Veranstaltung im Advent 2011 nachgedacht. Der Verband österreichischer Werbemittelhändler wurde 1991 gegründet und ist die Interessenvertretung von Werbeartikelimporteuren und -herstellern in Österreich. *www.werbemittelhaendler.at* <



Stießen bei winterlichen Temperaturen mit etwas Heißem an: (v.l.) Wolfgang Kohout, VÖW-Präsident Fritz Bauer, Konrad Godec, Gerhard Wagner.

NEUER INTERNETAUFTRITT

DREAMPEN-WEBSITE MIT „3D-PEN“-TECHNOLOGIE

Der neue Internetauftritt von DreamPen überzeugt gleich auf der Startseite durch ansprechendes Design und intuitives Layout. Das Unternehmen hat sich bei der Umsetzung für die Anwendung der Flash-Technologie als vorrangigem Programmierungsumfeld und gleichzeitig für eine „Realtime 3D Engine“ entschieden. Charakteristisches Merkmal dieser ist die Darstellung der Stifte im 3D Space mit freier Rotation und Zooming. Die Textur kann aus den Vorlagen ausgewählt oder vom Benutzer auf die Website hochgeladen werden. Der neue „3D-Pen“ ermöglicht



dem Anwender die individuelle Gestaltung seines Stifts, unmittelbar aus dem Internet. Dies verkürzt den Zeitraum der Herstellung, der Gestaltung sowie das Feedback auf ein fertiges Modell wesentlich. Für jedes Modell steht in der Auswahl eine Vielfalt von Texturen zur Verfügung. Bei den früheren Systemen war keine volle dreidimensionale Ebene für interaktives Arbeiten verfügbar, sondern nur die klassische Blueprint-Skizze. Die phänomenale „3D-Pen“-Technologie wird die interaktive Gestaltung und Bestellung von Produkten revolutionieren, heißt es bei DreamPen. *www.dreampen.pl* <

PIEL URBANA S. L.

NEU BEIM PSI

Neu im Kreise der PSI Mitgliedsfirmen ist Piel Urbana. Das spanische Unternehmen mit Sitz in Madrid wurde 1985 als Lederwarenhersteller gegründet (Schuhe, Taschen, Brieftaschen, Aktentaschen und eine ganze Reihe von Zubehör) mit dem Ziel, einen neuen, handgefertigten und maßgeschneiderten Stil mit innovativen Designs zu kreieren. Alle Produkte des Herstellers sind aus den feinsten Materialien gefertigt. Zu den Maximen von Piel Urbana zählen der Anspruch auf „ständige Innovation und neue Texturen“ sowie das Bestreben, eine möglichst breite Auswahl an Waren anzubieten. Das Unternehmen klassifiziert seine Produkte als „High-End“, hergestellt unter Bewahrung der spanischen Tradition auf dem Gebiet der Lederwaren-Handwerkskunst. „Als Ergebnis unserer großen Erfahrung, den Anforderungen unserer Kunden gerecht zu werden, bieten wir globale Lösungen und Customizing der Werbegaben bis ins kleinste Detail. So werden wir nicht müde, bis wir eine Kundenidee wunschgemäß umgesetzt haben“, heißt es aus Madrid. Wer das Unternehmen Piel Urbana, seine Produkte und Leistungen näher kennenlernen möchte, ist auf der 49. PSI Messe am Stand 9D31 gerne willkommen. *www.pielurbana.es* <

DANK AN KUNDEN

MAPROM VERLOST NEW-YORK-REISE

Die Maprom GmbH, Werbetextilproduzent und Großhändler in Höxter, hat aus Anlass ihres 23. „Firmengeburtstages“ und als Dankeschön für die überdurchschnittliche Geschäftsentwicklung im Jahr 2010 eine fünftägige Reise für zwei Personen zum Christmas-Shopping nach New York verlost. „Als mittelständisches Unternehmen leben wir von der Akzeptanz und dem Zuspruch unserer Kunden, die letztendlich unsere Arbeitsplätze sichern und es ermöglicht haben, erst kürzlich 35 weitere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einstellen zu können“, so Henner Marquardt, Geschäftsführer der Maprom GmbH. „Mit einem derzeitigen Umsatzzuwachs von rund 55 Prozent bin ich mit der Entwicklung meines Unternehmens sehr zufrieden und möchte mit der Verlosung der New-York-Reise meinen Kunden ‚Danke’ sagen“, so Marquardt weiter. Christian Tanklage ist der glückliche Gewinner dieser Reise. Er ist Inhaber der Firma Customwear aus Steinfeld und flog in der Vorweihnachtszeit mit seiner Begleitung von Hamburg nach New York. Zur Übergabe des Preises hatte Maprom den Gewinner nach Höxter eingeladen. An diesem Tag nutzte Christian Tanklage die Möglichkeit, sich im Rahmen einer Betriebsbesichtigung von der Leistungsfähigkeit des Unternehmens zu überzeugen und die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie seine persönliche Kundenbetreuerin persönlich kennenzulernen. *www.maprom.de* <



Dem glücklichen Gewinner der New York-Reise, Christian Tanklage, gratulierten Verena Böker, stellvertretende Marketingleiterin (li.) und Sabrina Schaper, Kundenbetreuerin.

AUSZEICHNUNG FÜR DNS

FOCUS OPEN 2010 IN SILBER FÜR MYKII

Mykii – das clevere Schlüsseletui (made in Germany) von DNS Design – wurde mit dem internationalen Designpreis Focus Open 2010 in Silber ausgezeichnet. Das außergewöhnliche Design, die herausragende Qualität und die innovative Funktion haben die Jury überzeugt. Diese Auszeichnung ist eine wertvolle Bestätigung für die Produktqualität im internationalen Vergleich. Die Preisverleihung fand in Kooperation mit der Stadt Ludwigsburg statt. In einer Ausstellung im Ludwigsburger Werkzentrum erlebten die Besucher anschließend alle prämierten Produkte im Original. Mit mykii klappt das Türöffnen wie am Schnürchen: Sogar mit vollen Händen ermöglicht mykii das einhändige Öffnen von Schlössern, denn es lässt sich mittels „Druckknopf-Funktion“ kinderleicht bedienen. Die Schlüssel fallen durch Betätigung des Druckknopfes (Doming) aus dem Gehäuse und werden durch Ziehen an der Schnur wieder sicher darin verstaut. Das Etui ist ideal geeignet als Messe Give-away, Kundengabe oder Mailingverstärker. Entwickelt und gestaltet wurde mykii von den Designern Kai-Uwe Neth und Ralph Schäflein und ihrem Team aus Stuttgart und Berlin. *www.mykii.com – www.dns-design.de* <





Lichtdurchflutete Räume schaffen am neuen Sitz der zentralen Verwaltung des Werbemittelverbunds DIE6 ideale Arbeitsbedingungen und bieten zudem Platz für weiteres Personalwachstum. Foto: DIE6

20 JAHRE DIE6 PROMOTION SERVICE GMBH

ZENTRALE IN NEUEN RÄUMEN

Beim Werbemittelverbund DIE6 stießen die kreativen Köpfe der zentralen Verwaltung an ihre (räumlichen) Grenzen. In der alten Zentrale war es zu beengt geworden, sodass man am letzten Oktober-Wochenende 2010 neue Räume bezogen hat.

Jede Dienstleistung kann nur so gut sein, wie ihre logistische Vorbereitung. Dabei liefert konzeptionelles Denken die Voraussetzung für konsequent kundenorientiertes Handeln. Und es ist keine Binsenweisheit, wenn man behauptet, dass kluge Köpfe auch das richtige Umfeld benötigen. Ideale Raumgeometrien erlauben den Köpfen von DIE6 nun auf 160 Quadratmetern Fläche in der Bandstahlstraße 2 in Hagen die perfekte Gestaltung der Arbeitsplätze. Interne Abläufe können so zusätzlich optimiert und die Kommunikation der Mitarbeiter untereinander weiter verbessert werden. „Mit dem Umzug reagieren wir auch auf die modernen und trendigen Anforderungen des Marktes, so war es an der Zeit, die alten Strukturen abzustreifen und frischen Wind in den Tagesablauf zu bringen“, lautet die zufriedene Bilanz des Geschäftsführers Holger Kapanski nach einem erfolgreich absolvierten Umzug, der als Punktlandung zum 20-jährigen Bestehen des Werbemittelverbundes DIE6 vollzogen wurde.

ZEICHEN STEHEN AUF WACHSTUM

Nach der Devise „Wer richtig plant, muss später nicht nachbessern“, bieten die neuen Räumlichkeiten bereits jetzt zusätzlichen Platz für weitere Mitarbeiter. Und der Bedarf dürfte steigen, denn auch die Zeichen beim Verbund stehen auf Wachstum. Ein ausreichend dimensionierter Besprechungsraum bietet komfortablen Platz für die kreativen Denker. Lichtdurchflutete Räume bieten ein angenehmes Ambiente, was ja bekanntlich den erforderlichen Wohlfühlfaktor für die Mitarbeiter deutlich erhöht und gleichzusetzen ist mit zusätzlicher Motivation.

GÜNSTIGE LAGE

Eigene Parkplätze und zusätzlich verfügbarer Parkraum vor der Haustür lösen die bisher problematische Situation für Kunden ab, die oft händeringend nach einem geeigneten Abstellplatz für ihr Fahrzeug suchen mussten. Darüber hinaus ist die jetzige Lage an der Hagener Bandstahlstraße in unmittelbarer Nähe zu den Autobahnen A45, A46 und A1 und somit für den Besucher bequem zu erreichen. Partner von DIE6 müssen sich nicht umgewöhnen. Neben der Straßenbezeichnung verbleibt alles Andere unverändert. So stehen die Telefon- und Faxnummern als auch die bekannten E-Mail-Adressen weiterhin zur Verfügung.

KONTAKTE RUND UM DEN GLOBUS

DIE6 repräsentiert einen Verbund von 13 Werbemittelspezialisten, die über jahrzehntelange Erfahrung sowie enge Kontakte zu Lieferanten rund um den Globus verfügen. „Können wir nicht“, gibt es nicht für DIE6. Ergänzend zum Angebot via Katalog bieten alle Verbundmitglieder ein umfassendes Online-Angebot, über das sich praktisch per Mausklick der Kontakt zum regional zuständigen Anbieter herstellen lässt.

www.die6.de <

25 Jahre gemeinsam für den Werbeartikel.



beweglich, **W**irksam, **g**ut.

1986-2011

bwg

Bundesverband der Werbemittel-Berater und -Großhändler e.V.

Gemeinsam erreichen wir mehr.
Fordern Sie unsere Broschüre mit allen Servicevorteilen für Mitglieder an.

bwg-Geschäftsstelle · Jasminweg 4 · 41468 Neuss · Tel. **0 21 31 / 22 25 60** · Fax 0 21 31 / 22 26 60 · **www.bwg-verband.de** · **info@bwg-verband.de**



In Hamburg hatten die acht Partner mit der Eventlocation „Edelfettwerk“ einer der schönsten Veranstaltungstreffs der Hansestadt ausgewählt.



WELCOME HOME 2010

WERBEARTIKEL NEU ERLEBEN

Acht Lieferanten, sieben Events: Bei der Eventserie für Werbeartikelhändler mit dem Titel „Welcome Home 2010“ gewährten acht namhafte Lieferanten an den firmeneigenen Standorten einen Blick hinter die Kulissen und präsentierten kurz vor der PSI spannende Previews auf die Neuheiten 2011.

Erst im März hatten die Veranstalter die Idee geboren, die angeschlossenen Werbemittelhändler zum Jahresende an den firmeneigenen Standort einzuladen. Gustav Daiber, Fare Guenther Fassbender, Geiger, Halfar System, Jung Bonbonfabrik, koziol >>ideas for friends, LM Accessoires und Senator, acht renommierte Lieferanten der Werbartikelbranche, die ihre Produkte dort zeigen, wo sie entstehen – zu Hause: „Wir öffnen unsere Türen und lassen unsere Kunden hinter die Kulissen schauen“, sagte Meinhard Mombauer, Geschäftsführer von LM Accessoires in Köln und Gastgeber der zweiten von sieben Stationen der Tourserie. Wenige Augenblicke nach der Begrüßung gibt der umgängliche Unternehmer rund fünfzig Gästen beim Rundgang durchs Gebäude einen kompetenten Einblick in die Produktion am Standort seines Unternehmens. „Damit heben wir uns bewusst von den gängigen Roadshows ab, die ja in der Regel in Hotels stattfinden“, erklärte Mombauer. „Ansprechpartner in den Unternehmen einmal ohne Messestress zu einem intensiven Gespräch zu treffen, die Gelegenheit nutzen, viel mehr als Katalogprodukte zu sehen, zum Beispiel vielfältige Sonderanfertigungen und kreative Lösungen als Anregungen für das Tagesgeschäft, das sind die Eckpfeiler unserer Idee“, erläuterte Peter Leseberg von Halfar System. Kurz gefasst: Die Werbeartikelhändler erlebten, sahen und erfuhren aus erster Hand, was der eigene Lieferant eigentlich alles kann.

OPEN END

Für die Show-Tage an den Standorten Groß-Bieberau, Köln, Bielefeld, Hamburg, Vaihingen, München sowie Mainz-Kastel hatte das initiierende Oktett Einladungen an insgesamt 1050 Personen von rund 500 Firmen verschickt, und das Gros der Werbeartikelhändler war diesem Ruf trotz des landesweiten massiven Wintereinbruchs gefolgt. Schließlich standen exklusive Previews auf die Neuheiten 2011 im Mittelpunkt der Veranstaltungsreihe. „In angenehmer Atmosphäre neue kreative Produkte zu sichten und schon einmal gezielt auswählen zu können, das ist schon ein Vorteil“, sagte Meinhard Mombauer, der mit





Sticken live: Wie hier erfuhren die Besucher des Welcome Home-Events viel Nützliches darüber, wie die Werbung aufs Produkt kommt.



dem neuen Konzept dem Stress im Hinblick auf die zeitnah folgende PSI schon ein wenig den Wind aus den Segeln nehmen mochte. Bewusst hatte sich das Veranstalterkonsortium zudem darauf verständigt, jeweils erst am frühen Nachmittag mit den Produktschauen zu beginnen: „Dafür aber open end, damit unseren Kunden genügend Zeit bleibt, auch nach dem Tagesgeschäft im Büro noch auf einen Sprung vorbeikommen zu können“, so Jürgen Geiger vom Kalenderspezialisten Geiger AG.

PRODUKTSCHULUNGEN LIVE

Wie funktioniert eigentlich eine Stickmaschine? Wie kommt die Farbe in den Kuli? Wie kommt der gute Geschmack in die Bonbons? Oder das Logo auf den Schirm? Und warum kommen Kalender pünktlich an? Antworten auf diese Fragen gab es live vor Ort, denn neben umfangreichen Previews auf die Neuheiten 2011 und Unternehmensführungen umfasste das Angebot auch Kompaktseminare und Produktschulungen. „Viele Kunden möchten einmal live erleben, wie Veredelung funktioniert“, erklärte Bianca Böke von Halfar System. „Gezeigt wird, wie Ideen entstehen, wie Qualität gemacht und erlebt wird“, ergänzte Bökes Kollege Julian Schüle. Am Firmenstandort von Halfar in Bielefeld beispielsweise konnten die Händler hautnah miterleben, was vom Musterbau eines Produktes bis hin zur Veredelung mittels Digitaldruck, Stickerei und Näherei zum Produktionsablauf dazugehört.

SCHAUEN UND FEIERN

Darüber hinaus gab es aber noch vieles mehr zu erleben. Zum Mehr gehörte auch ein Bonuspaket, mit dem man Geld verdienen kann: Mit dem Besuch eines Welcome Home Events erwarb die Kundschaft das Recht auf eine Bonuskarte. Wer nach Erhalt der Karte alle Messestände besuchte, kam in den Genuss von Bonuspunkten im Wert von zusammen 1100 Euro. Bei späterer Order ein nicht unerheblicher Rabatt. Und für das leibliche Wohl war selbstverständlich auch gesorgt: Auf dem Programm standen regionale Köstlichkeiten. Wer etwa in Köln auf den Genuss von Rievkooche (Reibenkuchen), Crèpes und Glühwein oder Kölsch verzichtete, hatte etwas verpasst. In Hamburg zum Beispiel luden die acht Partner in die Eventlocation Edelfettwerk, einer ehemaligen Fabrik, die seit ihrer Verwandlung zu einer der schönsten Veranstaltungstreffs der Hansestadt zählt. Auch hier zeigten die Werbemittelprofis in einer aufwendigen Schau verschiedenste Produktionstechniken und Veredelungsmöglichkeiten. Und anschließend wurde auf der „Welcome Home Late Night Party“ in idealem Ambiente außerdem noch ausgiebig gefeiert.

www.welcome-home-2010.de <



Der alte und neue BWL-Vorstand: (v.l.) Thomas Hertranft, Kirsten Dreyer, Bernd Koch, Evelin Lange und Patrick Politze.

BWL-JAHRESHAUPTVERSAMMLUNG

DIE BRANCHE MUSS ZUSAMMENRÜCKEN

Am 24. November traf sich der Bundesverband der Werbeartikel-Lieferanten (BWL) zu seiner Jahreshauptversammlung. Nachdem der amtierende Vorstand wiedergewählt worden war, wurde über die politische Arbeit und die deutsche Messelandschaft diskutiert. Weitere Tagesordungspunkte waren die länderübergreifene Konjunkturumfrage, das Konzept der Werbewirkungsstudie sowie ein Vortrag zum Thema Kundenorientierung.

Im Rahmen der BWL-Jahreshauptversammlung wurden nach einem verbandsinternen ersten Teil am Nachmittag branchenrelevante Themen vor einem erweiterten Teilnehmerkreis besprochen. Nach der Begrüßung gab der Verbandsvorsitzende Patrick Politze zunächst bekannt, dass der Vorstand einstimmig für weitere zwei Jahre gewählt worden war. Dem Vorstand gehören neben dem Vorsitzenden und dem Geschäftsführer Ralf Samuel folgende Unternehmensvertreter an: Thomas Hertranft (Lediberg), Bernd Koch (Club Cravatte Crefeld), Evelin Lange (Eurostyle) und Kirsten Dreyer (Alta Seta).

LOBBYARBEIT NACH WIE VOR WICHTIG

Anschließend gaben Patrick Politze und Thomas Selter einen Überblick über die politische Arbeit, die zu einer der vordringlichsten Aufgaben der Branche gehört, da die Steuerproblematik unverändert aktuell ist. Dabei verfolgen BWL und GWW unterschiedliche Strategien: Während der BWL sich für ein pauschales Steuermodell stark macht, das auf Subventionsausstieg abzielt, hat der GWW auf der Basis des Rechtsgutachtens von Prof. Dr. Johanna Hey von der Universität zu Köln einen Forderungskatalog entwickelt, der mit politischen Entscheidungsträgern diskutiert wird. Zu den Forderungen gehören die Vereinheitlichung der Aufzeichnungspflicht, die Erhöhung der Freigrenze auf mindestens 50 Euro sowie das Ziel, die Freigrenze in einen Freibetrag umzuwandeln. Dieser Ansatz biete die Chance, die Situation schrittweise zu verändern, erklärte Selter. Er appellierte an alle Anwesenden, den Kampf gegen die momentane steuerliche

Ungleichbehandlung von Werbeartikeln gegenüber anderen Betriebsausgaben und Werbeaufwendungen auch finanziell zu unterstützen und den dafür vorgesehenen Lobbybeitrag von 50 Euro zu zahlen. Der Betrag wird durch das PSI erhoben und an den GWW weitergegeben.

PROMOTION WORLD ZIEHT UM

Messen, in der Werbeartikelbranche eines der wichtigsten Marketinginstrumente, waren das nächste Thema der Versammlung. Ausgehend von der stetigen Zunahme nationaler und regionaler Messen, Hausmessen und Roadshows wurde die Messelandschaft anhand von drei Beispielen analysiert. Zunächst informierte Angela Gehrke von der Deutschen Messe AG in Hannover über die Promotion World: Die Messe wird in die zentral gelegene Halle 16 Ost umziehen. Das Fachbesuchertage-Konzept wird fortgeführt, auch die Laufzeit bleibt unverändert. Man arbeitet zurzeit an der qualitativen Aufwertung der Veranstaltung.

49. PSI: ERWEITERTE ANGEBOTE

Anschließend erläuterten PSI Geschäftsführer Michael Freter und Silke Frank, Projekteiterin der PSI Messe, was es rund um die europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft Neues gibt. Man könne schon jetzt Ende November davon ausgehen, dass die PSI mindestens so groß werden wird wie im Vorjahr. Die Besucher-Vorregistrierung laufe sehr gut, was eine geschäftige Messe erwarten lässt. Intensive Sales- und Marketingaktivitäten im Ausland werden die PSI auch als internationalen Branchentreffpunkt noch weiter stärken. Neue Services wie interaktive Hallenpläne zur gezielten Messevorbereitung, themenspezifische Messerundgänge und die Geschäftsführer-Sprechstunde wurden entwickelt, damit alle Messeteilnehmer die PSI noch gewinnbringender nutzen können. Ein weiteres nützliches Tool: Erstmals erstellt das PSI in diesem Jahr einen Newsletter, in dem Aussteller ihre Aktivitäten und Events rund um die Messe ankündigen können. Dieser Newsletter wird an alle registrierten Besucher versandt und vor Ort ausgelegt. Silke Frank machte zudem noch einmal deutlich, dass die Standflächen beim Rebooking für die 50. PSI bis Ende März unverbindlich reserviert sind. Die verbindliche Reservierung wird erst ab 1. April 2011 wirksam.

PSI: AKTIVES NETZWERK MIT HOHEM NUTZEN

Dass sich nicht nur rund um die PSI, sondern auch im PSI Netzwerk viel getan hat, erläuterte Michael Freter: „Wir haben das Branchengeschehen in den letzten beiden turbulenten Jahren genau beobachtet und einen intensiven und konstruktiven Dialog mit Unternehmen geführt. Auch im Rahmen der PSI Talks und des neu gegründeten PSI Beirats haben wir engagiert und kritisch diskutiert und die Ergebnisse in unserer Strategie umgesetzt. Hierzu gehören neben den Angeboten rund um die Messe auch der Relaunch der Produktdatenbank Product Finder 2.0, die neue Datenaustausch-Plattform DAS und der PSI Marktplatz. Darüber hinaus engagieren wir uns in der politischen Arbeit und in der Verbandsarbeit und sind maßgeblich an den verschiedenen Marktforschungsprojekten beteiligt.“ Freter betonte, wie wichtig es ist, miteinander zu sprechen und lud die Teilnehmer ein, sich an dem begonnenen Dialog aktiv zu beteiligen.

MARKT BRAUCHT KEINE WEITERE MESSE

Michael Ilnicky und Slawomir Giefing vom Messeveranstalter GJC Inter Media GmbH erläuterten im Anschluss daran ihr Konzept für die neue Werbeartikelmesse Rema Days Europe, die vom 10. bis 12. Januar 2012 in Nürnberg – parallel zur PSI Messe – stattfinden soll. Die Argumente, die für die Veranstaltung sprechen sollten, wurden allgemein als nicht seriös wahrgenommen: Die allzu niedrigen Aussteller-Kosten, das Argument, Händler könnten dann beide Messen besuchen und die sogenannte „Marktforschung“: Angeblich seien 5000 „Händler“ befragt worden, die allerdings aus der Datenbank eines einzigen Unternehmens stammen. In der anschließenden Podiumsdiskussion wurden das Konzept und vor allem die Zugangskriterien sehr kritisch beurteilt. Michael Freter hierzu: „Ich meine, wir brauchen keine weitere Messe. Aber der Markt wird darüber entscheiden. In einer Zeit, in der wir alle von Branchen-Professionalisierung sprechen, kann eine Messe, die keine ausreichenden Zugangsbarrieren nachweisen kann, nicht im Sinne der Branche sein.“

DIE KRISE IST VORÜBER

Die Krise ist vorbei, zumindest in Deutschland. Dass die Talsohle durchschritten ist und es wieder aufwärts geht, das war die zentrale Aussage der länderübergreifenden Konjunkturumfrage der Werbeartikelbranche, die der BWL zusammen mit dem europäischen Dachverband European Promotional Products Association (EPPA) in Auftrag gegeben hatte. Dr. Markus Preißner vom Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln erläuterte die Ergebnisse und zeigte auf, dass sowohl die Umsatzentwicklung wie auch die Prognosen für die künftige Geschäftsentwicklung sehr positiv ausgefallen sind. Dabei liegt Deutschland auch im europäischen Vergleich sehr weit vorne.

ERFOLG BRAUCHT VERTRAUEN

In seinem anregenden Vortrag zum Thema Kundenorientierung präsentierte Michael Mätzener, die Werbeartikel GmbH, Ideen und Vorschläge, wie Lieferanten und Werbeartikelhändler erfolgreich zusammenarbeiten können. Die Grundannahme Mätzeners: „Erfolg basiert auf gegenseitigem Vertrauen und dafür müssen beide Partner etwas tun.“

SPONSOREN FÜR STUDIE GESUCHT

Im letzten Tagesordnungspunkt stellte Frank Diesing, Geschäftsführer der DIMA Marktforschungs GmbH, das Konzept der geplanten Werbewirkungsstudie vor. Sie wird valide Daten darüber liefern, wie Werbeartikel im Vergleich zu anderen Werbemedien wirken und dem Handel fundierte Fakten an die Hand geben, mit denen er beim Kunden für den Einsatz von Werbeartikeln argumentieren kann. Wie der BWL-Vorsitzende Politze abschließend betonte, können sich Unternehmen als Sponsoren an der Studie beteiligen und erhalten dafür exklusives Datenmaterial zur Verwendung für das eigene Marketing. <

49. PSI MESSE 2011

9

Halle

Wie schon im vorletzten Jahr reihen sich die Ausstellungshallen der 49. PSI Messe direkt aneinander, was einen problemlosen Besucherfluss ermöglicht. Messebesucher, die über den Eingang Nord das Ausstellungsgelände betreten, beginnen mit Halle 9 ihren Erkundungsgang durch die bunte Vielfalt der Werbeartikelwelt.

Schon in Halle 9 öffnet sich dem Besucher ein großes Fenster mit Blick auf das riesige Spektrum dreidimensionaler Werbung. Die Halle ist aber auch ein Abbild für den gelebten Netzwerkgedanken des PSI mit seinen Möglichkeiten, hochkarätige Kontakte zu knüpfen und damit Geschäftserfolge zu generieren. Bereits hier präsentiert sich die Messe als internationale Plattform der europäischen Werbeartikelbranche mit all ihrer Professionalität und Kompetenz; eine Messe, die sich nicht nur als bloße Produktschau gibt, sondern auch wertvolles Know-how an die Besucher vermittelt. So gibt das in dieser Halle positionierte PSI Technology Forum nützlichen Einblick in puncto neueste Technologien zum Thema Werbeanbringung. Die Halle 9 beherbergt aber noch weitere Services: An Stand 9052 informiert das PSI Team über die 3D-Produktvisualisierung. An Stand 9002 finden Besucher die PSI Versandstation. Einfach mal abschalten oder auch während des Messeaufenthaltes das Tagesgeschäft im Blick behalten: Das PSI Internet Café (9004) ist dafür prädestiniert. <



ÖKOLOGISCH WERBEN

Die Produktion und Individualisierung einer Vielzahl unterschiedlichster Produkte für den Werbeartikelmarkt ist das Basisgeschäft von Seripafer. Das Unternehmen hat sich auf die Verarbeitung von ökologisch unbedenklichen Kunststoffen spezialisiert, die teilweise aus recycelten Materialien bestehen. Daraus werden unter anderem Mousepads, Memoboards, Kalender, Tischsets, Aufkleber und Thermoformen hergestellt. Arbeitsschritte wie das Tiefziehen, Formen, Schneiden und Stanzen laufen im eigenen Betrieb ab. Für die Individualisierung stehen sowohl Offsetdruck als auch Sieb- und Digitaldruck zur Verfügung. Eine professionelle Beratung der Kunden und die Unterstützung in Designfragen runden das Portfolio des Unternehmens ab.

9B13

44069 • Seripafer, S. L. • Tel +34 96 5525696
export@seripafer.com • www.seripafer.com

SYNONYM FÜR SPIELSPASS

Seit 1948 werden die bekannten Seifenblasen-Spiele der Kultmarke Pustefix in Deutschland produziert. Dabei manifestierte sich zunehmend der Ruf des Unternehmens, eine herausragende Qualität verbunden mit absoluter Sicherheit zu liefern. Heute ist Pustefix zum weltweit bekannten Synonym für Seifenblasen geworden. Seit dem Jahr 1993 betreut das Success-Team im Unternehmen den Einsatz der Seifenblasen-Spiele als Werbeträger. Die hauseigenen Kapazitäten vom Tampondruck über die Etikettierung bis zum Rundumdruck ermöglichen eine individuelle Aufmachung nach Kundenwunsch bei jeder Auflage und zu absolut kurzen und zuverlässigen Lieferzeiten.



9C17

43053 • Dr. Rolf Hein GmbH & Co. KG – SUCCESS • Tel +49 7071 791005
seifenblasen@pustefix.de • www.pustefix.de



DIGITAL FAST OHNE GRENZEN

Mit einem neuen und besonders innovativen Digitaldrucksystem kommt in diesem Jahr das Europa Siebdruckmaschinen Centrum ESC nach Düsseldorf. Die ESC Daytona T660UV ist für den Flachdruck auf Kleinteilen und mittelgroßen Formaten bis 1200 x 1500 Millimeter und einer maximalen Materialstärke von 50 Millimetern ausgelegt. Sie druckt mit UV-Farben (CMYK und zweimal Weiß) auf den verschiedensten Kunststoffen, wie PVC, Acryl, Styrol, Polycarbonat und Wellkunststoff, aber auch auf Glas. Garanten für eine fotorealistische Bildqualität sind die modernen Toshiba-CA4-Druckköpfe, mit denen sich auch feinste Linien und Schriften auftragen lassen.

9L50/9M49

41768 • ESC Europa Siebdruckmaschinen Centrum GmbH & Co. KG. • Tel +49 5222 8090
info@esc-online.de • www.esc-online.de



MODE FÜR IPHONE, LAPTOP & CO.

Einen modischen Schutz für iPad, iPhone, Laptop und Handy bietet Jüscha mit der neuen Baoo-Baoo-Kollektion. Die widerstandsfähigen Hüllen aus Neopren fallen durch ihr außergewöhnliches Design ins Auge und überzeugen dann durch Strapazierfähigkeit und Pflegeleichtigkeit. Die resultiert aus der wasser- und schmutzabweisenden Beschaffenheit des Materials, das sich den Nano-Effekt zunutze macht. Die Hüllen sind waschbar und elastisch, was wiederum einen Reißverschluss überflüssig macht. So ist die Gefahr von Kratzern auf den wertvollen Geräten weitgehend gebannt. Die Neopren Sleeves sind ab einem Stück erhältlich und auch ohne Baoo-Baoo-Logo lieferbar. Ebenfalls ab einem Stück ist der individuelle Aufdruck realisierbar.

9F50/9G49

41170 • Jüscha GmbH • Tel +49 2196 72410
info@juescha.de • www.juescha.de

NOTIZEN ZIEHEN MAG(NET)ISCH AN

Wichtige Notizen sollten stets im Blickfeld des Adressaten bleiben. Genau hier spielt der Magnetnotizblock von Amsico seine Stärken aus. Durch seine Haftfähigkeit auf allen metallischen Untergründen, wie Kühlschrank, Metallspind oder PC-Gehäuse, transportiert der Magnet seine Werbebotschaft permanent zum Empfänger. Der angehängte Notizblock erinnert so an wichtige Termine, Einkaufslisten und vieles mehr. Sind alle Notizen verbraucht, lässt sich der Magnet auch einzeln noch zum Festhalten von kleinen Info-Zetteln nutzen. Der Magnet selbst kann in beliebiger Größe und Form produziert werden, bietet der Hersteller an. Eine Abtrenn-Perforation verbindet Magnet und Block.

9No4

46723 • Amsico Group – Adam Sikorski • Tel +48 25 6310391
amsico@amsico.eu • www.amsico.eu





DREIFACH-NEWS ZUR MESSE

Seit über 60 Jahren steht der Name Nespen für hochwertige Schreibgeräte aus Metall und Sterling-Silber made in Germany. An diese Tradition knüpft das Unternehmen auch zur diesjährigen PSI mit drei neuen Produktserien an. Neben der neuen Serie Excelsior mit exklusiven Kugelschreibern, Füllhaltern und Tintenrollern, die einzeln oder im Set bezogen werden können, gibt es die Serie Metal Grip. Die verbindet ein unverwechselbares markantes Design mit hochwertiger Schreibgerätetechnik und wird in Düsseldorf erstmals präsentiert. Last but not least, so das Unternehmen, entsteht bis Messebeginn eine interessante Symbiose von Metall und Kunststoffschaft. Alle Schreibgeräte sind schon ab kleinsten Stückzahlen individuell bedruckbar und können per Lasergravur veredelt werden. Sonderlackierungen gibt es ab 500 Stück.

9H34

40608 • Max Nestele GmbH & Co. KG „Nespen“ • Tel +49 7231 92070
info@nespen.com • www.nespen.com

P U R E I T A L I A N D E S I G N

elementus



EINE EINZIGE KUNSTVOLLE GESTE BELEBT DEN GEIST UND DIE SINNE

SCHENKEN SIE IHREN KUNDEN DAS VERGNÜGEN EINES SCHREIBGERÄTS VON **STILOLINEA®** - **EIN KONZENTRAT AUS HOHER QUALITÄT UND KREATIVEM „MADE-IN-ITALY“** MIT DEM EXKLUSIVEN DESIGN VON ENRICO FUMIA - UND VERLEIHEN SIE IHREM MARKENIMAGE EINE ANSPRUCHSVOLLE NOTE.

P R O M O T I O N A L P E N S

WIR WÜRDEN UNS FREUEN, IHNEN DIE NEUHEITEN DES JAHRES 2011 AUF DEN FOLGENDEN MESSEN VORSTELLEN ZU DÜRFEN:

PSI DÜSSELDORF / 12.-14.01.2011 / HALL 9 / STAND 9B04/9C03
PTE MAILAND / 19.-21.01.2011
EXPO RECLAM Madrid / 15.-17.02.2011

ALL YOUR PEN

STILOLINEA

STILOLINEA • Via Toscana, 26 • 10099 San Mauro t.se (TO) ITALY
Ph +39 011 2236350 • Fax +39 011 2236337 • info@stilolinea.it • www.stilolinea.it



DRUCKEN MIT UV-LED-TECHNIK

Eine energie- und platzsparende Möglichkeit für die Kleinauflagenproduktion von industriellen Produkten bietet der neue Desktop-Tintenstrahldrucker UJF-3042 von Mimaki. Das nur 90 Zentimeter breite Gerät bietet ein brillantes Druckbild auf allen Materialien einschließlich unbeschichteter Substrate wie Glas, Holz oder Metall. Diese können anschließend mit einem Resin Finish versehen werden, um so die Haltbarkeit und Kratzfestigkeit deutlich zu erhöhen. Mit der Zusatzfarbe Weiß ist sowohl eine Grundierung als auch die Überdruckung möglich. Die neue UV-LED-Technologie ermöglicht zudem den problemlosen Druck auch auf hitzeempfindlichen Materialien wie Acryl. Die längere Lebensdauer und der geringere Energieverbrauch der UV-LEDs sind ein zusätzliches Argument für diesen Drucker.

9G18/9H17

47780 • Mimaki Europe B.V. • Tel +31 20 4627942
info@mimakieurope.com • www.mimakieurope.com

FOTODRUCK AUF SHIRTS UND SPORTSWEAR

Nahezu jedes beliebige Motiv transportiert der neue T-Shirt-Drucker TexJet von Polyprint auf Bekleidung aus Baumwolle oder Mischgewebe, aber auch auf Sportbekleidung aus Polyester. Anbieter BRS zeigt damit eine Möglichkeit auf, sowohl kräftig leuchtende Unifarben als auch Farbverläufe, Fotos oder menschliche Hauttöne qualitativ hochwertig und realistisch auf helle wie dunkle Stoffe zu bringen. Die Positionierung der Bilder ist in voller Größe bis zu 42 x 60 Zentimetern, aber auch als Brustlogo oder auf den Ärmeln möglich. Der Darstellungs- und Gestaltungsspielraum des Druckers ist damit besonders breit gefächert, unterstreicht der Anbieter.

9H13

48024 • BRS GmbH • Tel +49 2274 82240
brs@brs-repro.de • www.brs-repro.de





DATEN AM SCHLÜSSELBUND

Nicht nur am Schreibtisch, sondern auch unterwegs gibt es immer einen Grund, einen handlichen Datenspeicher griffbereit zu haben. Darauf baut auch der neue USB-Schlüsselanhänger von USB-FlashDrive. Mit einem Dreh am Schlüsselbund befestigt, hat der Empfänger sowohl seinen persönlichen Datenspeicher als auch die Werbebotschaft des Absenders ständig vor Augen. Das Design im Metall-Look und die großzügige Werbefläche unterstreichen die Wertigkeit dieses Sticks, der in einer großen Auswahl verschiedenster Farben lieferbar ist. Über die verfügbaren Speicherkapazitäten des Datensticks am Schlüsselbund informiert die Website des Herstellers.

9E22

46516 • USB-FlashDrive.com Product Expectations Ltd. • Tel +44 1753 491470
sales@USB-FlashDrive.co.uk • www.USB-FlashDrive.co.uk

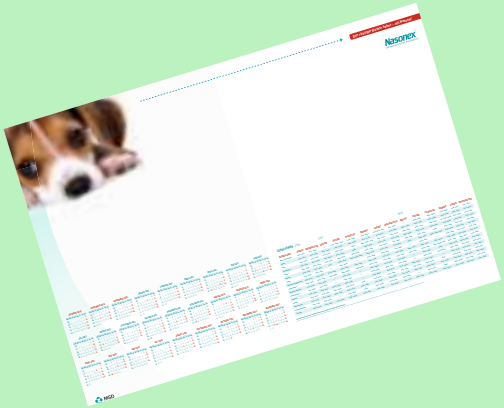
Papierwerbemittel

49. PSI MESSE
HALLE 9 Stand G 03
DÜSSELDORF



Haftpapier





Schreibunterlagen



BOKEL
MARBO · WERBUNG









MARBO-WERBUNG NORBERT BOKEL GmbH
Siebdruck- und Werbemittelherstellung
Seilerweg 5-7 · D-59556 Lippstadt-Bad Waldliesborn · Tel. (02941) 9434-0 · Fax (02941) 943434
www.marbo-werbung.de · E-Mail: info@marbo-werbung.de



TEXTILIEN LERNEN SPRECHEN

Auch für empfindliche Textilien, die mit einer anspruchsvollen Werbebotschaft, einem Foto oder anderen Emblemen veredelt werden sollen, eignet sich das MinuteMark-Verfahren von Thermopatch. Die MinuteMark-Embleme werden wahlweise mit einer Transferpresse bei niedrigen Temperaturen oder per Bügeleisen auf das Kleidungsstück transferiert. Dieses kann danach bis 40 Grad gewaschen werden. Die Embleme selbst können in jeglicher Farbe, Form und Größe produziert werden. Als Druckvorlagen sind auch Fotos geeignet, da selbst feinste Konturen detailgetreu zu erkennen sind. Weitere Facts sind kurze Lieferzeiten, kleinste Mindestbestellmengen ab 15 Stück und keine Zusatzkosten für Produktion oder Design.

9H18

46919 • Thermopatch Deutschland GmbH • Tel +49 441 380210
sales@thermopatch.de • www.thermopatch.de

KAFFEE UNKAPUTTBAR

Bedruckte Kaffeebecher aus Porzellan und Keramik sind schon seit Jahren eine Spezialität bei Kössinger. Dieses breite Sortiment wurde jetzt um zwei neue Modelle aus hochwertigem Kunststoff erweitert. Die nach Aussage des Herstellers unkaputtbaren Kaffeebecher Peter und Paul sind absolut wärmebeständig und werden in jeweils sieben frischen Standardfarben angeboten. Sie können zudem mit bis zu vier Farben bedruckt werden. Die Kunststoffbecher sind insbesondere für Outdoor-Events, Sportveranstaltungen oder die Zielgruppe Kinder konzipiert. Überall, wo es auch mal etwas rauer zugehen kann, sind Peter und Paul die richtige Wahl.

9A18/9B17

42087 • Kössinger AG • Tel +49 9451 4990
info@koessinger.de • www.koessinger.de





STRAHLENDER ZAUBERWÜRFEL

Mit seiner Vielseitigkeit, die aus einer Auswahl zwischen vier Spielen und einer LED-Lichtshow besteht, wird der neue Multi Cube von michel toys zu einer absoluten Neuheit im Spielzeugbereich. Der Zauberwürfel besteht aus 54 LED-Leuchten in sieben verschiedenen Farben. Gespielt werden kann mit ihm das bekannte Würfel-Puzzlespiel, ein Reaktionsspiel sowie ein Gedächtnis- oder ein Glücksspiel. Die Rotation der Farbfelder wird über kleine Knöpfe auf jeder der sechs Seiten gesteuert. Diese entscheiden auch über Sieg oder Niederlage bei dieser innovativen Beschäftigung. Eine integrierte Lichtshow macht aus dem Würfel schließlich ein ausgefallenes Deko-Element.

9G50/9H49

41581 • michel toys Handels GmbH • Tel +49 4531 17720
warnke@mt-germany.de • www.mt-germany.de

PERSONALISABLE DOORMAT
WELCOME MAT

No minimum of quantity per order !
Incredible High Quality Photo Print

flash mat

Eco friendly :
Free phtalate



No limits of colors, no limit of possibilities for you slogan.
It will be the most important support for eye-catching.
Advertising at your Feet !

MADE IN BELGIUM ▪ SHORT DELAY OF PRODUCTION

Looking for distributors :
www.mat4you.com

HIGH DEFINITION





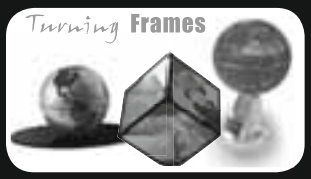
POSSIBILITY TO HAVE YOUR OWN WEBSITE TO COMMERCIALIZE PERSONALIZED MAT

For more informations :
www.sales@house-of-kids.com

Visit our BOOTH at
PSI Düsseldorf
HALL 9 stand 045









www.prom-prod.eu





BEST PRICES,
BIG STOCK,
FAST DELIVERY

Labopak





BOTSCHAFTER MIT CHARME

Allergrößten Ansprüchen in Bezug auf Qualität, Sicherheit, Materialbeschaffenheit und Verarbeitungsqualität entsprechen die Kuscheltiere von Steiff. Das gilt natürlich auch für die Messeneuheit Georgina, eine Teddybären-Dame, die sich mit verschiedensten Accessoires individualisieren lässt. Ein Halstuch, ein T-Shirt oder eine Schleife können nach Kundenwunsch bedruckt werden und machen dann aus dem 32 Zentimeter großen Plüsch-Teddybären einen charmanten und unverwechselbaren Botschafter des werbenden Unternehmens. Selbstverständlich, so der Hersteller, können auch eigene Figuren kreiert werden, um die Individualität noch weiter zu steigern.

9F32

47785 • Margarete Steiff GmbH • Tel +49 7322 131446
anja.deroni@steiff.de • www.steiff.de

DAS RUNDE LEDER IM FOKUS

Rund um den Fußball dreht sich auch nach der Weltmeisterschaft alles bei Rheingold - Comet - Sports. Zur Messe in Düsseldorf stellt das Unternehmen eine Reihe neuer Ball-Konstruktionen vor. Sowohl die Oberfläche als auch die Struktur und das Design der Bälle wurden neu entwickelt und auf die Bedürfnisse des Werbemittelmarktes optimiert. Im Vorfeld der Fußball-WM der Frauen in Deutschland sowie der Europameisterschaft 2012 in Polen und der Ukraine empfiehlt Rheingold, schon jetzt am Ball zu bleiben – im wahrsten Sinne des Wortes. Insbesondere der soziale Aspekt steht für Rheingold einmal mehr im Vordergrund, wie eine erfolgreiche Aktion zugunsten des Weltkinderhilfswerkes UNICEF im vergangenen Jahr bewies.



9M04

47620 • Rheingold - Comet - Sports GmbH • Tel +49 2151 877550
info@rheingoldsport.de • www.rheingold-comet-sports.com



GOLDIGE SCHOKO-IDEEN

Goldbarren liegen bei der Kapitalanlage derzeit voll im Trend. Für alle, die zwar auf den vornehmen Glanz des Edelmetalles nicht verzichten wollen, trotzdem aber auch auf etwas Süßes stehen, kombiniert Stereo Holland-Gebäck beides in einem besonderen Give-away. Die Schoko-Goldbarren sehen verblüffend echt aus, wiegen elf Gramm und eignen sich zur Einprägung des individuellen Logos oder einer anderen Werbeaussage. Neben den bekannten Schoko-Goldtalern des Unternehmens, die natürlich weiterhin auch lieferbar sind, nehmen die etwa 50 x 30 Millimeter großen Goldbarren eine Sonderstellung ein: Sie vermitteln noch deutlicher eine besondere Wertschätzung an den Empfänger.

9D04

45341 • Stereo Holland-Gebäck GmbH & Co. KG. • Tel +49 2431 5094
info@stereo-holland-gebaeck.de • www.stereo-holland-gebaeck.de



STABILO lädt ein.

Neues zu entdecken.
Einzigartig zu sein.
Ideen mitzunehmen.

Die beste Klammer für Ihre Markenbotschaften:
STABILO myclip.

ME AND myclip ...
Und Ihre Ideen für den
STABILO myclip?
Testen und mitnehmen.
Täglich an unserem Stand.

Besuchen Sie uns auf der PSI 2011 und lernen Sie den STABILO myclip kennen:

Halle 9, Stand K50/L49

STABILO Promotion Products
www.stabilo-promotion.com



KUSCHELWARM DURCH DEN WINTER

Mit neuen, raffinierten Feinheiten und in neuer Qualität zeigt Capelli Europe zur PSI in Düsseldorf seine Doojo-Ärmeldecke. Diese multifunktionale Mischung aus Decke und Mantel gilt als Geheimtipp bei allen, die sich zu Hause, im Auto oder auf der Terrasse bei kühlen Temperaturen so richtig einkuscheln möchten. Die Fleecedecke gibt es in verschiedenen Farben und Ausführungen. Immer mit dabei sind die integrierten Ärmel für mehr Beweglichkeit. Ob zusätzlich noch Finger- oder Fausthandschuhe integriert werden sollen, entscheidet der Kunde. Selbst eine Version mit Silikon-Fingerkappen ist realisierbar. So wird selbst das Blättern im Buch auf der Couch ohne Probleme möglich. Bisher gab es für die Ärmeldecke bereits neun internationale Design- und Innovations-Awards.

9D41

47330 • Doojo -Darko Sulentic e. K. • Tel +49 2102 43490
promotion@doojo.de • www.doojo.de

AUFMERKSAMKEIT AN DER HAUSTÜR

Für eine besonders individuelle Begrüßung von Besuchern und Kunden direkt an der Haustür sorgen die Logomatten von Hörsteler Interior Design. Die Matten, die in verschiedensten Größen und selbst in Sonderformen und Sondergrößen gefertigt werden können, lassen sich komplett nach Kundenwunsch gestalten. Schriften, Logos oder vollfarbige Bilder können hier aufgebracht werden und sorgen so schon vor dem Betreten des Hauses oder der Geschäftsräume für Aufmerksamkeit. Die verschiedenen Mattenvarianten können als Eingangsmatte, Merchandisingprodukt oder schlicht als Blickfänger innerhalb des Geschäftes eingesetzt werden.

9K22

45973 • Hörsteler Interior Design GmbH • Tel +49 5454 934390
info@hoersteler.de • www.hoersteler.de



SCHOKOLADEN - MÜNZEN

– als Standard-Euro-Artikel oder als
Spezialanfertigung für die Werbung
– für jeden Anlass der passende Werbeträger





49. PSI Düsseldorf Halle 9, Stand D04

Holland Gebäck GmbH u. Co. KG
Robert-Bosch-Straße 14
41844 Wegberg
Telefon 00 49 - 24 31 - 50 94
Telefax 00 49 - 24 31 - 7 27 65
www.stereo-holland-gebaeck.de



CLIP IM BLICKPUNKT

Eine ganz besondere Form der Veredelung seiner Galaxy-Schreibgeräte bietet DreamPen ab 2011 seinen Kunden an. Nicht nur als Aufdruck auf dem Schaft, sondern sogar als eigenständige Werbeform auf dem Clip des Kugelschreibers können jetzt individuelle Logoformen angebracht werden. Neue Spritzgussformen und eine Erweiterung des Hightech-Maschinenparks mit Geräten schweizerischer und japanischer Hersteller ermöglichen es nun, nicht nur Formen ab einer Mindestmenge von 10 000 Stück individuell herzustellen, sondern diese darüber hinaus auch im Padprint-Verfahren zu bedrucken. Der neue Blickfang-Clip kann auf jedem einzelnen Modell der Galaxy-Reihe angebracht werden.

9L18

45720 • DreamPen • Tel +48 68 4772230
dreampen@dreampen.pl • www.dreampen.pl

MASS MIT MEHRWERT

Nützliche Daten und immer wieder benötigte Informationen können auf dem neuen Kunststofflineal zum Abheften von Standardgraph Zeichentechnik individuell aufgedruckt werden. Das 30 Zentimeter lange Lineal ist mit einer variantenreichen Lochung versehen. So kann es in den verschiedensten Ordnern oder Planern abgeheftet werden und ist im Fall des Falles immer schnell greifbar. Der bedruckbare Memo-Bereich des weißen Lineals ist in allen Variationen sichtbar. Auf ihm finden neben Logo oder Werbebotschaft auch zum Beispiel PC-Tastenkombinationen, DIN-Größen oder andere Infos Platz. Auf Wunsch können auf dieser Fläche auch kundenspezifische Angaben des täglichen Gebrauches angebracht werden.

9C27

42183 • Standardgraph Zeichentechnik GmbH • Tel +49 8171 3880
info@standardgraph.de • www.standardgraph.de





SCHREIBEN OHNE SCHNICKSCHNACK

Zwei neue Kugelschreibermodelle, die beide mit ausgereifter Technik ohne unnötige Features daherkommen, stellt DreamPen in diesem Jahr vor. Das Modell Slender überzeugt insbesondere durch seine robuste Twist-Mechanik und eine besonders große bedruckbare Werbefläche. Der grazile Schaft und der große Variantenreichtum bei der Gestaltung des Clips machen den Charme des zweiten neuen Druckkugelschreibers von DreamPen aus. Beide Schreibgeräte werden in je drei verschiedenen Oberflächen mit Solid, Transparent und Satin Finish angeboten. Die Qualitätsmine aus eigener Produktion steht für eine Schreibleistung von 2500 Metern.

9L18

45720 • DreamPen • Tel +48 68 4772230
dreampen@dreampen.pl • www.dreampen.pl

Flower Power meets Heavy-Metal!



Flaschenöffner

NEU

Katalog 2011



Filzorganizer

NEU





Microfasertuch

NEU

Unsere Neuheiten, der neue Katalog und eine Verlosung erwarten Sie auf der...

PSI-Messe · 12.-14.01.2010
Halle 9, Stand L51

Asia Pins Direct
Erfahrung hat Zukunft.

Asia Pins Direct GmbH • Teltower Damm 281 - 283 • D-14167 Berlin • Tel.: +49 (0)30 / 720 200-400 • Fax: +49 (0)30 / 720 200-420 • www.asiapinsdirect.eu • info@apd-gmbh.de



STRAHLENDER LICHTZWERG

Als wahrscheinlich kleinste LED-Taschenlampe der Welt kündigt Importeur HNC sein jüngstes Modell Smartlite Micro-Photon an. Mit modernster Kollimatortechnologie wird hier fast taghelles Licht erzeugt. Die Mini-Taschenlampe ist gerade einmal 65 Millimeter lang und misst etwas über einen Zentimeter im Durchmesser. Betrieben wird sie mit einer Micro-Batterie AM4, die für acht Stunden Dauerlicht bei einer Leuchtweite von rund 100 Metern sorgt. Die verbaute Super-LED produziert 100 000 Stunden Dauerlicht, verspricht der Anbieter. Das spritzwassergeschützte Aluminiumgehäuse und eine edle Metallbox-Verpackung machen aus dem technischen Wunderwerk auch ein optisches Highlight. 10 Jahre Garantie runden das Angebot ab.

9F09

43891 • HNC Import-Export & Vertriebs AG • Tel +49 961 38160
info@hnc-ag.de • www.hnc-ag.de



SPASS-UHR NACH MASS

Zu jedem Outfit die passende Uhrenfarbe: Das ermöglicht die Corvair-Silikon-Spaß Uhr von Sphere Time. Das Armband dieser Uhr ist in jeder beliebigen Farbe lieferbar und getrennt vom eigentlichen Uhrwerk. Auch daß gibt es in verschiedensten Farben, sodass den individuellen Kombinationswünschen nahezu keine Grenzen gesetzt sind. Das hochwertige japanische Uhrwerk garantiert eine hohe Genauigkeit selbst bis 50 Meter unter Wasser. Uhrzeit und Datum sind deutlich ablesbar. Auf Wunsch bietet der Hersteller an, auch das Zifferblatt individuell nach Kundenwunsch zu gestalten.

9C49

46493 • Sphere Time International S. A. • Tel +352 26 305708
info@spheretime.com • www.spheretime.com



EXKLUSIV VERPACKT

Ein stabiles und von der Haptik außergewöhnlich angenehmes Kunstlederetui mit Reißverschluss stellt Leser in Düsseldorf vor. Das Etui Zippers eignet sich für eine Vielzahl verschiedenster Produkte, da es standardmäßig über keine Inneneinteilung verfügt. Handgefertigte Schaumstoffeinlagen, beflockter Schaumstoff oder Tiefzieheinlagen sind allerdings nach Kundenvorgabe machbar. Je nach Wertigkeit des Inhaltes kann individuell entschieden werden, welche Einlage zum Einsatz kommt. Ohne diese ist Zippers aber auch als universelles Reiseetui verwendbar. Verpackt ist es in einem geschmackvollen schwarzen Schutzschieber.

9N07

41248 • Leser GmbH • Tel +49 7821 58030
leser@leser.de • www.leser.de



EISKALTE BOTSCHAFTEN

Absolut neu und eine erfrischende Werbeidee für den Sommer: So präsentiert Original Lanyards seinen Icecup für Leckermäuler. Zwei unterschiedliche Cup-Formen bietet das Unternehmen jeweils in den Geschmacksrichtungen Erdbeer und Schokolade an. Die Cups enthalten je 100 Milliliter leckeres Eis aus portugiesischer Produktion. Die Eisbecher können komplett individualisiert werden und transportieren Erfrischung pur zum Empfänger. Der Versand erfolgt innerhalb Europas innerhalb von acht Tagen in speziellen Kühlverpackungen. Auch diese Verpackungen können an das Design der Eisbecher angeglichen werden.

9E08

46305 • Original Lanyards • Tel +351 214 351106
p.costa@solucoesdeimagem.pt • www.originallanyards.com

NEU
BONA 5
Die elegante und praktische Werbeidee für jeden Schreibtisch!
PREIS – WERT
MADE IN GERMANY
INDIVIDUELLER, MEHRFARBIGER SIEBDRUCK FÜR DIE ELEGANTE WERBUNG DIREKT AUF DEM GEHÄUSE
FARBIGER EINLEGER MIT IHRER WERBEBOTSCHAFT – EINGEBETTET »HINTER GLAS«
PIXELPRODUCTION
PAPIERFÜLLUNG – 120 BLATT A5 MIT KÄSTCHENDESIGN
KRISTALLKLARES UND HOCHWERTIGES POLYSTYROL. DIE LICHTREFLEKTIERENDEN MATERIALKANTEN UNTERSTREICHEN DIE ZEITLOS-ELEGANTE OPTIK
Gutter
Kunststofftechnik Papierverarbeitung
GUTTER GMBH & CO. KG
Max-Planck-Straße 89 · 40699 Erkrath/Germany
Fon +49(0)2104-31048 · Fax +49(0)2104-31595
WWW.GUTTER.DE



STORY-TELLER

Teller, die Geschichten zum Unternehmen oder zum Produkt erzählen, bietet Rösler CeramTec jetzt exklusiv für die Werbemittelbranche an. Der sogenannte Storyteller aus hochwertiger Keramik in verschiedenen Größen, Formen und Farben kann nach Kundenvorgabe mit kurzen Geschichten bedruckt werden. Ob dabei die Historie des Unternehmens, ein besonderer Anlass oder ein ausgesuchtes Produkt im Vordergrund steht, bleibt dem Kunden überlassen. Eingesetzt bei Firmenevents, auf Messen oder öffentlichen Veranstaltungen kommunizieren die Teller Werbebotschaften, noch bevor der leckere Imbiss die Gäste erreicht.

9B49

47847 • Rösler CeramTec GmbH • Tel +49 9269 78100
info@roesler-ceramtec.de • www.roesler-ceramtec.de

NEUE DIMENSIONEN

Mit einer neuen, weltweit patentierten Technik will Brand-fx das Produkt Transferfolie jetzt neu definieren. Durch das Spiel von Licht und Lichtreflexen mit unzähligen Farben und vielen Möglichkeiten neuartiger und hochwertiger Veredelungen lässt sich so ein Bild, ein Produkt oder eine Marke völlig neu darstellen. Das Unternehmen bietet dabei den Kunden die Möglichkeit, eigene Ideen umzusetzen, entwickelt aber auch gemeinsam mit dem Kunden neue Konzepte für alle Bereiche. Die Anwendung ist nicht auf Textilien beschränkt, teilt Brand-fx mit. Denkbar sind Anwendungen im Bereich der Konsumgüterindustrie, der Unternehmensdarstellung oder der Werbung.

9M37

47993 • Brand-fx • Tel +49 201 266627
info@brand-fx.de • www.brand-fx.de





PERFEKT SERVIERT

Neben einer ganzen Reihe bekannter Promotional Products stellt Noex zur PSI Messe in Düsseldorf ein neues Bar-Serviertablett aus Styropor vor, hergestellt unter Einsatz der IML-Technologie. Mit einem Durchmesser von 35 Zentimetern bietet das Tablett eine ideale Werbefläche und ist gleichzeitig noch besonders handlich. Der hohe Rand und das geringe Gewicht ermöglichen es dem Kellner, Getränke und Werbebotschaft sicher zum Gast zu bringen. Unterstützt wird er dabei durch eine Anti-Rutsch-Beschichtung am Boden, die den Druck gleichzeitig vor Beschädigungen schützt. Neben dem Boden des Tabletts ist auch der äußere Rand individuell bedruckbar. Lieferbar ist das Bar Tray in jeder gewünschten Farbe.

9N08

45981 • Noex – Waldemar Nowak • Tel +4861 8108821
biuro@noex.com.pl • www.noex.com.pl



CONCEPT

PromoNotes

make the paper talk !

Your specialist for sticky notes!



New! Promotional ring binders!

› PSI Power for Professionals

49. PSI Trade Fair

Dusseldorf, 12-14.01.2011

Please visit us : hall 9 , booth 9L13

CONCEPT SP. z o.o.
Poziomkowa Street 69, 62-002 Suchy Las, POLAND
Tel. +48 61 811 70 28, Fax. +48 61 811 60 55
e-mail: biuro@promonotes.pl website:www.promonotes.pl



We have protected our products with international patents. www.burgerswisspen.com

burger swiss pen ®

Eine Marke der **BURGERGRUPPE**



welcome to quality:

PSI Halle 9 / D52

Delta.

Ein Schreibgerät der gehobenen Oberklasse. Spitze und Drücker massiv aus Metall - mattverchromt.
„Eine XXL-Fläche für Ihre Werbung." Die Großraummine mit Edelstahlspitze bietet 6000 Meter Schreiblänge.
Wie immer „original burgerswisspen-Qualität."



SCHLEIFE TRANSPORTIERT CI

Ganz gleich, was in der Verpackung steckt: Der Empfänger erkennt bereits vor dem Auspacken, wem er diese Überraschung zu verdanken hat. Möglich wird das durch individuell bedruckte Geschenk- und Dekorationsbänder von Sopp Industrie. Bereits ab kleinsten Auflagen von 1000 Metern sind personalisierte Bänder erhältlich. Besonders hochauflösende Druckverfahren sorgen dabei für eine detaillierte Darstellung. Möglich wird das durch eine vollstufige Produktion mitten in Europa, die sogar nach DIN EN 15593 (Hygienemanagementsystem) zertifiziert ist. Zum besonders stilvollen Verpacken bietet das Unternehmen zudem fertig gebundene Schleifen aus personalisiertem Schleifenband mit verschiedenen Befestigungsoptionen an.

9M42

47677 • Sopp Industrie GmbH • Tel +49 2191 567119
dohle@sopp.de • www.sopp-industrie.de





WEM DIE STUNDE SCHLÄGT

Die perfekte Bürouhr von Hummel kann, so der Hersteller, weit mehr als das genaue Anzeigen der Zeit in Stunde, Minute und Sekunde. Die eigentlichen Vorteile der Uhr liegen in den Zusatzfunktionen. Neben Wochen- und Monatstag zeigt sie die Kalenderwoche an und wird damit zum gern genutzten Hilfsmittel für alle, die mit Lieferung und Terminierung zu tun haben. Das robuste Edelstahlgehäuse mit den leicht ablesbaren Zeigern ist mit einem Durchmesser von 41 Millimetern so groß, dass sich eine weitere Anwendung geradezu anbietet: Die Anbringung einer deutlich erkennbaren Werbebotschaft auf dem Zifferblatt ist bei dieser Uhr problemlos möglich. Dass sie außerdem auch wasserresistent ist, versteht sich beinahe von selbst.

9N24

44346 • Hummel Germany GmbH • Tel +49 7231 20960
info@hummel-uhren.de • www.hummel-uhren.de



FAST SCHON HALSSCHMUCK

Das Lanyard in seinen nahezu grenzenlosen Farben, Formen und Anwendungsmöglichkeiten hat in den letzten Jahren einen Siegeszug ohnegleichen angetreten. Für Original Lanyards ist das auch in diesem Jahr wieder Ansporn genug, zur Messe in Düsseldorf einige neue Modelle seiner nützlichen Halsbänder mitzubringen. Die Trend Line und die Premium Line sind besondere Beispiele dafür, dass die Entwicklung neuer Formen, Befestigungen und Muster noch nicht abgeschlossen ist. Die ganze Breite der Möglichkeiten inklusive einer Bestickung in vier Farben plus Lurex zeigt der Hersteller an seinem Stand.

9E08

46305 • Original Lanyards • Tel +351 214 351106
p.costa@solucoesdeimagem.pt • www.originallanyards.com

KONTAKTER AM REVERS

Überall, wo Menschen miteinander in Kontakt treten, erleichtern die innovativen Namensschildersysteme von badgepoint den Einstieg. So wurde jetzt die erfolgreich eingeführte office-Produktlinie um einige neue Mitglieder erweitert. Das office-Color-Print bringt jetzt Farbe ins Spiel und ermöglicht die nahtlose Einhaltung des Corporate Designs auch beim Namensschild. Bereits ab einer Auflage von zehn Exemplaren ist das Digitaldruckverfahren anwendbar und sogar die Druckfarbe Weiß kann realisiert werden. Die Namenskarte zur Selbstbeschriftung wird durch hochtransparentes Acryl geschützt. Außerdem bieten die funktionalen Schilder eine Reihe sicherer Befestigungsmöglichkeiten. Eine davon sind die patentierten badgepoint-Magneten, die ein Verrutschen sicher verhindern.



9H40

45371 • badgepoint Namensschilder Systeme GmbH • Tel +49 4102 80660
info@badgepoint.com • www.badgepoint.com



BEWUSST ÖKOLOGISCH

Ein gewichtiger Punkt in der Philosophie des Kugelschreiberspezialisten Stilolinea ist die Beachtung ökologischer Gesichtspunkte in der Produktion. Eine entsprechende ISO-Zertifizierung garantiert, dass keinerlei toxische Materialien verwendet werden und die Mitarbeiter des Unternehmens entsprechend unterrichtet sind. Zur Messe in Düsseldorf bringt Stilolinea zwei neue Kugelschreiber mit, die beide im eigenen Werk in Turin produziert werden. Der klassische ABS-Kugelschreiber steht dabei neben einem weiteren biologischen Stift, der sich ganz besonders für ökologisch aufgestellte Kundengruppen eignet.

9B04/9C03

45328 • Stilolinea S. R. L. • Tel +39 11 2236350
info@stilolinea.it • www.stilolinea.it

NAMENSSCHILDER MIT SYSTEM

Einen modularen Namensschilder-Baukasten made in Germany stellt badgetec zur PSI Messe am Rhein vor. Die Spezialisten in Sachen Namensschild fertigen professionelle Schilder und bieten Veredelungen sowie anspruchsvolle Drucktechniken dazu an. Das badgetec-Team besteht aus Profis, die sich seit 20 Jahren in verschiedensten Unternehmen der Branche mit Namensschildern beschäftigt haben und das gemeinsam erworbene Know-How jetzt kundenorientiert umsetzen wollen.

9H38

48060 • Badgetec GmbH • Tel +49 40 689495970
info@badgetec.com • www.badgetec.com

ANGENEHMER KONZERTGENUSS

Laute Bässe und ein Lärmpegel jenseits der gesundheitsverträglichen Grenzen machen einen Konzertbesuch oft zur Gefahr für das Gehör. Abhilfe schafft hier der mehrfach verwendbare Lamellen-Gehörschutz Save Rave von Audio Protect. Das angenehme Trageverhalten des Gehörschutzes verbindet sich mit einer angepassten Dämmwirkung von SNR 23 dB(A). Durch die wiederholte Verwendbarkeit ist der Gehörschutz auch besonders umweltfreundlich. Er ist in verschiedenen Farben erhältlich und kann ab einer Bestellmenge von 5000 Paar in jeder gewünschten Pantonefarbe bezogen werden. Eine Werbemöglichkeit bieten die verschiedenen Verpackungsarten, die der Hersteller anbietet.

9M22

47980 • Audio Protect AG • Tel +41 44 7745353
u.germann@audioprotect.ch • www.audioprotect.ch





GUT BESCHIRMT

Ein Schlüsselanhänger, der schon allein durch seine Form signalisiert, dass hier Schutz und Schirm geboten werden, kommt von Poul Willumsen nach Düsseldorf. Der aufgespannte Schirm kann in den verschiedensten Farben geordert werden und transportiert dabei automatisch ein Stück der Philosophie des werbenden Unternehmens. Geeignet ist er zum Beispiel für Versicherungen, Krankenhäuser, Laboratorien, die pharmazeutische Industrie, aber auch für Speditionen und Busunternehmen, die ihre Kunden und deren Waren besonders geschützt transportieren.

9E50/9F49

42713 • Poul Willumsen A/S • Tel +45 44 955200
info@poul-willumsen.com • www.poul-willumsen.com

1000 products
100 colors
10 days of realization



LEATHER SINCE 1992 ST Stefania

Leather Fancy Goods Company
Będzińska 18 street, 62-800 Kalisz, Poland
phone/fax: 00 48 62 764 22 10
mail: office@stefania.net.pl www.stefania.net.pl

PERFEKTES WERKZEUG!



Seilschaft
Art. Nr. 8560-2



Niveau
Art. Nr. 5555-2



Minilaster
Art. Nr. 8501-2



Controletti
Art. Nr. 4962-2

Noch mehr spannende Neuheiten: PSI-STAND **9B1**

selter wirkt ...

Gustav Selter GmbH & Co. KG
Hauptstraße 13-15 • 58762 Altena/Germany
Tel.: +49 (0)2352 9781-0 • Fax: +49 (0)2352 75571
E-Mail: zentrale@selter.com • Internet: www.selter.com



SCHWEBEND IM DIN-FORMAT

Die Form der neuartigen Schalen von XXD erinnert stark an ein durchgebogenes Blatt Papier. Und genau daran ist auch die Größe der aus Edelstahl gefertigten Behältnisse orientiert. Es gibt sie im Format DIN A4 und DIN A5 jeweils in einer schmucken Geschenkverpackung. Hergestellt werden sie aus millimeterdickem Edelstahl, der nach der Formung poliert und satiniert wird. Durch die präzise Geometrie der Schalen entsteht eine verblüffende Statik. Diese sorgt dafür, dass bei jeglicher Beladung ihre schwebende Leichtigkeit erhalten bleibt, verspricht der Hersteller.

9K38

47734 • XXD GmbH • Tel +49 7543 500801
info@xxd.de • www.xxd.de

PROST MIT LOGO

Dass sich selbst auf einem Strohhalm noch Platz für eine Werbebotschaft finden lässt, beweist Recasens eindrucksvoll. Das Unternehmen individualisiert allerdings neben den Trinkhalmen in verschiedensten Größen und Ausfertigungen auch noch eine Reihe weiterer Accessoires, die an keiner Theke oder in keiner Bar fehlen dürfen. Untersetzer im Corporate Design des werbenden Unternehmens gehören ebenso dazu wie Cocktailmischer oder -gabeln. Sämtliche Produkte sind in verschiedensten Grundfarben lieferbar und lassen sich so nahezu perfekt an das Ambiente der Bar anpassen.

9042

47831 • Recasens • Tel +34 932 635118
j.recasens@hotmail.com • www.pajitaspersonalizadas.com





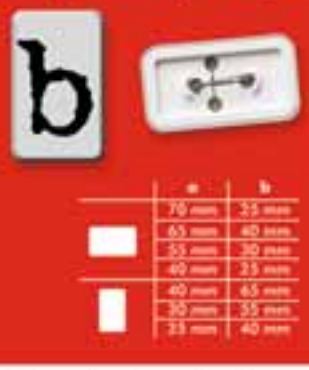
UMWELTFREUNDLICHES TIMING

Weit mehr als eine herkömmliche Wanduhr stellt Technotrade mit dem neuen Modell WS 8112 von technoline jetzt vor. Die formschöne Station bietet eine sekundengenaue Funkuhrzeit mit Alarmfunktion sowie außerdem noch weitere Infos zu aktuellen Klimadaten im Haus. Die Anzeige der aktuellen Luftfeuchtigkeit im Zimmer sowie die Innenraumtemperatur helfen mit, ein angenehmes Klima einzuhalten. Damit auch die Umwelt nicht zu kurz kommt, ist die Wanduhr mit Solarzellen ausgestattet und schont damit auch den Geldbeutel. Die metallisch glänzende Oberfläche in dezentem Dunkelgrau macht die Uhr zu einem attraktiven Werbemittel für jedes Ambiente.

9K41/9K49

43817 • Technotrade Import-Export GmbH • Tel +49 3375 216050
info@technotrade-berlin.de • www.technotrade-berlin.de

rectangular shape badges



	a	b
▬	70 mm	35 mm
	65 mm	40 mm
	55 mm	30 mm
	40 mm	25 mm
▮	40 mm	65 mm
	30 mm	35 mm
	25 mm	40 mm

square shaped badges



	a	b
■	50 mm	50 mm
	40 mm	40 mm
	30 mm	30 mm
◆	50 mm	50 mm
	40 mm	40 mm
	30 mm	30 mm



Sticky cleaner

octangular shape badges



	a	b
⬢	56 mm	56 mm

oval shaped badges



	a	b
⬭	65 mm	45 mm

Available size:
Round 33mm

Square 27x27mm





heart-shaped badges



	a	b
♥	50 mm	45 mm

round shaped badges



	Ø
●	25 mm
	32 mm
	38 mm
	45 mm
	56 mm
	58 mm
	75 mm
	78 mm
	90 mm
	100 mm
	150 mm

triangular shape badges



	a	b
▼	40 mm	40 mm

round & shape badge machine



PCS - 25
(mould Ø 25 mm)
PCS - 32
(mould Ø 32 mm)
PCS - 38
(mould Ø 38 mm)
PCS - 45
(mould Ø 45 mm)
PCS - 56
(mould Ø 56 mm)
PCS - 75
(mould Ø 75 mm)
PCS - 60x40
(mould 60x40 mm)
PCS - 70x25
(mould 70x25 mm)
PCS - 37x37
(mould 37x37 mm)
PCS - 65x45
(mould 65x45 mm)

Customer design



namebadges



badge4u

ul. Olszewskiego 78, 43-600 Jaworzno, Poland
tel.: +48 32 6165572, fax: +48 32 6141087,
mobile: +48 501 301715,

www.badge4u.eu e-mail:info@badge4u.eu





MIT WEHENDEN FAHNEN

Jegliche Arten von Logos, Symbolen oder Fotos transportieren die Flaggen und Schals von 1Trade ins Blickfeld von Fans und Kunden. Die Flaggen im Format 1 x 1,5 Meter können hoch- oder querformatig bedruckt werden. Es gibt sie auch schon in geringen Stückzahlen, um einzelne Events zu bewerben oder Gebäuden die passende Werbewirkung zu verleihen. Ausgestattet mit soliden Ösen trotzt das Polyester-Material auch stärkeren Windböen. Als klar erkennbares Fanprodukt ist der 1Trade-Autoschal ein unverzichtbares Accessoire auch für kleinere Vereine und deren Anhänger. Im Format 40 x 8 Zentimeter passt er in jedes Fenster und dokumentiert Zugehörigkeit.

9D08

48013 • 1Trade GmbH • Tel +49 7124 933980
order@1trade.com • www.1trade.com

NACHHALTIGKEIT ZUM ANFASSEN

Die neue Öko-Chic-Einkaufstasche von Jute statt Plastik ist eine trendige Alternative zur PP-Tasche. Der Trendsetter wird jetzt erstmals auch in Deutschland angeboten und zur PSI in Düsseldorf vorgestellt. Die umweltfreundliche Jutetasche für den wirklich nachhaltigen Werbeauftritt ist aktuell in vielen frühlingsfrischen Farben und Größen erhältlich. Die Taschen werden nach strengen ethischen Richtlinien gefertigt und bereits ab 100 Stück personalisiert und kurzfristig geliefert. Die Custom-made-Fertigung bietet Jute statt Plastik schon ab 500 Stück mit bis zu 16 Farben im Siebdruck, mit hochwertigen Bestickungen, und in einer Vielzahl an Färbungen, Tragegriffen und Stoffqualitäten an.

9M27

47998 • Jute statt Plastik – Rohwedder GbR • Tel +49 431 97999674
info@jute-statt-plastik.de • www.jute-statt-plastik.de





BUNTES WINTERVERGNÜGEN

Bunter als je zuvor präsentieren sich die Schals und Mützen von Gorenler in diesem Winter. Mit Hilfe einer speziellen Drucktechnik wird das Logo in auffälliger und lebhafter Weise mehrfarbig oder fotografisch genau platziert. In Verbindung mit den neuen coolen Designs entsteht ein echter Eyecatcher, verspricht der Hersteller. Das Druckverfahren ist kompatibel mit dem Öko-Tex-Standard 100. Kein Pilling, kein Schrumpfen und kein Verblassen der Farben trübt den Komfort und das optische Erscheinungsbild der neuen Produkte.

9D02

46517 • Gorenler A.S. • Tel +90 258 4448044
export@gorenler.com • www.gorenler.com

Florierendes Unternehmen der Werbeartikelbrache zu verkaufen

Wir sind ein mittelständisches, inhabergeführtes Unternehmen der Werbeartikelbranche, langjährig am Markt etabliert und gelten in Deutschland als eines der führenden Unternehmen in unserem Produktsegment. Der Jahresumsatz liegt bei ca. € 3 Mio.

Trotz unseres nachhaltigen, wirtschaftlichen Erfolges möchten wir aus privaten Gründen unser Unternehmemen veräußern. Auch eine Mehrheitsbeteiligung, als eine erste Stufe der Übernahme, wäre denkbar. Aus Gründen der Diskretion haben wir einen befreundeten Unternehmer gebeten als erste Kontaktadresse zu fungieren. Bei Interesse wenden Sie sich bitte an:

Jörg Leonhardt - JLP Consulting
Schmidtstrasse 12 - 60326 Frankfurt - Tel.: 069 / 7 50 05 98-0

Die wahrscheinlich Kleinste der Welt ...

[Flugzeugaluminium

[1x Micro AAA *inside*



[1 Watt Nichia Power LED

[Maße ca.: 65 x 14 mm]

www.weissraumedia.de

Look to

PSI Messe Düsseldorf
12.01. bis 14.01. 2011
Halle 9
Stand 9F09

Entdecken Sie mehr HNC Innovationen auf der 49. PSI in Düsseldorf



HNC
Import-Export & Vertriebs AG
Hans-Striegl-Str. 5
D-92637 Weiden

Tel. +49 (0) 961 3816 0
Fax +49 (0) 961 3816 50
info[ad]hnc-ag.de
www.hnc.ag

HNC

SG comet sports GmbH
Mönchengladbach – Germany

Astra® Balls

www.astrasportarticles.com



Mit Kundenlogo bedruckte, handgenähte Bälle von 50 bis 500.000 St.
Custom made Hand Stitched balls from 50 to 500.000 pcs.

GERMANY PSI 44497
T. + 49 2166 9600 20 Fax. 22
E-mail: mail@cometsports.net

&

PAKISTAN
+ 92 52 3540 333 Fax. 334
info@astrasportarticles.com

Fussbälle - Soccerballs
Volleybälle - Volleyballs
Beach Volleybälle – Beach Volleyballs
Minibälle - Miniballs
Basketbälle - Basketballs
Boxhandschuhe – Boxing Gloves



PROFIDRUCK GANZ SCHNELL

Neben Stick und Textilbeschriftung bietet Brumley Tex jetzt auch den Digitaldruck auf hellen und dunklen Textilien an. Das Druckbild wird dabei direkt auf einen Brother-GT-782-Drucker übertragen und ist ohne große Vorarbeit und damit verbundene Vorkosten realisierbar. Das Textil hat nach dem Druck einen angenehm weichen Griff der bedruckten Fläche, was durch eine schonende Fixierung im Umluft-Trocknungstunnel erreicht wird. Der Druck ist bei 30 Grad Celsius auf links gedreht waschbar. Mittlere und kleine Auflagen sind kurzfristig realisierbar, erwartet wird eine Mindestauflösung von 300 ppi und RGB-Modus bei der Motivanlieferung. Einzelanfertigungen sind kein Problem.

9G28 TF

47768 • Brumley Tex – Inh. Uwe Brumley e. K. • Tel +49 2572 9237001
info@brumley-tex.de • www.brumley-tex.de

DURCHBLICK BEIM HANDY

Ein Handy-Anhänger, der nicht nur auf der Frontseite die eigene Werbebotschaft verbreitet, sondern noch mindestens einen echten Zusatznutzen birgt, stellt Gamax zur diesjährigen PSI Messe vor. Auf der Vorderseite des GP-25 kann mittels eines einfachen Papiereinlegers eine Individualisierung erfolgen, während die Rückseite wahlweise zwei Funktionen ermöglicht. Zunächst kann der Anhänger mit einem Microfaser-Reinigungskissen bestellt werden. Das sorgt dann für ein sauberes Handy-Display und Durchblick beim Telefonieren. Alternativ gibt es den Anhänger mit Einkaufswagen-Chip. Von beiden Versionen gibt es am Messestand des Unternehmens auf Wunsch Gratismuster.

9F39

44443 • Industria y Desarrollo Gamax S.L. • Tel +34 93 5912818
comercial@gamax.es • www.gamax.es





SAMTWEICH AUF PORZELLAN

Ob tierisch weich, flockig weich oder fühlbar weich: Böckling macht mit seiner Soft-Flock-Technik Werbebotschaften auch auf Glas, Keramik und Porzellan fühlbar. Durch die Beflockung wird eine samtweiche Oberfläche geschaffen, die strapazierfähig und spülmaschinenfest ist. Individuell wird Soft-Flock mit dem Dekor nach Kundenwunsch. Hier bietet der Hersteller mit modernsten Druckverfahren eine Vielzahl an Ideen zur Individualisierung der Werbebotschaft an. Zahlreiche Standardfarben stehen zur Verfügung, um Tassen und Becher vollfarbig oder innen weiß zu produzieren. Das Familienunternehmen mit seinen über 250 Mitarbeitern fertigt individuelle Kleinmengen und formschöne Exklusiv-Serien. Modernste Produktions- und Druckanlagen ermöglichen einen hohen Qualitätsstandard und einen Mengenausstoß von rund 150 000 Tassen, Bechern und Gläsern pro Tag.

9B14/9C13

41435 • Böckling GmbH & Co KG • Tel +49 6264 79917
info@boeckling.de • www.boeckling.de



LECKERES EIS IN EDLER FORM

Schmackhaftes Speiseeis aus eigener Fertigung kann jetzt mit der Gelatissimo-K-Tech-Speiseeismaschine von Nemox jeder schnell genießen. Der Vollautomat überlässt es dem Anwender, das Rezept zu wählen, die Zutaten in die Maschine zu geben und den Startknopf zu drücken. Rühren und Kühlen übernimmt die Maschine, die das fertige Eis abschließend auch auf Temperatur hält, wenn es nicht direkt verzehrt werden soll. Um verschiedene Geschmäcker bedienen zu können, verfügt das Gerät über einen herausnehmbaren Innenbehälter aus Aluminium, der nach der leichten Säuberung für die nächste Geschmacksrichtung einsetzbar ist. Ein edles Silber-Outfit und die hohe technische Ausstattung runden das Bild dieser Eismaschine für den Semiprofi ab.

9L04

48058 • Nemox International s. r. l. • Tel +39 30 9308901

info@nemox.com • www.nemox.com



SCHREIBEN MIT ANSPRUCH

Die klare und ausgewogene Erscheinung macht den Druckkugelschreiber Delta von burger pen zu einem sehenswerten Designobjekt. Drücker und Spitze sind aus massivem Metall gedreht und werden mit einem mattchromen Finish versehen. Zusammen mit den seidenmatten Oberflächen des Schaftes entsteht ein besonders harmonischer Gesamteindruck. Dieser wird schließlich abgerundet durch einen hochglanzpolierten Clip im XXL-Format. Durch seine breite Fläche und seine Stabilität bietet er sich für augenfällige Werbeanbringungen geradezu an, betont der Hersteller. Die serienmäßige Großraummine mit der Edelstahlspitze garantiert für eine Schreibleistung von rund 6000 Metern.

9D52

45956 • burger pen AG • Tel +41 26 4959470

info@burgerpen.com • www.burgerswisspen.com

Vaerst®
Uhren aus Naturschiefer
Made in Germany
49. PSI Trade Fair
Düsseldorf, 12.-14.01.2011
Halle 9 - Stand 9M50



Vaerst Uhren
In der Illekatte 1 | 58339 Breckerfeld | Germany
Telefon: +49 (0) 23 38 91 68 - 0
Telefax: +49 (0) 23 38 91 68 - 40
www.vaerst.de | e-mail: info@vaerst.de



FANPAKET FÜR SOCCER

Mehr braucht ein echter Fußballfan im Stadion nicht: Das Supporter Pack von Asia Incentives, das anlässlich der Fußball-WM im vergangenen Jahr zur Unterstützung der australischen Nationalmannschaft vorgestellt wurde, enthält das komplette Socceroos Kit. Als weithin sichtbares Signal der Zugehörigkeit zur Fangemeinde dient der Schal in Vereins- oder Landesfarben mit entsprechendem Aufdruck. Aber auch ganz hautnah zeigt der Fan Flagge: Mit den im Set enthaltenen Tattoos in Form der Landesfahne, eines Fußballs und des Wappentieres. Damit im Verlauf des Spiels wenigstens die Getränke kühl bleiben, wird das Set durch einen Flaschen- oder Dosenkühler vervollständigt. Schließlich kann auch die Set-Box nach Kundenwunsch bedruckt werden.

9N32/9031

46856 • Asia Incentives Ltd. • Tel +852 25 187366
sales@asiaincentives.com • www.asiaincentives.com

GLÄNZEND IM BILD

Die neue Schuhpflege-Box von Frank bietet nicht nur alles, was zur Pflege und Werterhaltung der Fußbekleidung Sinn macht, sondern wird jetzt durch eine neue Möglichkeit der Individualisierung zu einem echten Blickfang. Das Unternehmen bietet das Schuhpflege-Set in der besonderen Box mit eingearbeitetem Bild an. Standardmäßig erscheint hier ein ansprechendes Schuhpflege-Motiv. Ab einer Abnahmemenge von 500 Stück erhält die Box durch das Wunschmotiv des Kunden eine ganz spezielle Note. Befüllt ist die Box mit jeweils einer hochwertigen Creme- und Glanzbürste, einem Poliertuch, einer Schuhcreme sowie einem Schuhanzieher. Damit landet das Schuhpflege-Set nicht nur optisch einen Volltreffer, sondern überzeugt auch durch Funktionalität.



9N42

41853 • Frank Bürsten GmbH • Tel +49 7673 888650
info@frank-brushes.de • www.frank-brushes.de



FÜR FRISCHLUFTFANS

Anders als viele bekannte Lufterfrischer fürs Auto sorgt die Little Box von L&D Aromatics für lang anhaltenden frischen Duft im Fahrzeuginnern. Das neue Design und vor allem die einzigartige L&D-Luftdurchführung machen die kleine Schachtel besonders effizient. Lieferbar ist das erfrischende Accessoire in verschiedenen Duftvarianten, wie Rosenduft, Erdbeere oder Kokos. Die einzelnen Karten können zudem nach Kundenwunsch bedruckt werden. Die flexible Befestigungsöse sorgt für sicheren Halt am Rückspiegel oder am Gitter der Fahrzeugbelüftung.

9F41

44678 • L&D Aromaticos • Tel +34 950 624460
ld-aromaticos@ld-aromaticos.com • www.ld-aromaticos.com

Halle 9 Stand M 27

Jute statt Plastik
Bewusst leben, ökologisch handeln.

Ihre natürliche Tasche

Der Trendsetter - Jetzt auch in Deutschland!

- In vielen Färbungen
- Drucke bis zu 16 Farben
- In Ihrem Wunschmaß
- Ethische Produktion
- 100 Stück bis 40'HC

eco friendly





www.jute-statt-plastik.de
info@jute-statt-plastik.de
fon +49 (0)4 31 97 999 674
fax +49 (0)4 31 97 999 676



KLEIN, SCHÖN UND DIREKT AUF DEN FRÜHSTÜCKSTISCH – DAS IST DER NEUE TEXTTOASTER!

50 »Toastscheiben« aus Papier stellen Produkte vor, erzählen die Firmengeschichte, regen zum Nachdenken oder Schmunzeln an. Fast alles ist möglich …

Außerdem lieferbar: unser Bestseller IDEENRAUSCH – der Fächer, der Sie auf ganz neue Ideen bringt. Alles unter www.lardon-media.com



Lardon Media AG
Tel. +49 (0) 30 2005 6690 | info@lardon-media.com

LARDON
GIFTS, ART & BOOKS

SOCCER IS OUR LIFE

Rheingold-Comet-Sports GmbH



Own production in
eigene Produktion in
Pakistan & Asien



DIRECT IMPORT POSSIBLE

Rheingold since 1926

Fussbälle - Handbälle
Volleybälle - Basketbälle
Trainingszubehör
Teamsport

soccerballs - handballs
volleyballs - basketballs
sports accessories
teamsports



PSI 2011 Halle 9 M 04



Rheingold-Comet-Sports GmbH
Mevissenstr. 52 - 47803 Krefeld
PSI 47620 info@rheingoldsport.de
www.rheingold-comet-sports.com





Das Konzept der Familiennachfolge gerät ins Wanken, sodass externe Nachfolgeregelungen gefunden werden müssen.



Stiftungen erlauben es, das Vermögen zu erhalten.

NACHLASSPLANUNG BEI UNTERNEHMEN

DIE STIFTUNG ALS SPARMODELL

Dass Unternehmen über Generationen vererbt werden, ist nicht mehr selbstverständlich. Denn immer häufiger möchte die Nachfolgegeneration eigene Pläne verwirklichen und so wird die Firmennachfolge zum ernsten Problem für Unternehmer. Wandelt der Senior seine Firma in eine Stiftung um, kann er sein Lebenswerk unabhängig von seinen Nachfolgern erhalten.

Stiftungen sind für Unternehmer eine interessante Alternative der Nachlassplanung, vor allem, wenn direkte Firmennachfolger fehlen. Die Stiftung erlaubt es, das Vermögen zu konservieren, zudem werden sie steuerlich enorm begünstigt. Doch es ist einiges zu beachten, will man die Vorteile ganz ausschöpfen. Eine Stiftung darf zum Beispiel ausschließlich den vom Stifter festgelegten Zweck erfüllen. Da sich die Stiftung sozusagen selbst gehört, können Erben keine Eigentumsansprüche stellen. Doch ist diese Nachfolgevariante nicht für jedes Unternehmen geeignet, denn es müssen zahlreiche Kriterien erfüllt werden. Deshalb ist bei dieser Form der Unternehmensnachfolge die Beratung durch eine externe Instanz dringend erforderlich.

STIFTUNGEN BOOMEN

2009 wurden trotz der Wirtschaftskrise in Deutschland 914 neue gemeinnützige Stiftungen gegründet. Das ist der dritthöchste Zuwachs in der Geschichte. Damit steigt ihre Gesamtzahl auf 17372. Der Boom kommt nicht von ungefähr. Die Steuerförderung für Stiftungen wurde ab 2007 deutlich erhöht. Bis zu einer Million Euro darf jeder Stifter als Sonderausgaben bei der Einkommensteuer absetzen. Hinzu kommt aufgrund einer aktuellen Gesetzesänderung die Erweiterung auf den EU-Raum. Der heimische Fiskus fördert jetzt auch Zuwendungen an ausländische gemeinnützige Stiftungen. Meist ist das vorrangige Stiftermotiv aber nicht die Steuerersparnis, sondern die Konservierung des Vermögens, was mangels qualifizierter Nachfolger mit dem herkömmlichen Erbfall nicht erreichbar erscheint. Der Nachlass lebt und vermehrt sich dann über eine Stiftung auf lange Sicht nach den persön-





Externe Nachfolgeregelungen müssen sorgfältig geplant werden.

MEHR ZUM THEMA:
Dr. Andreas Rohde und Dr. Lutz Engelsing: „Gemeinnützige GmbH“
VSRW-Verlag, Bonn
Tel. +49 228 95124-0
www.vsrw.de

lichen Vorstellungen. Das Kapital bleibt erhalten, der Stiftungszweck wird nur aus den Erträgen gefördert.

STEUERVORTEILE UND VERMÖGENSERHALT

Allerdings lohnt sich der ganze Aufwand nicht mit jedem Einsatz, erst ab 300 000 Euro Startkapital ist eine Gründung sinnvoll. Bei dieser Größenordnung wirken auch die Privilegien des Fiskus. Steuerbefreiung während der gesamten Verwaltungsdauer und ein hoher Sonderausgabenabzug bei Gründung und späteren Einzahlungen machen Einrichtungen attraktiv, die gemeinnützige oder mildtätige Ziele – wie die Förderung von Umweltschutz, Kunst oder Forschung – verfolgen. Die Mittel müssen mindestens in einen der begünstigten Zwecke fließen und das Handeln der Stiftung muss selbstlos erfolgen. Hierzu gibt es von der Finanzverwaltung eine Musterformulierung, wie eine Stiftungssatzung auszusehen hat. Ein formloser Antrag beim Finanzamt auf Anerkennung der Gemeinnützigkeit ist der erste Schritt zur Steuerbefreiung für die neu gegründete Stiftung. Dann geht der Besitz ohne Belastung mit Erbschaft- oder Schenkungsteuer auch nach der Reform ab 2009 über und kann anschließend in voller Höhe für die erwünschten Förderzwecke eingesetzt werden.

ZEITPUNKT DER ÜBERTRAGUNG WICHTIG

Sofern sich Bürger im Rahmen ihrer Nachlassplanung mit der Alternative einer Stiftung beschäftigen, sollten sie den Zeitpunkt der Übertragung beachten. Denn der Sonderausgabenabzug von bis zu einer Million Euro gelingt nicht mehr, wenn Bankguthaben, Immobilien oder Betriebsvermögen aufgrund der testamentarischen Anweisung erst unmittelbar nach dem Tod an eine gemeinnützige Stiftung fließen sollen. Das Finanzgericht Hamburg stellte jetzt klar, dass beim Sonderausgabenabzug das Abflussprinzip gilt, wonach Gelder erst in dem Jahr steuerlich zählen, in dem sie tatsächlich überwiesen werden (Az. 3 K 242/08). Der Sonderausgabenabzug scheitert bei der Stiftungszuwendung aus Anlass des Todes, da der Erblasser in einem solchen Fall selbst keine Ausgabe leistet und wirtschaftlich somit nicht mehr belastet ist. Das Vermögen geht erst mit dem Erbfall auf die Stiftung über, fließt also nicht mehr zu Lebzeiten ab. Dies gilt unabhängig davon, ob die gemeinnützige Stiftung bereits besteht oder anlässlich des Todes des Erblassers erst neu gegründet wird, so die Richter. <

EXTERNE FIRMENNACHFOLGE: NICHTS ÜBERSTÜRZEN

In einer Zeit, in der Individualität und Selbstverwirklichung wichtiger werden, gerät das Konzept der Familiennachfolge ins Wanken. Das belegen die Ergebnisse einer Studie der Industrie- und Handelskammer (IHK). Rund 15 Prozent der befragten Unternehmen rechnen mit einem Verkauf ihres Unternehmens, weil sie keinen geeigneten Nachfolger in der Familie finden. Zieht man rein rechnerisch Bilanz, sind davon in den nächsten zwei bis drei Jahrzehnten jährlich rund 30 000 Unternehmen mit gut 110 000 Beschäftigten betroffen. Damit kommt der externen Nachfolge eine immer größere Bedeutung zu. Ein Patentrezept gibt es aufgrund der Unterschiedlichkeit der Unternehmen nicht. Es gilt, eine individuelle Nachfolgelösung zu erarbeiten, die die familiäre und betriebliche Situation berücksichtigt. Dabei sollte auf die Hilfe einer externen Beratungsinstanz zurückgegriffen werden. Eine endgültige und vollständige Unternehmensübertragung an familienexterne Kandidaten kann nur durch den Verkauf der Firma erfolgen. Viele Senior-Unternehmer entscheiden sich allerdings vorerst für eine Übergangslösung wie beispielsweise eine Verpachtung des Unternehmens. Damit bewahren sie sich die Möglichkeit, das Unternehmen doch noch an einen internen Nachfolger weiterzureichen.



URHEBERRECHT IM INTERNET

AUF NUMMER SICHER GEHEN

Wer eine Homepage launcht, muss die Rechte Dritter kennen und achten. Ansonsten riskiert er eine Abmahnung und empfindliche Strafen. Dies gilt insbesondere bei der Verwendung von Musik und Texten, aber auch bei Fotos.

Für die Mehrheit deutscher Unternehmen geht es heute nicht mehr ohne einen eigenen Internetauftritt. Schließlich nutzen viele Kunden die Website mittlerweile als erste Anlaufstelle, um sich einen Eindruck von ihrem Gegenüber zu machen. Um die „Visitenkarte im Netz“ möglichst attraktiv zu gestalten, setzen Unternehmen gerne auf sympathische Aufmerksamkeitsgaranten. Zu ihnen gehören etwa Fotos, Musik oder Videoclips. Doch wer seine Seiteninhalte mit Bildern oder Songs untermalen will, sollte dabei auf Urheberrechte achten. Sonst riskieren Unternehmen unter Umständen teure Abmahnungen. Hier folgen die wichtigsten Regeln, die es zu beachten gilt:

MUSIK FÜR DIE HOMEPAGE

Musik kann den Reiz des Web-Auftritts erhöhen. Doch Achtung: Auch durch den Kauf einer CD oder einer Musikdatei erhält man nicht das Recht, diese Musik ins Netz zu stellen. Hierfür müssen erst gesonderte Rechte erworben werden, bei der GEMA, der Plattenfirma oder dem Künstler. Das gilt auch für Podcasts und Videosequenzen, in denen Fremdmaterial eingesetzt wird. Völlig unbedenklich hingegen sind Eigenkompositionen.

DIGITALE LANDKARTEN-AUSSCHNITTE UND TEXTE

Beliebt bei vielen Unternehmen ist die Anfahrt-Skizze, kopiert von irgendeiner Internetseite. Dieses Kartenmaterial ist jedoch meist nicht freigegeben, es drohen immense Abmahngebühren. Doch das muss nicht sein. So ist es möglich, einen Link auf die eigene Seite zu setzen, der auf die Unternehmensadresse in Google Maps verweist. Interessierte können dann ganz einfach einen Routenplan erstellen. Alternativ kann natürlich auch eine eigene Skizze angefertigt werden. Auch Texte sind urheberrechtlich geschützt. Sollen fremde Texte verwendet werden, so ist es notwendig, die entsprechenden Rechte einzuholen. Alternativ kann natürlich ein eigener Text verfasst werden. Zitate sind erlaubt.



Bei der Gestaltung der Internetseite gibt es verschiedene rechtliche Aspekte zu berücksichtigen.

DAS RECHT AM EIGENEN BILD

Bilder kommen heutzutage aufgrund des technischen Fortschritts gerne zum Einsatz, schließlich sorgen sie auf der Websites für Spannung und Dynamik. Allerdings können sie zu Stolpersteinen werden, wenn die Rechte am eigenen Bild verletzt werden. Grundsätzlich dürfen Fotos nicht ohne Einwilligung des Abgebildeten verbreitet werden. Sehr beliebt sind inzwischen bei Branchenteilnehmern Fotogalerien, in denen etwa die Gäste der letzten Hausmesse zu sehen sind. Hier gilt: Stehen ein einzelner Gast oder eine Gruppe von Gästen im Mittelpunkt des Bildes, so muss das Einverständnis der Gäste eingeholt werden. Anders sieht es jedoch aus, wenn die abgelichteten Personen nur Teil der dargestellten Szene sind. Es lässt sich jedoch trefflich streiten, wann was der Fall ist. Nach Möglichkeit sollte vorsorglich eine Einwilligung eingeholt und bei Beschwerden das betreffende Foto offline gestellt werden. Fotografieren an sich ist übrigens erlaubt, solange sich die Person nicht in einer Wohnung oder in einem gegen Einblick besonders geschütztem Raum befindet.

AUF ABMAHNUNGEN REAGIEREN

Wurden wissentlich oder unwissentlich Urheberrechte verletzt, kann es sein, dass der Anwalt der Rechteinhaber eine Abmahnung samt Unterlassungserklärung verschickt. Auf eine solche Abmahnung sollte man auf jeden Fall reagieren, ansonsten kann der Abmahner bei Gericht per einstweiliger Verfügung vorläufigen Rechtsschutz beantragen. Um zu klären, ob die Abmahnung überhaupt begründet ist, sollte auf jeden Fall ein Anwalt eingeschaltet werden. Ist die Abmahnung begründet, so bleibt nur ein Vergleich – oder aber die Zahlung und Unterschreibung der Unterlassungserklärung. Noch ein kleiner Tipp: Ein unvollständiges Impressum kann Bußgelder bis zu 50 000 Euro zur Folge haben. Also: Neben Namen und Anschrift des Unternehmens und des Geschäftsführers, der Umsatzsteueridentifikationsnummer und Handelsregisternummer auch die zuständige Aufsichtsbehörde nicht vergessen. *www.bmj.de/musterimpressum* <



FEHLENDES IMPRESSUM WECKT MISSTRAUEN BEIM VERBRAUCHER

Unternehmen, die es mit der Impressumspflicht im Internet nicht so genau nehmen, riskieren nicht nur saftige Geldstrafen und Bußgelder, sondern schrecken auch die zahlende Kundschaft ab. Darauf weist die gemeinnützige Nichtregierungsorganisation naiin hin, die sich unter anderem für den Verbraucherschutz im Internet stark macht. „Die Verbraucher verstehen bei der Verletzung von Impressumspflichten keinen Spaß und wittern im Regelfall Betrug“, erklärt Rene Zoch, 2. Vorsitzender von naiin. Dabei stützt er sich auf die Erkenntnisse der naiin-Beschwerdestelle, bei der immer mehr Hinweise auf fehlende Impressumsangaben auf Websites deutscher Unternehmen eingehen. Dabei muss, wer im Internet geschäftsmäßig eine Website betreibt, gemäß den Bestimmungen des Telemediengesetzes im Rahmen eines Impressums Mindestangaben tätigen. Zu diesen zählen neben dem vollständigen Namen des Verantwortlichen unter anderem auch zwingend eine ladungsfähige Postanschrift und eine E-Mail-Adresse. Dabei kann ein elektronisches Kontaktformular die Angabe einer E-Mail-Adresse ebenso wenig ersetzen wie ein Postfach die ladungsfähige Postanschrift. Je nach Art des Gewerbes dürfen außerdem weitere Angaben beispielsweise zum Register oder zur Innung nicht fehlen. Verfügt das Unternehmen über eine Umsatzsteuer-ID, muss auch diese angegeben werden. Die Angabe der herkömmlichen Steuernummer ist hingegen nicht verpflichtend und vor allem bei natürlichen Personen aus Datenschutzgründen auch nicht empfehlenswert. „Gesetzeskonformes Verhalten mindert nicht nur die Haftungsrisiken, sondern stärkt auch das Vertrauen der Verbraucher und fördert das Image“, so Zoch.

49. PSI MESSE 2011

10 Halle

Ein Vorteil der aktuellen Hallenkonstellation ist der problemlose Durchlauf von einer zu nächsten Ausstellungshalle. Breite Gänge gewährleisten auch bei großer Besucherfrequenz und damit verbundenem hohen Trolleyaufkommen einen zügigen Laufweg. Begleiten Sie uns auf dem Rundgang durch Halle 10.

Besonders ausgewogen im Erscheinungsbild präsentiert sich den Besuchern der 49. PSI Messe hier das Angebot. Großzügige, elegant designte Standbauten wechseln sich ab mit kleineren, kompakten Ständen erlesener Werbeartikel. Auf der Ausstellungsfläche finden sich zahlreiche Anbieter von Promotionstextilien, deren Spektrum von breit gefächerten modischen Kollektionen bis hin zu ausgesuchten kleidsamen Accessoires reicht. Renommierte Labels zeigen die neuesten Fashion-Trends attraktiver Werbemode. Spezialanbieter wiederum offerieren reizvolle Nischenprodukte. Die spezielle Mischung dieser Halle bringt Qualität von der Stange mit feinen textilen Sonderanfertigungen ergänzend in Einklang. Aber auch die „ewigen“ Klassiker unter den Werbeartikeln, die Schreibgeräte, sind hier mit namhaften Unternehmen vertreten. Außerdem in Halle 10 zu finden sind einige der Branchen-Allrounder: leistungsstarke Importeure, die zahlreiche Bedürfnisse des professionellen Handels äußerst serviceorientiert bedienen. Die PSI VIP-Lounge eignet sich hervorragend für intensiven Businesstalk in ruhiger Atmosphäre jenseits des Messetrubels. <



M(Ä)C UM DEN HALS

Ab sofort bietet Kandinsky Deutschland exklusiv nur für Wiederverkäufer die neuen, besonders günstigen McLanyards an. Von der bekannten Produktpalette heben sich diese Bänder durch eine dünnere Materialstärke und ausgewählte Spezifikationen ab. Das McLanyard gibt es in drei Breiten mit verschiedenen Verschlüssen und Optionen bereits ab einer Mindestbestellmenge von 1000 Stück. Individualisiert werden die Bänder, die in praktisch allen Grundfarben lieferbar sind, entweder im Siebdruck mit bis zu acht Farben oder im beidseitigen Fotodruck. Selbstverständlich können Kunden auch bei der neuen Variante die gewohnte Service- und Produktqualität des Herstellers erwarten.

10C21/10C27

46232 • Kandinsky Deutschland GmbH • Tel +49 211 7705770

info@kandinsky.de • www.kandinsky.de



KLIMANEUTRAL WERBEN

Schon seit 30 Jahren hat sich der Bekleidungshersteller Switcher der nachhaltigen Produktion verschrieben – Lange bevor dieses Thema ins Rampenlicht gerückt wurde. Seit einem Jahr wird in einer Partnerschaft mit der Stiftung myclimate auch der Transport aus Indien mit dem Logistikpartner Kühne + Nagel klimaneutral gestaltet. Diese Verbindung innerer Werte mit technischer Qualität nutzen zunehmend auch kleine und mittelgroße Unternehmen im Werbe- und Eventmarkt. Das gilt gleichermaßen für Ware von der Stange wie für Sonderanfertigungen. Jedes einzelne Stück kann im Internet unter www.respect-code.org bis zum Rohstoff zurückverfolgt werden.

10B44/10B50/10B42

43648 • Switcher Textil Vertriebs GmbH • Tel +49 800 81590000

customer.service@switcher.com • www.switcher.com

VABENE®
DESIGN & MORE

PSI, Düsseldorf
Halle 10 / Stand D 09

GOLF & MORE !



7500 + 7600
Grillkoffer
«Fairway»



15011
Grill-Golfbag
«Birdie»



63100
Trinkflasche Aluminium
«Fairway»



827 + 828
Verschluss
«Fairway weiß»



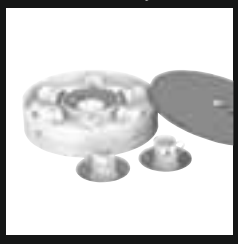
200 + 201 + 202
Designfiguren
«Fairway»



1156 + 1157
Golfbagtuch
«Fairway»



60376
Design Becher
«Golf Buggy»



61903
Espresso Set
«Fairway»



40025
Sekt-/Champagnerglas
«Fairway»



4055
Glas
«Fairway»

Fordern Sie unsere Verkaufsunterlagen an!

VABENE GmbH
Andernacher Straße 31 • 90411 Nürnberg
Telefon: +49 (911) 59 83 29-24
Telefax: +49 (911) 52 28 77
E-Mail: info@vabene-design.com

www.vabene-design.com



UMWELTSCHONENDE VERARBEITUNG

Der Firma Framsohn Frottier GmbH, vollstufiger Produzent feinster Frottierwaren, wurde vor Kurzem durch Österreichs Umweltminister Berlakovich das Umweltzeichen verliehen. Damit wird der Tatsache Rechnung getragen, dass Framsohn bei der Herstellung seiner Handtücher und Bademäntel ausschließlich umweltschonende Verfahren einsetzt. Einer der Erfolgsfaktoren dabei ist die außergewöhnliche Wasserqualität am Firmensitz im österreichischen Heidenreichstein, die der Frottier-Spezialist nutzt. Diese trägt entscheidend dazu bei, dass nur sehr wenig Chemie zur Unterstützung der Herstellungsprozesse eingesetzt werden muss. So kann zum Beispiel auf Weichmacher weitgehend verzichtet werden. Trotzdem sind Framsohn-Artikel kuschelweich und das dauerhaft.

10K64

47628 • Framsohn Frottier GmbH • Tel +43 2862 52455320
isabella.zeller@framsohn.at • www.framsohn.at

ELEGANTES DUO

Ein elegantes Set, mit dem sich Werbebotschaften sehr gut übermitteln lassen, gehört zum Sortiment von reeko. Es besteht aus einem Visitenkartenetui aus Aluminium und einem Schlüsselanhänger, der aus einer hochwertigen Zinklegierung hergestellt wurde. Die Abmessungen gibt der Lieferant mit 9,5 x 6,3 x 1,4 Zentimetern an. Verpackt wird das elegante Duo in einem Einzelkarton. Wie Werbung gekonnt in Szene gesetzt werden kann, weiß das erfahrene reeko-Team.

10E63

46261 • reeko design gmbh & co. kg • Tel +49 4106 7660
info@reeko.com • www.reeko.com





VOLL IM TREND

Golf setzt sich als Trendsportart immer mehr durch. Auch für Interessenten, die nicht unbedingt zur Upperclass gehören, werden zunehmend Möglichkeiten angeboten, um das Spiel mit dem weißen Ball erschwinglich zu machen. Da ist es kein Wunder, dass sich auch Golf-Geschenk-Sets, wie sie von Hilbrand angeboten werden, steigender Beliebtheit erfreuen. Diese enthalten alles, was der Golfer neben der Schlägerausrüstung benötigt: Pitchgabel mit Ballmarker, Ersatzballmarker, ein Masters-Titanium-Golfball und vier Hybrid-Tees. Die Artikel lassen sich per Druck individualisieren. Die Mindestbestellmenge beziffert Hilbrand auf zwölf Sets.

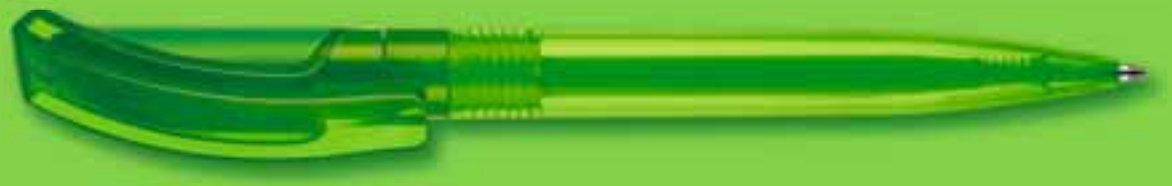
10B21

45818 • Golfvertrieb Hilbrand • Tel+49 8322 96540
info@golf-hilbrand.com • www.golf-hilbrand.com

designed to brand

senator®

WHAT'S YOUR TASTE? APPLE OR BLACKBERRY?





OR BANANA, STRAWBERRY, BLUEBERRY, TANGERINE, CHERRY, WATERMELON, GRAPE, OR RASPBERRY?

Wählen Sie aus 20 Farboptionen Ihren Lieblings-Verve - mit farbigem Akzent oder metallisiertem Element. Sie haben die Wahl!

PEN
COLLECTION

REALIZE THE POSSIBILITIES http://www.senatorpromotion.com



ZERTIFIZIERTE HERSTELLUNG

Murat Tekstil, Produzent von Textilien, die zu 100 Prozent aus organischen Materialien hergestellt werden, hat sich der Control Union Certification unterzogen und damit nachgewiesen, dass der Global Organic Textile Standard (GOTS) eingehalten wird. Hinter diesem Regelwerk stehen sowohl die Einhaltung von Umweltstandards als auch von sozialen Regeln und Bedingungen in allen Phasen der Produktherstellung bis hin zur Verpackung und der Lieferung zum Kunden. Der Käufer der Artikel kann damit sicher sein, dass der Hersteller seine Prozesse ständig überwachen lässt. Und noch ein Faktor spricht für Murat Tekstil: Als einer der wenigen Textilhersteller auf dem Markt macht er es möglich, schon ab einer Bestellmenge von nur 200 Stück T-Shirts in einer eigenen CI-Farbe nach Pantone zu erhalten. Natürlich sind auch diese aus organischem Material und GOTS-zertifiziert.

10B22/10B28

44983 • Murat Tekstil • Tel +90 212 4759320
info@murattextiles.com • www.murattextiles.com

OHNE SCHADSTOFFE

Unter dem Handelsnamen ISYbe wird vom gleichnamigen Unternehmen eine Trinkflasche vermarktet, die gleich mehrere Vorzüge aufzuweisen hat: absolute Schadstofffreiheit (LGA-geprüft) und absolute Geschmacks- und Geruchsneutralität. Darüber hinaus ist sie spülmaschinenfest, formstabil, geeignet für alle Getränke bis 80 Grad Celsius, auslaufsicher auch bei CO_2-haltigen Flüssigkeiten und hat eine große Öffnung, die das Säubern erleichtert, passend für alle gängigen Halterungen an Fahrrädern, um nur die wichtigsten zu nennen. Der Hersteller gewährt zehn Jahre Garantie auf die Flasche. Schon ab 200 Stück wird eine individuelle Bedruckung möglich und das zu einem günstigen Preis. Eine Thermohülle kann als Zubehör mitgeliefert werden.

10A45

47231 • ISYbe Inh. Stefan Hammer • Tel +49 9383 9033904
info@isybe.de • www.isybe.de





CLEVERES ETUI

Mit dem neuen Schlüsseletui mykii hat DNS Designteam einen cleveren Artikel auf den Markt gebracht. Denn das elastische Gehäuse bietet problemlos Platz, um bis zu fünf Schlüssel sicher zu verstauen. Der Clou: Mit mykii kann die Tür aufgeschlossen werden, auch wenn nur eine Hand zur Verfügung steht. Die Schlüssel fallen durch Knopfdruck aus dem Etui. Danach werden sie durch Ziehen an der Schnur wieder im Gehäuse verstaut. Werbung kann als Doming auf dem Druckknopf aufgebracht werden. Mit mykii steht ab sofort ein smartes und innovatives Werbemittel zur Verfügung.

10G19

46519 • DNS Designteam Neth Schäflein GbR • Tel +49 711 6407186
stuttgart@dns-design.de • www.dns-design.de



WENN DIE HASEN BACKEN

Wie alle Feste kommt auch das nächste Osterfest sicher wieder mal schneller als man denkt. Daher sollten sich Marketingexperten schon jetzt Gedanken um die Osterkampagne machen. Vielleicht wäre das Hasen-Bäcker-Ei von Multiflower ein passendes Geschenk? Es besteht aus einem transparenten Ei, in dem drei Hasen-Ausstechformen untergebracht sind. Das passende Rezept für die Backleckerei findet sich auf der umlaufenden Banderole, die außerdem jede Mange Platz für eine Werbebotschaft hat. Bei einer Bestellung ab 250 Stück gestaltet Multiflower die Banderole nach Kundenwünschen.

10G61

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560
info@multiflower.de • www.multiflower.de

GPS IM TASCHENFORMAT

Superklein ist das Taschen-GPS von Kasper & Richter, mit dem sich der Weg zu wichtigen Kunden, Geschäftspartnern und Lieferanten schnell finden lässt. Dazu ist die Bedienung des auf den Namen Easy Traxx Pocket GPS getauften Gerätes kinderleicht. Es wurde mit folgenden Funktionen ausgestattet: Tracking der Wegstrecke, Navigation (Strecke oder Zielpunkt), GPS-Schrittzähler mit Kalorienverbrauchsanzeige, GPS-Tachometer (Geschwindigkeit + Strecke), digitaler Kompass, Uhrzeitanzeige, Umschalter von Kilometer auf Meilen sowie Google-Map-kompatible Software (in Englisch). Die Maße sind 43 x 69 x 18 Millimeter, das Gewicht beträgt 52 Gramm.

10H74

40043 • Kasper & Richter GmbH & Co. KG • Tel +49 9131 506550
info@kasper-richter.de • www.kasper-richter.com



-Anzeige-

Kleiner Korb für alle Gelegenheiten

Praktische, Sympathische und Schnelle Aufbewahrung



Artikel-Nr. 13556

Einsatzmöglichkeiten: alles für den Schreibtisch, Notizen oder Badeutensilien und Werkzeug, Taschenlampe, Flaschenöffner, Streichhölzer.
Es gibt viele Dinge, die schnell ein Behältnis brauchen.
Zusammengefaltet im Präsentkarton überreicht, macht dieser pfiffige Korb Freude.



Artikel-Nr. 1355

GRATIS! KATALOG 2011 anfordern unter info@multiflower.de
Multiflower GmbH, Industriestrasse 88, D-69245 Bammental • info@multiflower.de
Telefon (+49) 6223 86 65 60 • FAX. (+49) 6223 86 65 6-10 **www.multiflower.de**



DOSE FÜR ALLE FÄLLE

Als Spender von kühlen oder heißen Getränken leistet King Can, der König unter den Thermodosen, unschätzbare Dienste. Dieser zum Lieferumfang von Senator gehörende Artikel ist aus doppelwandigem Edelstahl hergestellt und zeigt sich in Form einer herkömmlich Getränkedose mit 0,33 Litern Inhalt. Bei tropischer Hitze werden coole Drinks herrlich kalt gehalten, im Winter bleibt Kaffee oder Tee heiß und aromatisch. Der praktische Kunststoffdeckel ist ausgereift in Form und Funktion. King Can stammt aus der Serie Mugs by rou bill.

10E24

41838 • Senator GmbH & Co. KGaA • Tel +49 6162 8010
info@senatorpromotion.com • www.senatorpromotion.com

NIE MEHR STREIT

Immer wieder kommt es bei Nutzergemeinschaften von beispielsweise Kühlschränken zu Streitigkeiten, wer denn nun wem die Flasche mit seinem Getränk „entwendet“ hat. Das ändert sich sofort, wenn die kleinen persönlichen Namensschildchen von infoplus ins Spiel kommen. Das unter dem Namen bottlebadge erhältliche Produkt ist nicht nur ein innovatives Give-away, sondern sehr praktisch, lässt es sich doch überall da einsetzen, wo es um die Kennzeichnung von Flaschen oder Gläsern geht. Dadurch wird es nicht einfach weggeworfen, sondern hat einen hohen Dauernutzen. Infoplus bietet mehrere Möglichkeiten an: Personalisierung per Digitaldruck, Schilder zum Selbstbeschriften oder einfache Farbschilder.

10F16

44659 • infoplus Blindow Namensschilder GmbH & Co. KG • Tel +49 4532 2000
info@infoplus.de • www.namensschilder.de





SCHLANKE SYMPATHIETRÄGER

Wer keine Streichhölzer zur Hand hat, kann sich keine Zigarette anbrennen, die Kerze oder das Grillfeuer nicht anzünden oder auch kein Licht entfachen, wenn im Dunkeln zum Beispiel der Schlüssel heruntergefallen ist. Kein Wunder also, dass dieser Artikel auch als Werbemittel nicht wegzudenken ist. Bei Tengler Match gibt es eine Riesenauswahl an Möglichkeiten, wie sich Streichhölzer gekonnt ins Spiel bringen lassen. Unter anderem finden sich im Sortiment gleich fünf verschiedene Flip-Top-Schachteln. Sehr interessant ist dabei die Variante Golf-Transparent – eine Streichholzschachtel in milchig-transparenter Außenhülle, durch die die Hölzer schemenhaft sichtbar sind.

10H64

41647 • Tengler Match eine Abteilung der Tengler Druck GmbH • Tel +49 841 9547713
match@tengler.de • www.tengler.de



Besuchen Sie auf Stand D44/E43, Halle 10, PSI Düsseldorf 12-14 Januar 2011

5 neue Artikel und ein umwerfender Katalog für 2011

Wir waren sehr fleissig. Wir haben drei zusätzliche Artikel zu unserer weltbekannten Valueweight T Kollektion kreiert – ein Lady Fit V-Neck T, ein Lady Fit Langarm Shirt und ein sportliches Tank Top. Des Weiteren ein neues Heavy Polo und ein Lady Fleece, wodurch unsere Kollektion immer besser wird. Unser neuer 2011er Katalog ist mehr als nur ein einfacher Katalog, er ist eine große Verkaufsunterstützung, um das richtige Produkt zu finden.

Ihr Exemplar von DER RATGEBER erhalten Sie unter Telefon: 0631 3531 0, oder senden Sie eine E-Mail an service@ftlka.fruit.com

www.fruitoftheloom.eu



ALKOHOL IN SEINER SCHÖNSTEN FORM

Liebhaber von alkoholhaltigen Pralinen werden an den Marzipan-Kreationen von Niederegger ihre helle Freude haben. Gleich mehrere Varianten, Alkohol in seiner schönsten Form zu kredenzen, werden angeboten, unter anderem Wodka-Feige, Apfel-Calvados, Rum-Krokant oder Mirabellengeist. Wie bei Niederegger üblich, sind neben den Rohstoffen auch alle verwendeten Spirituosen von feinster Herkunft und Qualität, ob aus Obst, Getreide oder Zuckerrohr destilliert. In den 200 Gramm schweren Mix-Packungen sind jeweils zwei Marzipan-Klassiker-Variationen pro Geschmacksrichtung enthalten.

10D03/10D07

46376 • J. G. Niederegger GmbH & Co. KG • Tel +49 451 53010
info@niederegger.de • www.niederegger.de

GESCHÜTZT VOR WIND UND WETTER

So ziemlich alle MP3-Player und iPods haben eines gemeinsam: Sie sind empfindlich gegen Feuchtigkeit, Staub und aggressive Sonneneinstrahlung. Wer im Freien trotzdem nicht auf seine Musik verzichten möchte, sollte den Outdoor-Lautsprecher Boom Box von reeko einsetzen. Dieser praktische Artikel schützt den sensiblen Inhalt sicher vor Wind und Wetter. Das Format gibt der Hersteller mit 21,5 x 22 x 11,5 Zentimetern an. Die Verpackung erfolgt in Einzelkartons, die vier erforderlichen UM3-Batterien werden mitgeliefert.

10E63

46261 • reeko design gmbh & co. kg • Tel +49 4106 7660
info@reeko.com • www.reeko.com





EIN SCHLUCK ZUR RECHTEN ZEIT

Regelmäßiges Wassertrinken zur Stabilisierung des Flüssigkeitshaushaltes im Körper ist ein wesentlicher Faktor für mehr Wohlbefinden. Auf dieser wissenschaftlich gestützten Aussage basiert das System des AH!QUA drink reminders von Art of Time. Am Gerät lassen sich einfach beliebige Trinkintervalle einstellen, nach denen sich das Gerät mit einem lautlosen Vibrationsimpuls beim Träger meldet. Der Reminder kann als Armband, Halsschmuck oder an einem Clip am Gürtel getragen werden. Der Signal-Impuls sorgt dann dafür, dass auch in hektischer Umgebung und unter Stress nicht vergessen wird, seinem Körper mit einem Glas Wasser auf die Sprünge zu helfen.

10A69

46951 • Art of Time • Tel +43 7435 543280
office@artoftime.at • www.artoftime.at

Idea Lab: 2011

TRETEN SIE EIN IN DIE HEIMAT DER VISIONEN!



Besuchen Sie unser
Idea Lab auf der PSI.

12.–14. JANUAR, DÜSSELDORF
HALLE 10, C74–E75

Prodir GmbH
An der Molkerei 8 | 56288 Kastellaun, Deutschland | Hotline +49 (6762) 1051
Prodir S.A.
Zona Industriale 1/2 | 6802 Riviera, Switzerland | Tel. +41 (91) 9 35 55 55
www.prodir.com

Personality pens.
Swiss made.

prodir®



GEWACHSEN IN DER SCHWEIZ

Die Überschrift beschreibt nicht nur die Herkunft der weltbekannten Wenger-Messer, auch der Werkstoff für die Griffschalen ist damit gemeint. Diese sind nämlich aus Schweizer Nussbaumholz von höchster Qualität hergestellt. Damit erhält das Messer, das den Namen EvoWood erhalten hat, sein einzigartiges Design. Bei der Ausstattung kann aus vier Varianten ausgewählt werden, wobei EvoWood S557 die meisten Tools aufweist, unter anderem Messer, Schraubendreher, Dosenöffner, Korkenzieher, Zange, Schere und Flaschenöffner.

10G24

41898 • Wenger SA Messerfabrik • Tel +41 32 4213900
info@wenger.ch • www.wenger.ch

ERLEUCHTUNG IM GARTEN

Einige Stunden Licht am Tag genügen, um das von TFA Dostmann vorgestellte digitale Gartenthermometer Avenue nachts erstrahlen zu lassen. Dafür sorgen die integrierten Solarzellen, die die Energie für das LCD-Display sammeln. Temperatur und Uhrzeit lassen sich auf diesem Display auch aus größeren Entfernungen noch deutlich ablesen. Die Solarzellen auf dem Gerät sind drehbar angeordnet, so dass eine perfekte Ausrichtung zur Sonne möglich wird. Die Befestigung erfolgt auf einem einen Meter hohen Stab, der verhindert, dass das Messergebnis durch den Boden oder reflektierende Hauswände verfälscht wird. Einstellbar ist das Display in drei verschiedenen Modi: Temperatur allein, Temperatur im Wechsel mit der Zeit oder aktuelle Tiefst- und Höchst-Temperatur im Wechsel.

10K34

41875 • TFA Dostmann GmbH & Co. KG • Tel +49 9342 3080
info@tfa-dostmann.de • www.tfa-dostmann.de





FASZINIERENDE EFFEKTE

Ein sanftes Licht zur Beleuchtung der Tastatur an Laptop und PC liefert das Key-Light von achilles concept. Außerdem reicht die Beleuchtung aber auch aus, um Dokumente zu lesen oder den direkten Arbeitsplatzbereich zu erhellen. Ein zusätzliches Programm ermöglicht außerdem faszinierende Helligkeitswechsel und bringt eine gewisse Wohlfühlatmosphäre. Das außergewöhnliche Design in Form einer Computer-Taste verpasst der Lampe eine besondere Ästhetik und wird zum Blickfang, der die Werbebotschaft optimal übermittelt.

10C16/10C20

45561 • achilles concept GmbH & Co. KG • Tel +49 6102 597057
lena@achilles-concept.de • www.achilles-concept.de



B&C
COLLECTION

2011 B&C collection

be inspired

Neueste Trends, Stil, Lockerheit, Qualität und Performance: 5 Worte, die Ihnen einen ersten Eindruck von diesen **27 NEUEN** und außergewöhnlichen Styles geben.

Komen sie und besuchen sie uns auf PSI 10B04-10C13

www.be-collection.eu

PSI
10B04-10C13



DUFT MIT SOUND

Eine absolute Marktneuheit stellt die Village Cosmetics GmbH mit der Sounding Pump vor. Mit dem Druck auf den Parfümzerstäuber wird nicht nur ein betörender Duft verbreitet, es erklingt auch ein Jingle. Die Werbebotschaft erreicht also fast alle Sinne und bleibt somit lange im Gedächtnis. Die Jingles können selbst komponiert werden, es lässt sich auch ein Lieblingshit einsetzen. Außerdem wird der mit einem frei wählbaren Eau de Toilette gefüllte Flakon mit dem Kundenlogo bedruckt. Mit der Sounding Pump hat Village Cosmetics ein Medium kreiert, das originell ist und bei Kunden mit Sicherheit einen bleibenden Eindruck hinterlässt.

10F03

43672 • Village Cosmetics GmbH & Co KG • Tel +49 821 2728024
promo@village-cosmetics.de • www.village-cosmetics.de

IDEEN AUS DEM LABOR

Der Schweizer Schreibgeräte-Spezialist Prodir kommt gleich mit einem kompletten Labor an den Rhein: Im Idea Lab 2011 stellt das Unternehmen zur Messe kreative Neuheiten für fast jeden Bereich der Marke vor. Unter anderem sind das zwei neue Kugelschreiber, die beide, wie alle übrigen Modelle des Herstellers jetzt auch, mit dem Floating Ball Writing System ausgestattet sind. Weiches und schmierfreies Schreiben sind damit garantiert. Die neuen Modelle, der DS3.1 und der ES1 Metal, liegen nicht nur besonders gut in der Hand, sondern lassen sich auch maßgenau für die verschiedensten Branchen individualisieren. Das Premium Pen Book kommt ebenfalls in einer neuen Variante und hat ein neues Format sowie einen neuen Stifthalter bekommen.

10C74/10E75

43417 • Prodir GmbH • Tel +49 6762 40690
sales@prodir.de • www.prodir.de





ÖKOLOGISCH UND KUSCHELWEICH

Frottiertücher aus bester Garnqualität und mit hohem Gebrauchsnutzen können durchaus ökologischen Grundsätzen entsprechen. Das beweist Floringo mit seiner variantenreichen Produktpalette. Als Spezialist für hochwertige Frottierqualitäten arbeitet das Unternehmen nach Oekotex-Standard 100, bietet die Möglichkeit, Biobaumwolle nach GOTS zu ordern und orientiert sich an der Selbstverpflichtung nach REACH. Floringo verfügt für den Werbemittelhandel über ein stabiles Netzwerk aus europäischer Produktion mit lückenlosem Qualitätsmanagement und kurzen Transportwegen. Gepaart mit einem hohen Serviceanspruch und der Unterstützung der Kunden in allen Fragen bezüglich Auswahl, Design und Zielgruppen für Frottierprodukte ist der Hersteller ein kompetenter Ansprechpartner.

10C22

44389 • Floringo GmbH • Tel +49 8847 69070

info@floringo.de • www.floringo.com

-Anzeige-

2011 B&C collection

Von T-Shirts bis Jacken, entdecken Sie die neuen B&C Modelle, lassen Sie sich **inspirieren**, heben Sie Ihre Marke hervor, machen Sie Geschäfte mit **Stil**

B&C COLLECTION

T-shirts



B&C Blondie Classic /women | B&C Mick Classic /men | B&C Patti Classic /women | B&C Iggy Classic /men | B&C Pink Classic /women | B&C Iggy Slub /men | B&C Pink Slub /women | B&C Patti Slub /women | B&C Mick Slub /men | B&C Blondie Slub /women | B&C Patti Deluxe /women | B&C Mick Deluxe /men | B&C Blondie Deluxe /women | B&C Exact 190 Top /women | B&C Exact 190 Top /men

Sweatshirts **Fleeces** **Jacken**



B&C Hooded Full Zip /w | B&C Hooded Full Zip /m | B&C Coolstar /w | B&C Coolstar /m | B&C Dynamic | B&C Real+ /women | B&C Real+ /men | B&C X-Lite Sotshell /women | B&C X-Lite Sotshell /men | B&C Cocoon+ /men | B&C Cocoon+ / women

ALSO AVAILABLE IN KIDS: B&C HOODED FULL ZIP /KIDS

KATALOG 2011 Jetzt Erhältlich

Bestellen sie über unsere website www.be-collection.eu

be inspired



SORTIMENT ERWEITERT

Auf die Herstellung und den Vertrieb von Schürzen, Baumwolltaschen, Hemden, Blusen und Kindertextilien für den Promotionmarkt hat sich die holländische Firma Halink spezialisiert. Die Sortimente werden unter Labels wie Link Kitchenwear oder Link Kids Wear zusammengefasst. Für das Jahr 2011 sind neue Modelle entwickelt worden, wie zum Beispiel die Barbecue-Schürze XL, oder es gab eine Erweiterung des bestehenden Sortiments mit trendigen Farben. So sind jetzt viele Schürzen auch in der Modefarbe Lila zu haben. Die Marke Link Kids Wear ist ganz neu. Angeboten wird hierbei eine eigene Linie an Lätzchen und Babybodys in verschiedenen Farben und Qualitäten. Alle Produkte sind qualitativ hochwertig und erfüllen alle Standards bezüglich Sicherheit und Umweltschutz, betont der Hersteller.

10D61

45028 • Halink Groethandel in Promotionele Textiel B. V. • Tel +31 541 523004
info@halink.nl • www.halink.nl

JEDE MENGE NEUES

Das Jahr 2011 soll für Kunden der Hanesbrands GmbH ein Jahr der Innovationen werden. So wurde die Tagless-organic Kollektion gleich mit zwölf neuen Modellen bereichert, alle gefertigt aus zertifizierter, gekämmter Bio-Baumwolle. Neben T-Shirts sind nun auch Polohemden und Kapuzensweatjacken für Herren, Damen und Kinder aus diesem biologisch unbedenklichen Material zu haben. Die neuen Modelle präsentieren sich in attraktiven, hochmodischen Farben und trendigen Schnitten. Das Besondere an der Kollektion ist die Cool-DRI-Technologie. Diese sorgt dafür, dass das Gewebe schneller trocknet und darüber hinaus schmutzabweisend, bügelfrei und antistatisch ist.

10D24/10E27

45383 • Hanesbrands Europe GmbH • Tel +49 241 70502-0
europe.info@hanesbrands.com • www.hanes.eu





NIEDEREGGER
LÜBECK

INDIVIDUELLE MARZIPAN-SONDERANFERTIGUNGEN



PSI MESSE HALLE 10
STAND NR. D03/D07

Nutzen Sie die Wirkung des Besonderen: Meisterhafte Sonderanfertigungen aus Marzipan mit hohem Aufmerksamkeitswert und einzigartigem Charakter.

Von Ihrem Firmenzeichen bis zur Nachbildung Ihrer Produkte aus Marzipan, vom Messe-Give-Away bis zum Weihnachtsgeschenk. Auch repräsentative Geschenkkartons werden nach Ihren Vorstellungen von uns liebevoll befüllt.

J. G. Niederegger GmbH & Co. KG
Zeißstraße 1–7 · 23560 Lübeck · Postfach 2117 · 23509 Lübeck, Germany
Telefon 0451/5301-0 · Fax 0451/5301-297
Internet: www.niederegger.de · E-Mail: info@niederegger.de





HYGIENISCH MESSEN

Während die Manschette des herkömmlichen Blutdruckmessgerätes von einem Patienten zum nächsten wandert, verhindert die Einwegmanschette von Dispotech zuverlässig die Übertragung unerwünschter Keime. Die Manschette zum Abreißen von der Rolle steckt in einem Karton mit 25 oder 50 Einheiten und kann jeweils bei Bedarf frisch entnommen werden. Sie ist für den Einsatz als Werbmittel dreifarbig bedruckbar und wird mittels eines selbstklebenden Streifens sicher am Arm des Patienten fixiert. Die Spenderbox selbst kann vierfarbig bedruckt werden.

10D20

46892 • Dispotech Srl. • Tel +39 343 36711
info@dispotech.it • www.dispotech.com

SCHARFES BILD AUF FROTTIER

Frottierhandtücher mit speziellen Bordüren, die im Transferdruck veredelt werden können, bringt Framsohn mit zur PSI Messe. Dank der speziellen von Framsohn entwickelten Produktionstechnik ist der Transferdruck nach dem Auftrag außerordentlich hochauflösend und detailreich. Diese Eigenschaften bleiben auch nach vielen Wäschen erhalten, verspricht der Anbieter. Farblich und grafisch individuelle Designs, aufwendige Logos oder Bilderdrucke in Fotoqualität sind jetzt auf Frottier kein Problem mehr. Darüberhinaus kann jedes einzelne Handtuch mit einer individuellen Botschaft bedruckt werden. Damit bekommen Glückwünsche für Kunden oder Mitarbeiter eine ganz eigene Note.

10K64

47628 • Framsohn Frottier GmbH • Tel +43 2862 52455320
isabella.zeller@frahmsohn.at • www.framsohn.at





INFOCENTER MIT DIREKTKONTAKT

Ein neuer Eyecatcher auf jedem Schreibtisch ist der Stifteköcher ExclusiveInfo von Spranz. Der gesetzlich geschützte High-Tech-Artikel kann weit mehr, als nur Stifte im Blickfeld halten. Er verfügt über einen 3er-USB-Hub mit Highspeed-2.0-Unterstützung und zusätzlich als Infocenter ein blaues LED-Display mit Anzeige von Zeit, Datum und Temperatur. Das herausragende Extra ist allerdings der Hot Button an der Frontseite des Köchers. Dieser lässt sich mit jeder beliebigen Homepage programmieren. Der Vorteil: Drückt der Kunde auf diesen Knopf, ist er automatisch mit der Homepage des werbenden Unternehmens verbunden. Der Artikel wird inklusive USB-Kabel und deutscher Bedienungsanleitung in einer schwarzen Designkartonage geliefert.

10E03/10E07

41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 984880
info@spranz.de • www.spranz.de

www.bolagema.com

BOLA GEMA

PAKISTAN / UK & USA

PSI 40836 SA 8000 SAI IMAC

MEET US AT;

PSI SHOW- DUSSELDORF JAN 12 to 14-2011 — 10 F20

ASI SHOW- ORLANDO JAN 23 to 25-2011 — 2238

ispo — ISPO WINTER - MUNICH FEB 6 to 9-2011 — C3 216

Let BOLA GEMA produces your

PROMTIONAL BALL CAMPAIGNS

for MEGA EVENTS IN 2011.

- FIFA'S WOMENS SOCCER WORLD CUP (Germany June 26- July 17- 2011)
- IRB- RUGBY WORLD CUP (NewZealand Sep 9 - October 23 - 2011)

Write us at sales@bolagema.com for more information on our company & products.



2011 PRODUCT HIGHLIGHTS



PROFESSIONAL HANDBALLS | PROFESSIONAL SOCCER BALLS | PROFESSIONAL CLOTHING | SUBLIMATION SHIRTS | LEARNING BALLS ALPHABETS & OBJECTS | LEARNING BALLS SHAPES & COLORS



EIN BALL FÜR ALLE FÄLLE

Das breite Produktportfolio von Bola Gema im Bereich Ballsport lässt kaum Wünsche offen. Dabei differenziert das Unternehmen seine Produkte sowohl für professionelle Anwender als auch für Hobbysportler oder einfache Ballspiele. Fußbälle, Handbälle und Volleybälle findet der Sportfan hier ebenso wie Rugbybälle oder den klassischen American Football. Im Segment der Freizeitbälle bietet das Unternehmen eine Reihe neuer Entwicklungen für Freunde des Beach-Volleyballs, aber auch bei den reinen Werbebällen an. Zum Sortiment gehören hier unter anderem Retro-Bälle oder Bälle, die nach ökologischen Gesichtspunkten produziert sind. Abgerundet wird das Angebot bei Bola Gema durch die passende Sportbekleidung.

10F20

47566 • Bola Gema Ltd. • Tel +92 52 3550426
sales@bolagema.com • www.bolagema.com

SCHARFES TEIL

Formschön und praktisch präsentieren sich die neuen Edelstahl-Reiben Greater Grater von Peel Appeal. Bei der extrem handlichen und scharfen Gewürz- und Zitrusreibe lassen sich die Reibeneinsätze aus gehärtetem Klingenstahl auswechseln und erweitern so den Einsatzbereich. Die Reibe ist für Links- und Rechtshänder geeignet und besteht aus rostfreiem Edelstahl. Sie ist damit auch spülmaschinengeeignet. Mehrfache internationale Auszeichnungen für Funktionalität und Design unterstreichen die Wertigkeit dieses Küchengerätes.

10A43

47418 • Peel Appeal GmbH • Tel +41 52 7701560
info@peelappeal.com • www.peelappeal.com





BOOM AM SCHLÜSSELBUND

Einen wahren Boom haben in den letzten Jahren die ursprünglich aus dem Luftfahrtbereich stammenden gewebten Schlüsselanhänger erlebt. Von happyRoss kommt jetzt eine Variante, die gegenüber den herkömmlichen bestickten Anhängern einen deutlich sichtbaren Vorteil haben. Während eine Bestickung naturgemäß Einschränkungen bei der Klarheit der Werbebotschaft mit sich bringt, können bei den komplett gewebten Schlüsselanhängern von happyRoss selbst kleinste Details noch wiedergegeben werden und auch komplizierte Logos verlieren ihren Schrecken.

10D16

44954 • happyROSS GmbH • Tel +49 4532 28050
info@happyross.de • www.happyross.de



USB AUF TOUR

Ein Sortiment der wichtigsten USB-Accessoires für den Einsatz unterwegs hat Sofrie für Laptop-Nutzer jetzt in einem stylishen Etui in edlem Carbon-Finish zusammengestellt. Das praktische Set enthält neben einer optischen Maus eine USB 2.0 Hub und dazu passende Verlängerungs- und Anschlusskabel. Mit diesem hilfreichen Set macht Arbeiten unterwegs noch mehr Spaß, zumal das Etui dafür sorgt, dass alle wesentlichen Accessoires griffbereit bleiben.

10F54

43917 • Sofrie S. A. • Tel +33 1 43112222
addex@sofrie.com • www.addex.com

-Anzeige-



® Die Softshell Jacke **WEISSHORN**, 100% recyceltes Polyester, atmungsaktiv und wasserdicht, erhältlich als Damenmodell Engelberg, finden Sie auf **www.respect-code.org/weisshorn**

Besuchen Sie uns auf der PSI in Düsseldorf, Halle 10, Stand B44/B50, 12. – 14.01.2011

switcher
made with respect



QUALITÄT TRIFFT VIELFALT

Hohe Strapazierfähigkeit in Verbindung mit modischen Schnitten und großer Farbauswahl sind die Merkmale der neuen Poloshirts Susa und Iseo von CG Workwear. Das feinmaschige Piqué mit gekämmter Baumwolle ist hautfreundlich und angenehm zu tragen. Die Poloshirts sind in allen Farben bei 95 Grad Celsius waschbar und farbecht. Sie sind bereits vorgewaschen und bleiben so ab dem ersten Waschgang immer in Form. Doppelnähte, verriegelte Seitenschlitze und ein stabiles, festes Gewebe machen die besondere Strapazierfähigkeit von Susa und Iseo aus. Die neuen Polos gibt es in 10 aktuellen Farben, vom hellen Champagner über kräftige Töne wie Aperol und Lemon bis zum trendigen Aubergine.

10C14

46125 • CG Workwear • Tel +49 8061 495290
cengiz@cgworkwear.com • www.cgworkwear.com

GESCHÜTZT BEI WIND UND WETTER

Zu den beliebtesten Produkten im Werbemittel-Segment bei Lambeste Textil in der Hong Fang Group zählen die wind- und wetterfesten Jacken, Westen und Sweater aus Softshell. In den vergangenen 15 Jahren hat sich das Unternehmen insbesondere bei Werbeagenturen in diesem Segment einen Namen gemacht. Das verarbeitete TPU-Material bietet einen hohen Tragekomfort und ist zudem warm, wasserabweisend und atmungsaktiv. Die breite Farbpalette und die Möglichkeit, Reflexstreifen einzuarbeiten, machen die Produkte für werbende Unternehmen besonders interessant.

10A10

47614 • Hong Fang CZ Group S.R.O. • Tel +420 281 925505
info@lambeste.eu • www.lambeste.eu





12. - 14. 1. 2011
DÜSSELDORF

BESUCHEN SIE UNS
AUF DER PSI 2011

Halle 10, Stand 10A54.

www.adler.info

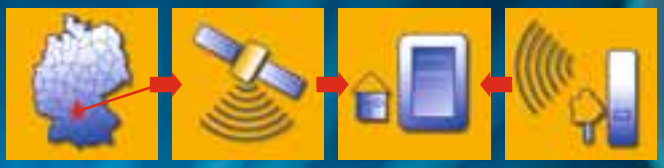
Die SUPER-NOVA

TFA

WETTER direkt

Das Erfolgsmodell Nr. 1

- Profi-Wettervorhersage für Ihre Region
- von Wetteronline.de per Satellitentechnik
- kostenlos mehrmals täglich auf Ihre Station
- lokale Außenwerte über Sender



Nova – Satellitengestützte Funk-Wetterstation



- *Wettervorhersage für die nächsten zwei Tagesabschnitte (+6/+12 Stunden)*
- *36 verschiedene Wettersymbole*
- *Voraussichtliche Höchst- und Tiefstwerte*
- *Sturmwarnung, Max-/Min-Werte*
- *Außentemperatur über Sender*
- *Raumklima, Uhrzeit, Weckalarm und Datum*

Besuchen Sie uns auf der PSI
Halle 10 K34!

TFA Dostmann GmbH & Co. KG · Tel. 09342-308-0
www.tfa-dostmann.de · info@tfa-dostmann.de

TFA GERMANY

WETTER direkt



ORIENTIERUNG LEICHT GEMACHT

Für einen jahrelangen Dauerbetrieb ist das Brennenstuhl-Orientierungslicht mit Dämmerungssensor ausgelegt. Die zwei Leuchtdioden sorgen für ein sanftes und unaufdringliches Licht. Die Leuchte, die direkt in die Steckdose eingesteckt wird, vermittelt Sicherheit in dunkeln Räumen und auf Treppen. Sie schaltet sich bei Dunkelheit automatisch ein. Durch moderne LED-Technik ist der Stromverbrauch extrem gering.

10K23

41141 • Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. KG • Tel +49 7071 8801186
werbemittel@brennenstuhl.de • www.brennenstuhl.com

MASSSTAB MIT MEHRWERT

Mit dem Maßstab Longlive All in One stellt Meterex einen außergewöhnlichen Zollstock mit Mehrwert vor. Mit einem im Anfangsglied integrierten Messschieber können Bohrlochtiefen für Dübel oder andere Tiefenmessungen wie mit der Schieblehre bestimmt werden. Arretiert man diesen Messschieber in das 3. Glied, wird er zum Winkelmesser. Piktogramme auf der Rückseite zeigen jedem Anwender die Bedienung genau an. Der Maßstab wird in der Schweiz aus hochwertigem Polyamid gefertigt, wodurch er ritz-, kratz- und biegefest, wasserbeständig und chemikalienresistent ist. Diese Merkmale wissen Handwerker und Techniker zu schätzen und machen den Zollstock daher für diese Zielgruppe zu einem interessanten Hilfsmittel.

10G63

41836 • meterex – Karl Kuntze GmbH & Co. • Tel +49 2173 9988690
kuntze@meterex.com • www.meterex.com





KLITSCHKO AM SCHLÜSSEL

Boxen ist in den letzten Jahren mehr und mehr auch zu einem Volkssport geworden, wie das häufiger werdende Angebot auch in normalen Fitnessstudios zeigt. Albene als Spezialist für Boxhandschuhe vom Promotion- bis Profimodell hat den Handschuh jetzt als Talisman für die Hosentasche entdeckt und mit einem Schlüsselanhänger kombiniert. Fans von Vitali und Wladimir Klitschko oder Regina Halmich & Co. können den Miniboxhandschuh als Einzelstück am Schlüssel oder als Paar Miniboxhandschuhe mit Schnürung für den Rückspiegel im Auto nutzen. Auf Wunsch kann auch der entsprechenden Punching-Sack oder Matchsack mitgeliefert werden.

10A13

44533 • Albene GmbH Marketing Handel • Tel +49 89 47078600
info@albene.de • www.albene.de



ERFOLG MIT KONZEPT

Mit einer vielseitigen Präsentkonzeption ist den Medien-Profis von micx die Neueinführung der Media-Sets gelungen. Attraktive Produktvariationen waren der Grund für einen außerordentlich erfolgreichen Start im Werbemittelmarkt. Neben einem umfangreichen und wachsenden Standardsortiment werden die Sets überdies mit individuellen Inhalten und Gestaltungskonzepten im Look & Feel der Marke arrangiert. Die vielseitig gestaltbaren Inhalte und Elemente werden bis hin zu personalisierten Ansprachen mit stimmigen Medienträgern umgesetzt. Möglich sind neben Musik-CDs auch Hörbücher, DVD-Filme oder Software-Specials und individuelle Kundenproduktionen.

10G73

45899 • micx – media in concept gmbH & co. kg • Tel +49 5205 99100
info@micx-media.de • www.micx-media.de



WEISSE WARE

Die White Cases von Licefa, dem Spezialisten für qualitativ hochwertige Verpackungslösungen, sind flexibel in puncto Größe und werden in unschlagbar vielen Ausstattungsvarianten geliefert. So gibt es kundenspezifische Einlagen wie hochwertige Tiefzieh- oder Schaumstoffelemente. Zusätzlich kann aus zwölf trendigen Verschlussfarben gewählt werden, die zum Corporate Design des Kunden passen. Als Blickfang lassen sich die Verschlüsse zusätzlich mit einem Kundenlogo veredeln. Auch Siebdruck als Werbeübermittler ist möglich. Die Koffer gibt es in neun Größen von A6 bis A3 in verschiedenen Oberflächen-Qualitäten.

10D13

44862 • Licefa Kunststoffverarbeitung GmbH & Co. KG • Tel +49 5222 280441
info@licefa.de • www.licefa.de



Vielfältig

Große Auswahl an Tassen, Untertassen und Henkelformen

Exklusiv Die Nemo- und Bozo-Porzellanserien sind nur bei Fliedner erhältlich

Individuell Aufdruck Ihres Logos oder Motivs

Erstklassig Handarbeit garantiert erstklassige Qualität

Besuchen Sie uns auf der PSI Halle 10, Stand A 14





Fliedner Werkstätten
Lahnstraße 42/44
45478 Mülheim/Ruhr
Tel.: 0208-4448-0
www.werkstaetten.fliedner.de

Menschen mit Behinderungen Theodor Fliedner Stiftung



Der Umgang mit schwierigen Situationen, in denen man zum Opfer gemacht werden soll, ist erlernbar.

BETRIEBSPRAXIS

STRATEGIEN GEGEN STRESS UND ÄRGER

Das Klima in der Wirtschaft ist rauer geworden. Verschärfter Wettbewerb, steigende Kosten, anspruchsvoller werdende Kunden und Umsatzrückgänge – diese Faktoren, mit denen Unternehmen kämpfen, wirken sich auch nach innen aus. Leidtragende sind dabei oft die Mitarbeiter. Es gibt wirksame Strategien, um im Arbeitsalltag aus der Opferrolle herauszukommen.

Wenn immer mehr Arbeit auf immer weniger Schultern verteilt wird und Ansprüche und Druck wachsen, ist Ärger im Job vorprogrammiert. Oft sind es die loyalsten und treuesten Mitarbeiter im Betrieb, die am meisten darunter leiden. Die Dynamik, die sich durch ein zunehmend ungünstiger werdendes Betriebsklima entwickelt, kann sich stark negativ auf Image und Erfolg eines Unternehmens auswirken.

AUCH CHEFS MACHEN FEHLER

Der Chef, selbst erhöhtem Druck ausgesetzt, gibt Informationen unzulänglich oder gar nicht an seine Mitarbeiter weiter, erhöht den Druck, kritisiert und kontrolliert unablässig und stellt unerfüllbare Forderungen. Auf der Suche nach dem Schuldigen lässt er seine Launen schließlich an den Mitarbeitern aus oder lässt sie schlicht links liegen.



Wer besonnen und überlegt handelt, kann Krisensituationen im Beruf konstruktiv meistern.

ÄRGER AUF ALLEN EBENEN

Die folgenden Beispiele aus der betrieblichen Praxis zeigen, dass Ärger im Job viele Facetten hat. Gestresste Mitarbeiter geben den Druck weiter, indem sie Kollegen die Arbeit überlassen oder sie gar ins Messer laufen lassen. Oftmals verbreiten sie auch schlechte Stimmung, nehmen eine negative Grundhaltung ein, streuen Gerüchte oder verbreiten bewusst Unwahrheiten über andere. Auch Ärger mit Kunden führt zur weiteren Verschlechterung des Jobklimas: Es ist sicherlich schwierig, die Contenance zu wahren, wenn Kunden, die zunehmend kritischer und anspruchsvoller werden, sich im Ton vergreifen, das Gewünschte sofort einfordern wollen, unmögliche Forderungen stellen und sich unaufhörlich beschweren. Für Vorgesetzte ist Ärger vorprogrammiert, wenn die Mitarbeiter ihren Aufgaben nicht oder nur unzureichend nachkommen, wenn sie überall Probleme sehen, die Dinge laufen lassen und keine Verantwortung übernehmen möchten oder stets nach Gründen suchen, warum etwas nicht geht.

ANLÄSSE FÜR KÜNDIGUNGEN

Umstrukturierungen, Organisationsänderungen, Einführung von neuen Arbeitsmitteln und Änderungen von Prozessen führen oftmals zu Benachteiligung oder vollständiger Ausgrenzung von Mitarbeitern. Bisweilen werden vorgenannte Maßnahmen als Anlass benutzt, um Angestellte zu kündigen. Werden Mitarbeiter nicht über wesentliche personelle, organisatorische oder prozessuale Veränderungen informiert und stattdessen vor vollendete Tatsachen gestellt, wird ihnen schlichtweg die Chance genommen, sich adäquat in solche Entwicklungen aktiv mit einzubringen. In der Folge werden die daraus entstehenden Probleme den Mitarbeitern angelastet. Zu den Folgeerscheinungen gehören Drohungen, mit denen Zugeständnisse erreicht werden sollen. Kunden reagieren mit Druck, Beschwerden und Reklamationen. Gerüchte sorgen für Verunsicherung. Setzt die Geschäftsführung dann auf Trennung, werden im Zuge dessen auch leichte Fehler eines Mitarbeiters bewusst dramatisiert, um zu verunsichern oder versteckte Ziele zu erreichen. Mögliche Folgen: Kollegen verunglimpfen Kollegen, ohne dass der Vorgesetzte einschreitet. Kollegen suchen sich ein Opfer, das sie denunzieren, ausgrenzen oder über gezieltes Mobbing aus der Mannschaft zu drängen suchen. Dann wird es auch für Vorgesetzte, insbesondere für jene der mittleren Führungsebene, zunehmend schwieriger, Mitarbeiter angemes-



Bei Streitigkeiten im beruflichen Umfeld müssen immer auch die rechtlichen Aspekte berücksichtigt werden.

sen zu führen: Es liegt in der Natur der Sache, dass verunsicherte und verärgerte Mitarbeiter mauern, sich auf Dienst nach Vorschrift beschränken, Fehler vertuschen wollen, überall Probleme sehen und Projekte gegen die Wand laufen lassen.

WEGE AUS DEM DILEMMA

Es gibt immer Lösungswege. Um aus dem Dilemma, das vorgenannte Szenarien beispielhaft beschreiben, herauszukommen, ist ein erster Schritt in die richtige Richtung, zunächst einmal Distanz zu schaffen und einen anderen, erweiterten Blickwinkel auf die problematische Situation zu gewinnen. Dann werden Ansätze erkennbar wie ein Mitarbeiter zu erfolgreicheren Verhaltens- und Reaktionsweisen finden kann. Eine gute Lösung wird in vier Schritten gefunden mit Hilfe der folgenden Fragestellungen:

Das Ziel: „Was will ich letztlich erreichen?“
Die Strategie: „Wie gehe ich vor? In welchen Schritten in welcher Reihenfolge? Wen beziehe ich mit ein?“
Das Verhalten/die Kommunikation: „Was tue und sage ich in der Kommunikation und Interaktion mit den Beteiligten? Welche Argumente und Belege kann ich bringen? Welche Handlungsalternativen bieten sich mir?“
Die Gefühle: „Wie schütze ich mich vor Angriffen, Übergriffen, Verletzungen? Wie bleibe in einem guten Zustand und schone meine Ressourcen?“ und „Was kann ich tun, wenn ich ‚an der Wand stehe‘?“ Nur wer weiß, was er tun kann, wenn er an der Wand steht, eine Strategie hat und zudem Ruhe bewahrt, ist in der Lage, sich mit neuer Überzeugung, Mut und Willen in eine bessere Position zurückzubringen.

BERUFUNG AUF VORSCHRIFTEN UND RECHTE

Oft sind auch rechtliche Aspekte zu berücksichtigen. Es ist unabdingbar abzuklären, auf welche Rechte man sich stützen kann und welche Vorschriften anwendbar sind. Mancher Mitarbeiter, der schwierigen Bedingungen im Job ausgesetzt ist, fühlt sich deshalb oft so hilflos und blockiert, weil er tief in Emotionen steckt und daher nicht erkennt, welches Ziel und welche Strategie der Gegenspieler verfolgt. Das macht ihn glauben, unfähig zu sein, einen Ausweg aus der bedrückenden Situation zu finden. Ohnmächtige Wut, Verzweiflung oder Verletzungen sitzen dann oft abends zu Hause mit am Familientisch. Auslöser hierfür kann ein strategisch einfaches und zugleich effektives Mittel sein: Der Gegenspieler hat auf ein entsprechendes psychologisches „Knöpfchen“ gedrückt,

Car Sunshades
Autosonnenblenden | Paresoleil

A lasting impression...

SUMMER & WINTER



More than 25 different sunscreen models *



Compact Standard 130 x 60 cm

The perfect protection against snow and frost *

Winter-Shield
175 x 75 cm



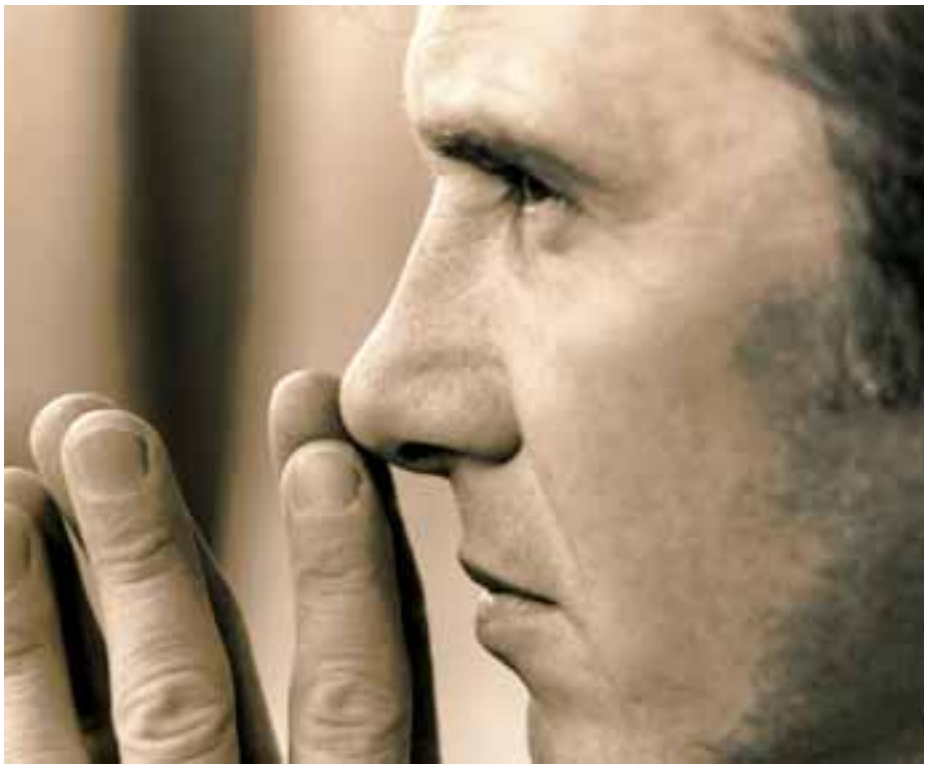
* Model patented by Clipy®



clipy@clipy.com
Tel.: 0034 91 523 82 06

www.clipy.com

Clipy® PSI Member



Wer mit Vorwürfen konfrontiert wird, sollte Unterstellungen immer hinterfragen und sich nie unter Druck setzen lassen.

und damit ein starkes negatives Erlebnis aus der Vergangenheit beim Kollegen aktiviert. In einer solchen oder ähnlichen Situation bedarf es der Beratung durch einen erfahrenen Gesprächspartner, der im ersten Schritt mit ihm die Situation analysiert und Klarheit schafft über das, was sich ereignet hat. Dies geschieht, indem er aktiv zuhört, hinterfragt, nachvollziehbares Feedback gibt und alternative Blickwinkel auf das Geschehen vermittelt. Schon die Klärung verschafft dem Betroffenen das Gefühl der Erleichterung, stoppt die Sackgasse der Selbstkritik und hilft, den eigenen Anteil sowie den der übrigen Beteiligten klarer wahrzunehmen. Erst in einer zweiten Phase werden dann Lösungsansätze erarbeitet. Sinnvoll ist überdies, das künftige, erfolgversprechendere Verhalten einzustudieren, damit es im Firmenalltag sicher abgerufen und umgesetzt werden kann.

VORWÜRFE ABSCHWÄCHEN DURCH HINTERFRAGEN

Schwierig wird es für einen Mitarbeiter immer dann, wenn er alleine mehreren Gesprächspartnern gegenübersitzt, deren Absichten und Strategien er nicht kennt respektive nicht einschätzen kann. Nicht selten fühlt sich der Betroffene dann schnell in die Enge gedrängt und beginnt sich zu rechtfertigen. Manche einer solchen Drucksituation entsprungene Rechtfertigung liefert dann der anderen Seite prompt weiteren Stoff für Angriffe. Ein Beispiel, wie sich Betroffene wirksam aus derartigen Situationen befreien können, ist die Fragehaltung: Wer konsequent die Vorwürfe hinterfragt und sich die Unterstellungen konkretisieren lässt, gewinnt Klarheit über deren Hintergrund und vor allem bleibt er auf Augenhöhe mit dem Gesprächspartner.

GRUNDREGELN EINHALTEN

Professionell handelt, wer besonnen und wohlüberlegt folgende Grundregeln einhält: Der Mitarbeiter sollte sich nie mit einem kurzfristigen Termin oder einer Entscheidung unter Druck setzen lassen. Zudem gilt, stets Bedenkzeit zu fordern, wenn eine Entscheidung sofort verlangt wird. Nie sofort einem Vorschlag zuzustimmen, dessen Konsequenzen nicht überschaubar sind, ist ein weiteres Muss, um sich zu schützen. Wer sich in einer Situation verwirrt und blockiert fühlt, kann sicher sein, dass irgendetwas nicht stimmt und sollte auf jeden Fall auf das eigene Gefühl hören - auch wenn er den Grund noch nicht erkennen kann. Daher gilt: Abstand gewinnen, um nachzudenken und dann anbieten, später zu einem neu zu vereinbarenden Zeitpunkt darauf zurückzukommen.

AUSWEGE AUS DER KRISE

Auch aus scheinbar ausweglosen Situationen gibt es Auswege. Der Umgang mit schwierigen Situationen, in denen man zum Opfer gemacht werden soll, ist erlernbar. Es gibt eine Reihe von wirksamen Methoden und Techniken in den Bereichen Kommunikation und Strategie. <



Armin Marks ist seit über 25 Jahren als Trainer, Moderator, Berater, Sprecher und systemischer Coach mit den Themenbereichen Kommunikation, Kundenorientierung, Verkauf, Führung, Changeprozesse für alle Mitarbeiterzielgruppen in Unternehmen in einer Vielzahl von Branchen in Industrie, Dienstleistung und Handel tätig.
www.armin-marks.de

INDOOR & OUTDOOR

- **Picknickdecken mit waterproof Unterseite**





- **Fleecedecken** jede Gewichtsklasse und Pantone-Farbe
- **Heim- und Kuscheldecken** auch mit Logo-Einwebung



- **Picknickkörbe** für 2 + 4 Personen, individuelle Ausführungen
- **Picknick-Rucksäcke** für 2 + 4 Personen
- **Picknick-Kühltaschen + Kühlkörbe**
- **Fahrrad-Picknick-Kühltaschen**
- **Mommy & Kids Bag**

Kompetenz und Individulität ist unsere Stärke…

Ambiente Country Life

Meinzer GmbH - Since 1964
An der Leitn 15 • D-92339 Beilngries
Tel. + 49 (0) 8461-70233 • Fax + 49 (0) 8461-7470
e-mail: info@ambiente-meinzer.de
www.ambiente-meinzer.de

Stick auf unsere Artikel aus dem Quality Choice Katalog

Spitzen Preise,
schnelle Lieferzeiten
und unterschiedlichste
Verpackungsmöglichkeiten für alle
Produkte aus unserem
Quality Choice Katalog.
Dies machen wir möglich
bei unserer Stickerei in Rumänien.

ARACO

Jaargetijdenweg 90
7532 SX Enschede
T: 053-4305255
E: Info@araco.nl

PSI Stand 11L23 / 11L29

Der neue
bottleball

Der **Volltreffer** für jedes Event.
Unser **kultiges Trink-** und **Verpackungsgefäß**
ist Ihr **individueller Werbe-** & **Merchandiseartikel**
2011.



bunt & leise!

Mehr zu der 0,33l Version unter
www.bottleball.de

ExpoGraf CardKeep International AB

We Keep Your Cards Safe !

Are you missing out on a market that grows 25% year in year out?

How many of the companies you work with today, use some kind of entry system or IDentification?



Ask us how we can help you increase your sales in 2011.

ExpoGraf CardKeep International has been established for 25 years and we are Northern Europe's largest manufacturer/distributor of ID & Security accessories.



ExpoGraf CardKeep International AB
Box 3042, SE-443 03 Stenkullen, Sweden
Website: www.cardkeep.com
Fax: +46 302 680 640
Tel: +46 302 680 600
Email: info@cardkeep.se

49. PSI MESSE 2011



Zentrum des PSI Messekomplexes ist die Halle 11 und was den optischen Eindruck betrifft, vielleicht auch der Primus inter Pares. Große und fantasievolle Standkonstruktionen laden förmlich zum Bummel durch die weite, vielseitige Welt der Werbeartikel ein. Auch der PSI Stand als zentrale Anlaufstelle für alle Mitglieder ist hier platziert.

Am Stand 11H54/11L63 befindet sich während der drei Messetage sozusagen die Leitzentrale des PSI. Hier finden die Mitglieder des PSI Netzwerkes ständig offene Ohren beim PSI Team für jedwede Fragen, Wünsche und sonstigen Belange rund um die zahlreichen Services und weiteren Vorteile der PSI Zugehörigkeit. Das umfangreiche Leistungsbündel des PSI, darunter die beiden Messen in Düsseldorf und Amsterdam, Veranstaltungen wie der PSI Talk, Kongresse und Konferenzen und PSI Publikationen wie das PSI Journal, das Händler- und Lieferantenverzeichnis sowie die Produktdatenbank Product Finder, wird hier direkt greifbar in Form der persönlichen Ansprechpartner. Die neue, kundenorientierte Service-Struktur des „Customer First“ ermöglicht hier (und natürlich auch in den Zeiten zwischen den Messen) eine Kundenbetreuung ohne lange Querverbindungen. Egal ob Rebooking für die kommende 50. PSI Messe, Werbeservice oder Verlagsauskunft, für jedes PSI Mitglied steht ein persönlicher Berater bereit. Ein Besuch am PSI Stand lohnt sich also. <



IDEALER WERBETRÄGER

Eine weltweit geschützte Neuentwicklung von iPhone-Zubehör stellt die 52 Orange GmbH vor: das My-iPhone-Case. Damit wird es möglich, Hand's Free zu telefonieren, Musik zu hören, zu navigieren, ein (leicht auswechselbares) Logo oder sogar eine SD-Card einzusetzen und ein Mini-USB sowie einen Geldschein oder ähnliche Dinge direkt am iPhone mitzuführen. Mit diesem Artikel kann nach Meinung des Lieferanten die riesige Gruppe der iPhone-Nutzer gezielt, effizient und stilvoll angesprochen werden. Die 52 Orange GmbH stellt somit ab sofort einen idealen Werbeträger zur Verfügung.

11G03

44226 • 52 Orange GmbH • Tel +49 2161 821330
info@52orange.com • www.52orange.com

JUNG – DYNAMISCH – SPORTLICH

Jung, dynamisch und sportlich, mit diesen Attributen lässt sich die Capetown-Serie kurz und bündig beschreiben, die das Bodenschatz-Design-Team kreiert hat. Alle Modelle, von der lässigen Crossover Bag bis hin zur trendigen Messenger Bag, sind aus hochwertigem, leicht genarbtem Vollrindleder gefertigt und verfügen über stufenlos verstellbare Schulterriemen sowie praktische Magnetverschlüsse. Das frische Kontrastfutter im Inneren betont den sportlichen Look dieser Serie. Ein weiteres Plus ist das durchdachte Organizer-System mit Extrafach für das Handy, übersichtlich unterteiltem Hauptfach sowie diversen Reißverschlussfächern.

11G44/11H43

41855 • Boschagroup GmbH & Co. KG • Tel +49 9222 600
service@boschagroup.com • www.boschagroup.com





NEUE MASSSTÄBE

Die neue Vorratsdose Twin-Box setzt neue Maßstäbe. Das ausgeklügelte Flügeltüren-System eröffnet ganz neue Möglichkeiten. Beide Teile lassen sich mit unterschiedlichen Motiven im hochwertigen und robusten IMould-Verfahren veredeln und erzielen somit einen besonderen Effekt. Das glatte, lebensmittelechte Material und die rundlichen Formen schmiegen sich geradezu den Händen an. Für doppelten Halt sorgen die beiden Klickverschlüsse oben und unten. Das Innenleben überzeugt durch seine Vielseitigkeit. Durch das Einsetzen von Trennwänden entstehen bis zu vier optimal nutzbare Stauräume. Rundum eine durchdachte Box made in Germany.

11F54/11G73

41369 • elasto form KG • Tel +49 9661 890 0
mail@elasto-form.de • www.elasto-form.de

BLUMIGE ZEITEN

Wer mit Shopper, Einkaufskorb & Co. angenehm auffallen und sich von der Masse mit langweiligen Taschen abheben möchte, liegt mit dem neuen Dekor marigold von Reisenthel genau richtig. Insgesamt 15 der beliebten Produkte des Familienunternehmens erstrahlen im fröhlichen Stil großformatiger Blumen. Dazu gehören auch die Klassiker Carrybag und Carrycruiser. Auch der neue Carrybasket macht im Blumendekor eine besonders gute Figur. Mit einem Fassungsvermögen von zwölf Litern und einer Tragkraft von zehn Kilogramm ist er der ideale Begleiter bei allen Einkäufen oder anderen Gelegenheiten.

11D42/11E41

47182 • Reisenthel Accessoires • Tel +49 8105 772920
promotion@reisenthel.de • www.reisenthel.com





FARBIGE AKZENTE

Mit den bunten Grills One-Touch bringt Weber Farbe in den Grillalltag, denn nun sind die Originale auch in vielen kräftigen Farbtönen zu haben. Selbstverständlich weisen auch die bunten Brüder des von Weber entwickelten Kugelgrills alle Vorzüge des Originals auf, wie Deckelgriff mit Hitzeschutz, integriertes Thermometer oder das One-Touch-System aus Edelstahl. Damit ist nicht nur für optimale Handhabung, Sicherheit und Pflege gesorgt, auch das richtige BBQ-Feeling lässt bei den Grillfans nicht lange auf sich warten.

11G66/11H73

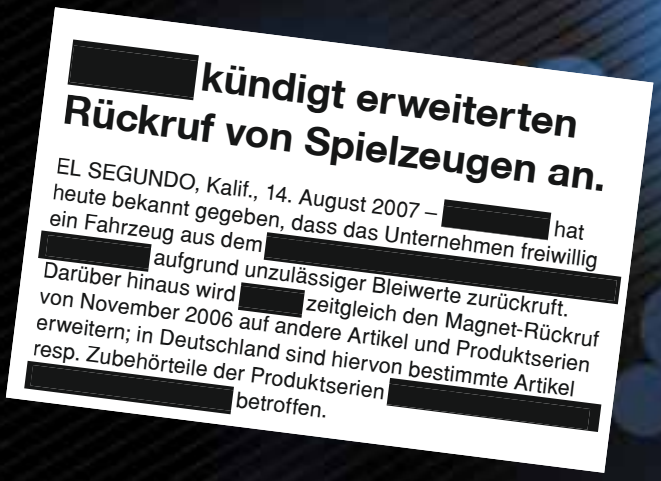
45961 • Weber Stephen Deutschland GmbH • Tel +49 6132 89990
b2b@weberstephen.com • www.weber.eu

Haben Sie das schon gelesen?



Die Fastfoodkette [redacted] ruft 12 Mio Cadmium belastete Gläser zurück.

Los Angeles (apn) Ausgerechnet eine Kampagne für gesünderes Essen hat sich für die Fast-Food-Kette [redacted] wegen schwermetallverseuchter Trinkgläser zum PR-Flop entwickelt.
Das Unternehmen rief am Freitag in den USA zwölf Millionen Sammelstücke mit Motiven aus dem Animationsfilm [redacted] zurück. Die US-Produktsicherheitskommission CPSC hatte festgestellt, dass die Farbe auf den Bechern das krebserregende Schwermetall Cadmium enthält.
Die Gläser, erhältlich mit vier verschiedenen Motiven, wurden in den USA seit dem 14. Mai für zwei Dollar pro Stück verkauft. Die Kunden sollten sie nicht mehr benutzen, weil die Gefahr bestehe, dass Spuren der Farbe an den Händen haftenblieben, erklärte [redacted] nun. Wenn Kinder dann ihre ungewaschenen Hände in den Mund steckten, sei eine Schädigung der Gesundheit langfristig nicht auszuschließen.



[redacted] kündigt erweiterten Rückruf von Spielzeugen an.

EL SEGUNDO, Kalif., 14. August 2007 – [redacted] hat heute bekannt gegeben, dass das Unternehmen freiwillig ein Fahrzeug aus dem [redacted] aufgrund unzulässiger Bleiwerte zurückruft.
Darüber hinaus wird [redacted] zeitgleich den Magnet-Rückruf von November 2006 auf andere Artikel und Produktserien erweitern; in Deutschland sind hiervon bestimmte Artikel resp. Zubehörteile der Produktserien [redacted] betroffen.

Mit uns gehen Sie auf **Nummer sicher!**

Um gesetzliche Vorschriften und Normen einzuhalten und sichere Produkte anbieten zu können, legen wir bereits bei der Anfrage auf die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben großen Wert.

Mit Unterstützung der Datenbank CoPilot erstellen wir definierte Produktanforderungen für unsere Produkte und stellen die Rechtskonformität unseres Unternehmens sicher.

Bei Importartikeln werden wir von unseren Mitarbeitern in Shanghai und Ningbo unterstützt, die in direkter Kommunikation mit den Herstellern unter Kenntnis der chinesischen Kultur und Sprache alle unsere Anforderungen umsetzen.

Hier ein paar Beispiele für die umfangreichen Sicherheits- und Qualitätsprüfungen, die wir in unserem Haus, im eigenen Prüflabor von Dipl.- Ing. (FH) Susanne Regler durchgeführt werden:

- Prüfung auf Schwermetalle: mit der Analysepistole, die nach dem Röntgenfloureszenzverfahren arbeitet. Mit diesem Prüfmittel können wir Schwermetalle in den Artikeln und den Verpackungen nachweisen. So sind wir sicher, dass speziell die gesetzlich verbotenen Schwermetalle Blei, Cadmium, Quecksilber, Chrom VI, polybromierte Biphenyle und Diphenylether in unseren Produkten nicht enthalten sind.
- Belastungstests: z.B. die Stabilität der Träger von Rucksäcken, Taschen und Reisegepäck
- Dauerprüfungen: z.B. das Verhalten der Scharniere der Brotboxen, beim Öffnen und Schließen bis zu 5000 mal.
- Funktions- und Gebrauchstests: z.B. die Dichtheit von Trink- und Isolierflaschen oder Zugprüfungen an Nähten und Reißverschlüssen
- Prüfung auf scharfe Ecken und Kanten
- Wasch- und Reinigungsprüfungen: z.B. das Schrumpfverhaltung von Textilien
- Speichel- und Schweißechtheit: z.B. das Abfärben von Textilien, die direkt auf der Haut getragen werden

Gesetze und Normen schreiben Gebrauchsanleitungen und Warnhinweise für entsprechende Produkte vor. Wir erstellen die Gebrauchsanleitungen und bringen alle erforderlichen Warnhinweise und Aufschriften auf den Produkten oder ihren Verpackungen an.



Prüflabor



Röntgenfloureszenzspektroskopie

WIR LADEN SIE EIN ZUR

PSI 2011

DÜSSELDORF

12. BIS 14.01.2011

HALLE 11 STAND F54/G73

ERLEBEN SIE DIE NEWS & TRENDS AUS DEM WERBEMITTELBEREICH!

elasto form KG, Franz-Sollfrank-Straße 6, D-92237 Sulzbach-Rosenberg, hotline: + 49 (0)9661 890 0, mail@elasto-form.de
Weitere Informationen finden Sie online unter: **www.elasto-form.de**



DÉJÀ VU

Das Kugelpendel, das auf dem Design des französischen Physikers Mariotte beruht, dürfte so ziemlich jeder schon einmal gesehen haben. Denn es steht schon beinahe 50 Jahre auf so manchem Schreibtisch und ist doch immer noch ein beliebtes und dekoratives Spielzeug. Optisch verändert haben sich die schwingenden und klackenden Kugeln nur wenig, wie anhand der Ausführung von team-d ersichtlich ist. Dieses Modell des sogenannten Newtonpendels steht auf einer schwarzen Kunststoffbasis mit den Maßen 10,5 x 9,2 Zentimeter. Werbebotschaften werden wunschgemäß aufgedruckt. Als Verpackung dienen Einzelkartons.

11H72

44186 • team-d Import-Export Warenvertriebs GmbH • Tel +49 7181 989600
info@team-d.de • www.team-d.de

HAUCHDÜNNE BOTSCHAFTER

Mit einer absoluten Neuheit, die nach Aussage des Herstellers in der Welt einmalig ist, wartet die Drechslerei Kuhnert auf. Es geht dabei um sogenannte Furnierlabel, die aus hauchdünnen Holzfurnieren bestehen und im Gegensatz zu herkömmlichen Furnieren biegsam und nahezu unzerbrechlich sind. Diese Eigenschaften hat Kuhnert erreicht, indem das nur 0,3 Millimeter dünne Furnier auf einer speziellen Maschine beidseitig mit einer innovativen Beschichtung versehen wird. Die lasergravierten Etiketten verleihen jeder Personalisierung einen Hauch von Exklusivität und bringen Firmenlogos, Danksagungen oder Werbebotschaften voll zu Geltung.

11L51

48061 • Drechslerei Kuhnert GmbH Erzgebirgische Holzkunst • Tel +49 3746 2636410
frank@kuhnert-gmbh.de • www.furnierlabel.com





STETS GEPFLEGTE NÄGEL

Das kennt bestimmt jeder: Man ist unterwegs und ein Fingernagel bricht ab, reißt ein oder ist auch nur zu lang. Dann ist es gut, wenn man eine Nagelfeile zur Hand hat, wie sie von der Firma Maximex empfohlen wird. Die praktische Glasfeile mit dem NamenTo Go ist ein neues Highlight in dem breiten Sortiment an Schlüsselanhängern, stets einsatzbereit, vielseitig gestaltbar und hochwertig in der Funktion. Der Werkstoff Glas bringt sehr viele Vorteile mit sich, unter anderem pflegt dieses nahezu abnutzungsfreie Material die Nägel sanft und schonend. Bei Maximex kann eine breite Palette an Standardformen abgerufen werden. Ab 500 Stück werden Sonderformen, vierfarbig und vollflächig bedruckt, angeboten.

11M30

43332 • Maximex Import-Export GmbH • Tel +49 212 230650
info@maximex.de • www.maximex.de



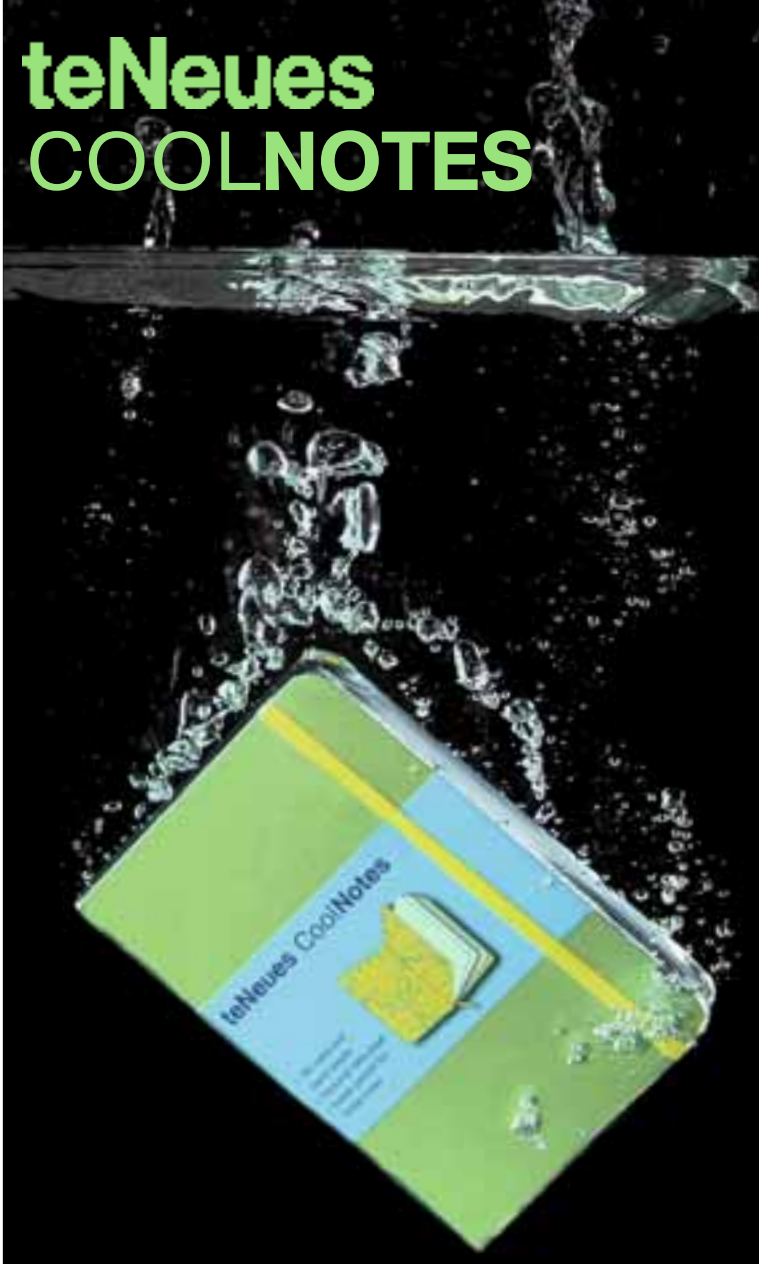
BEWÄHRTES IN NEUEM OUTFIT

Der bekannte Kalenderhersteller Kaai hat einigen seiner bewährten Produkte ein Facelifting verpasst und stellt dem Werbemittelfachhandel nun die pfiffigen Änderungen vor. Da wäre die hochwertige Wire-O-Bindung bei den Drei- und Viermonatskalendern zu nennen. Durch die flexible Bindung hängen die Kalender gerade und plan an der Wand. Eine Perforation ermöglicht das saubere Abtrennen einzelner Monatsblätter, ganz ohne lästige Restschnipsel. Im Bereich Buchkalender und Taschenplaner ist Kaai ab sofort in der Lage, den Grafikeinband in bis zu vier Farben wunschgemäß zu bedrucken. Den Kunden steht damit eine riesige Werbefläche zur Verfügung.

11H76

46091 • Kaai Kalender GmbH • Tel +49 711 5306080
info@kaai-werbekalender.de • www.kaai-werbekalender.de

teNeues
COOLNOTES



„…und welche Idee haben Sie?“



PSI Halle 11
Stand 11C 65/11C73

Tel.: +49 2152 916 0 industrie@teneues.de

www.teneues.de



PERFEKTES STYLING

Die Firma TEXmarket ist einer der führenden Produzenten von individuell gestylter Cycling- und Runningbekleidung. Es werden ausschließlich italienische hochwertige Funktionsstoffe verarbeitet. Kunde von TEXmarket ist unter anderem das Merida-Multivan-Moutainbike-Team, das zu den erfolgreichsten Moutainbike-Teams der letzten Jahre gehört. Individuelle Radsport- und Runningbekleidung ist für diejenigen interessant, die auf der Suche nach einem speziellen, hochwertigen Imageträger sind, der sich deutlich vom klassischen Werbeshirt absetzt. Die niedrige Mindestbestellmenge und die Inhouse-Grafikabteilung werden dem Ruf nach hoher Flexibilität voll gerecht.

11M23

48095 • TEXmarket Gmbh/Srl • Tel +39 471 060900
promotionline@ texmarket.it • www.texmarket.it

MASSAGE GENEHM?

Ein besonderes Nackenkissen namens Stratford gehört zum Sortiment von Easy Gifts. Denn es stützt den Nacken nicht nur auf langen Reisen oder zu Hause auf der gemütlichen Couch, sondern auf Knopfdruck beginnt das anschmiegsame Kissen leicht zu vibrieren und massiert verspannte Muskelpartien auf wohltuende Weise. Für besonderen Komfort sorgt auf der einen Seite der weiche Microfaserbezug und auf der anderen der kuschelige Plüschbezug. Kundenwerbung wird vom Hersteller per Aufkleber (in bis zu vier Farben) auf der Einzelverpackung angebracht. Die Lieferung wird in Einzelverpackungen (Polybeutel) vorgenommen.

11D44/11F51

47300 • Easy Gifts GmbH • Tel +49 911 81781111
info@easygifts.de • www.easygifts.de





TECHNIK TRIFFT DESIGN

Die Richartz GmbH entwickelt und produziert bereits in der vierten Generation Produkte, die das Leben einfacher und schöner zugleich machen. Ein neues Highlight ist die Produktserie Struktura nova, bestehend aus Taschemessern, Maniküre-Sets und Schlüsselanhängern. Markantes Merkmal der mehrfach preisgekrönten Artikel sind die rutschsicheren Gumminoppen, die in die Griffschalen integriert wurden. Die absolut hochwertigen Materialien, eine perfekte Technik und die meisterhafte Verarbeitung machen die Mitglieder der Struktura-nova-Familie zu exquisiten Präsenten.

11B30/11C29

40884 • Richartz GmbH • Tel +49 212 232310
info@richartz.com • www.richartz.com

Der neue Katalog EXCURSION 2011 ist da!



- 184 Seiten
- 160 Neuigkeiten
- Grösse 22x27 cm
- 600 g
- Wählen Sie individuell aus 4 Sonderumschlägen aus
- Online-Blätterkatalog
- neutrale Webseiten mit Online-Lagerbestand www.excursion.info

Bestellen Sie jetzt!

Warum Reda?

- Breite Auswahl an Werbemittel und Geschenke
- Anwenderfreundlicher Katalog
- Moderne Druckhalle mit hoher Kapazität direkt im Haus
- Schnelle Logistik
- Kundenfreundlicher Service

Wählen Sie Ihren eigenen Umschlag aus:





- Ihr eigener Umschlag schon ab 250 Stk

Preis nur 1,50 EUR

Besuchen Sie uns auf der PSI-Messe in Düsseldorf
12.-14. Januar 2011
Stand: 11E20/11F29

REDA®

REDA a.s.
Hviezdoslavova 55d
627 00 Brno
Tschechien

Kostenlose Hotline (Deutschland und Österreich):
00800 7332 2748
e-mail: export@reda.cz
www.excursion.info
www.reda.info



MIT BREITER BRUST

Bei handelsüblichen Feuerzeugen steht nur eine begrenzte Fläche als Träger für Werbebotschaften zur Verfügung. Ausgefallene Druckideen lassen sich daher nicht realisieren. Das Feuerzeug TinyMax von Tokai kommt mit breiter Brust daher, eine aufgedruckte Werbung kann dadurch viel besser in Szene gesetzt werden und erregt deutlich mehr Aufmerksamkeit. Wie alle Tokai-Produkte besitzt auch TinyMax eine Kindersicherung und wird unter Beachtung strengster Sicherheitsnormen hergestellt.

11L64

41783 • Tokai Europe GmbH • Tel +49 2166 9640
info@tokai.de • www.tokai.de

MASSGESCHNEIDERTE HÜLLE

Der neue Personalausweis im Scheckkartenformat ist da! Doch nun fehlt die passende Hülle. Die Designer der Carl Mertens GmbH haben sich dieses Problems angenommen und einen praktischen Kartenhalter aus Edelstahl entwickelt. Darin integriert ist außerdem ein Geldscheinclip, der einige Scheine aufnehmen kann. Eine Oberfläche aus Schaumstoff schützt den Ausweis vor Beschädigungen. Der Kartenhalter kann mittels Lasergravur oder Druck individuell gestaltet beziehungsweise gebrandet werden.

11L22

47676 • Carl Mertens Besteckfabrik GmbH • Tel +49 212 2422517
info@carl-mertens.com • www.carl-mertens.com





WOHLTAT FÜR DEN RÜCKEN

Fast jeder Mensch hat früher oder später Probleme mit dem Rücken, besonders im Bereich der Lendenwirbel. Das gilt vor allem für diejenigen, die vorwiegend im Sitzen oder Stehen arbeiten oder viel Auto fahren müssen. Die Firma IN-YO Promosyon hat einen Artikel im Angebot, mit dem die Beschwerden gelindert werden können und das auf ganz natürliche Art. Es handelt sich um ein orthopädisches Kissen, das mit Sand gefüllt ist und den Rücken beim Sitzen unterstützt. Durch das beliebig verstellbare Sandsäckchen, das hinter dem Kissen befestigt ist, lassen sich individuelle Einstellungen realisieren, d. h. das Kissen sitzt immer perfekt.

11B29

46999 • IN-YO Promosyon Ve Reklam DIS TIC. LTD. STI • Tel +90 212 3474175
info@in-yo.com • www.in-yo.com



GUT HOLZ!

Ob als Kugelschreiber, Druckbleistift oder Verlängerer, die Produkte aus der Serie maximo von e+m Holzprodukte erreichen maximale Wirkung beim Empfänger. Die hochwertigen Schreibgeräte aus dem Naturmaterial Holz stehen für Individualität, Langlebigkeit und Beständigkeit. Und welcher Rohstoff könnte das Thema Umweltbewusstsein besser transportieren als Holz? Die Produkte dieser Serie zeichnen sich durch ihr geradliniges Design, die markante Maserung und die handschmeichelnden Oberflächen aus natürlichen Wachsen aus. Personalisiert mit Druck oder Lasergravur sind die Artikel Geschenke mit maximalem Effekt.

11A54

42200 • e+m Holzprodukte GmbH • Tel +49 9181 297575
info@em-holzprodukte.de • www.em-holzprodukte.de

CLEVER & COOL.
DER CARRYCRUISER
JETZT AUCH MIT
ISO FUNKTION.

Besuchen Sie uns:
PSI Düsseldorf, 12. – 14. Januar 2011
Halle 11, D 42 / E 41

reisenthel®

KEEP IT EASY.



40 YEARS
OF EASINESS
WWW.REISENTHEL.COM



DEKORATIV UND FUNKTIONELL

Für Käseliebhaber gibt es bei Inspirion das Messerset Orbit mit dekorativem Holzbrett und integrierter Glasplatte. Dazu gehören drei Messer mit verschiedenen Edelstahlklingen und eine Käsegabel. Die Platte mit einem Durchmesser von 20 Zentimetern ist aus Milchglas und dient als Schneidefläche. Eine perfekte Plattform, um Käse lecker anzurichten und zu servieren. Sind die Messer mal nicht im Einsatz, lassen sie sich unter der Glasplatte an einem Magnetstreifen sicher fixieren.

11D04/11F21

42907 • Inspirion GmbH • Tel +49 421 52270
info@inspirion.eu • www.inspirion.eu

GESTOCHEN SCHARF

Die Schweizer Bulb-Bottles können ab sofort auch per Digitaldruck personalisiert werden. Das neue Druckverfahren garantiert eine wesentlich höhere Bildauflösung, eine bessere Bildschärfe, perfekte Farbverläufe und ein vielfältiges Farbspektrum. Daher stellt diese Technik gegenüber dem herkömmlichen Siebdruckverfahren einen regelrechten Qualitätssprung dar. Jedes erdenkliche Sujet, Logo oder Bild kann nun absolut kontraststark und fotorealistisch aufgedruckt werden. Auch Personalisierungen mit wechselnden Texten und Bildern pro Flasche lassen sich mit wenig Aufwand realisieren. Das Verfahren eignet sich also auch für Kleinauflagen. Lieferant ist die Bulb-Bottles-Jkaplast AG.

11G51

47672 • Bulb-Bottles-Jkaplast AG • Tel +41 43 8337733
info@jkaplast.ch • www.bulb-bottles.ch





LEUCHTENDE LIPPENPFLEGE

Unter der Qualitätsmarke Lipsoft gibt es bei Kundenpflege ab sofort den ersten Lippenpflegestift, der auch eine kleine Taschenlampe ist. Neben der getesteten Qualität des wohltuenden Lippenbalsams ist er mit einer starken LED ausgestattet. Erhältlich sind fünf verschiedene Farben, wobei die LEDs in den Gehäusefarben leuchten. Das Produkt ist nicht nur witzig, sondern auch nützlich, denn mit dem Stift kann nicht nur die Handtasche ausgeleuchtet werden, im Dunkeln findet sich jetzt auch jedes Schlüsselloch oder der heruntergefallene Schlüssel.

11B14/11C13a

46887 • Kundenpflege Wellness & Care GmbH & Co. KG • Tel +49 6541 812950
info@kunden-pflege.de • www.kunden-pflege.de

BIG IS BEAUTIFUL



Stellvertretend für unsere riesige Auswahl an Werbeartikeln zeigen wir nur einen.
Und das in schwarz-weiss. Mehr unter www.kp-plattner.at.

KP Plattner
RAUCHERBEDARF & WERBEARTIKEL

A-6063 Innsbruck - Steinbockallee 9 I Telefon 0043/512/264064 - Fax 0043/512/266494 I office@kp-plattner.at - www.kp-plattner.at



SCHARFE SACHE

Man muss kein Chefkoch sein, um zu wissen, wie wichtig ein gutes Messer beim Zubereiten von Speisen ist. Das Keramikmesser Carbo-Cut von Topico löst alle Aufgaben spielend und schneidet Fleisch, Fisch und Gemüse ohne nennenswerten Kraftaufwand. Die hochwertige Keramikklinge ist sehr stabil, rostfrei, hart wie Diamant und bleibt beinahe unendlich lange scharf. Da sie beidseitig geschliffen ist, können Links- und Rechtshänder gleichermaßen gut mit dem ergonomisch geformten Messer arbeiten. Aufgrund der durchgehenden Maserung schneidet Carbo-Cut auch optisch hervorragend ab.

11C04/11D11

44327 • Topico Handels-GmbH & Co. KG • Tel +49 40 7809920
sales@topico.de • www.topico.de

STROHHALM INKLUSIVE

Secco, der erfrischende italienische Perlwein, hat sich in den letzten Jahren zum Dauerbrenner im Werbegetränkebereich entwickelt. Der Clou beim neuen Secco to Go von Römer ist der integrierte Strohhalm, der beim Öffnen der Flasche wie von Geisterhand nach oben kommt. Ein Getränk mit elegant-jugendlichem Touch, ideal für die Party unterwegs. Der Artikel ist bereits ab 120 Flaschen mit individuellem Etikett im 4c-Digitaldruck erhältlich.

11B14/11C13

43892 • Römer Wein und Sekt GmbH • Tel +49 6541 81290
info@roemer-praesente.de • www.roemer-praesente.de





VIELSEITIGER NOTHELFER

Das neue Kombinationswerkzeug namens Tool Tec von Ricardo by Richartz besticht durch zeitlos schöne Gestaltung und außergewöhnlich hohe Funktionalität. Der hochglänzende Gusskörper umschließt die schwarz eloxierten Aluminium-Einlagen. Neben der professionellen Zange mit Drahtschneider, einer langen Klinge, einer Säge und vielem mehr überzeugt auch die Kombinationsfunktion von Tool Tec: Der Notfall-Glasbrecher, der durch eine innovative Verriegelung sicher zuverlässige Dienste leistet, nimmt gleichzeitig auch einen Bitadapter und neun verschiedener Bits auf. Geliefert wird das Werkzeug in einer modernen und praktischen Gürteltasche. Richartz bietet überdies vielfältige Werbemöglichkeiten an, etwa eine individuelle Beschriftung in Form einer Lasergravur auf der Einlage. Darüber hinaus können individuelle Sondereditionen realisiert werden.

11B30/11C29

40884 • Richartz GmbH • Tel +49 212 23231-0
info@richartz.com • www.richartz.com



KALENDER MIT PEP

Den traditionellen Produkten Drei- und Viermonatskalender hat Eckenfelder einen völlig neuen Touch mit einer großen Portion Pep verpasst. Praktisch und funktional wie immer – laut, frech und auffällig wie nie zuvor. Die aufmerksamkeitsstarken Handmade-Drei- und Viermonatskalender sind für diejenigen das richtige Geschenk, denen ein traditioneller Mehrmonatskalender einfach zu langweilig ist. Ein mutiges Produkt für mutige Kunden.

11D24/11E29

41430 • Eckenfelder GmbH & Co. KG • Tel +49 36920 8410
info@eckenfelder.de • www.eckenfelder.de

-Anzeige-



hoechstmass®

Seit 100 Jahren Maßbänder und Rollbandmaße

Hoechstmass Balzer GmbH

Wiesenstraße 13
D-65843 Sulzbach/Ts.

Telefon 0049 - 61 96/50 05-0
Telefax 0049 - 61 96/50 05 55

e-mail: info@hoechstmass.com

www.hoechstmass.com

Halle 11/A61



JAPANISCHER SCHWEIZER

Wenn Schweizer Messerschmieden-Know-how auf puristisches Design aus der japanischen Trend-Hauptstadt Tokio trifft, entsteht Neues und Einzigartiges, wie das neue Mini-Tool von Victorinox. 58 Millimeter kurz, 22 Gramm leicht, ausgestattet mit 5 Funktionen und in 7 verschiedenen Farben erhältlich ist das über bewährte Komponenten aus der Victorinox-Classic-Serie, wie Klinge, Nagelfeile mit Nagelreiniger, Schere und Anhängering, verfügende Kleinwerkzeug. Mit Logo-Aufdrucken und Veredelungen von einer bis sechs Farben lässt sich das Produkt zusätzlich individualisieren. Verpackt ist es in recyceltem und wieder recycelbarem Zellstoff, zu 100 Prozent biologisch abbaubar.

11A04/11C11

44281 • Victorinox AG • Tel +41 41 8181211
261@victorinox.ch • www.victorinox.ch

VALENTINS HERZ

Exklusiv als ideales Geschenk für Verliebte zum Valentinstag hat Happy sein Herzpuzzle entwickelt. Wie in der Liebe im wirklichen Leben passen die Partner am besten zusammen, wenn alle Puzzleteile vollständig ineinandergreifen. Beim Herzpuzzle steht jedes der einzelnen Teile für ein starkes, positives Gefühl. Richtig zusammengefügt, findet der Anwender den Weg zur wahren Liebe. Zudem lassen sich die Teile zu einem Würfel formen. Neben diesem lassen sich auch unzählige weiterer individuelle Formen realisieren, in vielen verschiedenen Farben. Zudem können auch individuelle Werbeslogans oder -botschaften auf den einzelnen Puzzle-Teilen realisiert werden – eine originelle Art, sich im Gedächtnis des Beschenkten für lange Zeit einzurichten.

11A14

42765 • Happy B.V.B.A. • Tel +32 3 3800650
info@happy.be • www.happy.be





HEISSER WERBEBOTSCHAFTER

Lux Big ist Kerzenanzünder und Tischfeuerzeug zugleich mit einer 60 x 20 Millimeter großen Werbefläche. Vorerst wird dieses Feuerzeug nur in transparent sortierten Farben erhältlich sein. Das Feuerzeug wird selbstverständlich auch im Hause KP-Plattner fix und fertig bedruckt. Muster sind ab sofort erhältlich. Auf der PSI wird dieses Feuerzeug offiziell vorgestellt. Dort werden neben den bekannten Feuerzeugen der Marken Go, Zorr und Lux auch einige Neuheiten sowie Änderungen der Farbpalette gezeigt.

11A52/11B51

41565 • KP Plattner GmbH • Tel +43 512 264064
office@kp-plattner.at • www.kp-plattner.at

WE ARE SPECIALIZE IN CUSTOMIZED LANYARD AND ACCESSORIES

MADE IN ITALY

CUSTOMIZED CORPORATE CONCEPT

RAXYLINE®

PSI
Power for Professionals

49th PSI Trade Fair
12-14 january 2011

HALL 11 STAND F12



Microfiber cleaning pouch.
Item 6000

Excellent quality for reproducing gradients, graphics and small texts.

MICROFIBER



Item P_OCC



Item 008 PET

RECYCLED LANYARDS

100% organic cotton
Recycled Polyester Fabric
PET

Customize it with your logo!

You can wear it everywhere in many different ways.



BAND SCARF

CMYK or up to 6 colours printable

RAXYLINE S.r.l.
Via Volta 5, 31027 Spresiano TREVISO Italy - Tel. +39 **0422 725691** - +39 0422 881470 Fax +39 0422 881918 - info: **info@raxyline.com**

Keep updated, come and visit our web site: www.raxyline.com, you will find everything customizable with Logo!

All rights to the trademarks featured on the site, remain the exclusive property of the respective owners.



NEWS FÜR BEAUTYS

Das breite Sortiment an Verwöhnprodukten von i.p.a. cosmetics unterliegt ständigen Qualitätskontrollen und genügt höchsten Ansprüchen. Werbenden Kunden bietet das Unternehmen mit seinen hochwertigen Pflegeprodukten eine attraktive und umfassende Auswahl an Pflegeartikeln, die nur darauf warten, beim Empfänger ihre wohltuende Wirkung zu entfalten. So wie etwa die leicht zu handhabende Erfrischungs-Maske in der attraktiven Image-Box. Die Tab-Maske aus Papier wird einfach im beigefügten Menthol-Wasser aufgelöst und aufgelegt. Natürlich beinhaltet der Kosmetikkoffer, den die Kosmetikspezialisten rechtzeitig zu Jahresbeginn auf der PSI öffnen werden, viele weitere Neuheiten sprichwörtlicher Kundenpflege.

11D02/11F01

42567 • i.p.a. cosmetics GmbH • Tel +49 2521 83000
info@ipacosmetics.de • www.i-p-a.de

STEINE DER WEISEN

Bei den im Norden beheimateten Inuit ist es üblich, kleine Steine als Wegweiser übereinanderzu stapeln und so Botschaften zu hinterlassen. Mit dem Produkt Inukshuk bringt die Troika GmbH diese Tradition jetzt ins Büro. Die als Geschenk für „Bürogeschädigte“ bestens geeigneten Steine sind magnetisch und lassen sich nach Belieben anordnen. So steht nicht nur ein Anti-Stress-Objekt zur Verfügung, die Handschmeichler lassen sich auch als Halter für Büroklammern, Bilder oder Notizen verwenden.

11D75

46311 • Troika Germany GmbH • Tel +49 2662 95110
d.roether@troika.de • www.troika.de





KÜHL BIS ZUM LETZTEN TROPFEN

Wer möchte schon gerne warmen Wein trinken? Sicher niemand, es sei denn, es handelt sich um Glühwein. Aber darum geht es bei der Weinkühltasche von Macma in der Tat nicht, denn mit diesem Artikel sollen Getränke schön frisch und kühl gehalten werden. Die Tasche mit den beiden prägnanten Tragegriffen aus Bonded Leather zeigt sich in wunderschönem Design. Im Inneren sorgt eine durchdachte Isolierung für erfrischenden Trinkgenuss überall. Ist Werbung erwünscht, druckt Macma diese unterhalb der Henkel auf.

11D54/11F73

40909 • Macma Werbeartikel oHG •Tel +49 911 9818133
verkauf@macma.de • www.macma.de



DREAM-TEAM

Unter dem Namen Meeting Point kann bei koziol ein originelles Koch-Set geordert werden, das in jeder Küche zum absoluten Blickfang wird. Dieses Dream-Team besteht aus fünf Teilen, die von einem praktischen Halter aufgenommen werden. Das Material der pfiffigen Gehilfen ist hochwertig, hitzebeständig bis 220 Grad Celsius, pflegeleicht und langlebig.

11G54/11H63

47406 • koziol » ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 6040
incentives@koziol.de • www.koziol-incentives.de

kaai KALENDER

PSI 2011 Halle 11, Stand H76

Werbung im Zeichen der Zeit!

Werbekalender 2012

NEU

Monatsplaner mit Werbefußleiste



▲ 3-Monatsplaner "Middle" B58F

Monatsplaner mit Wire-O-Bindung

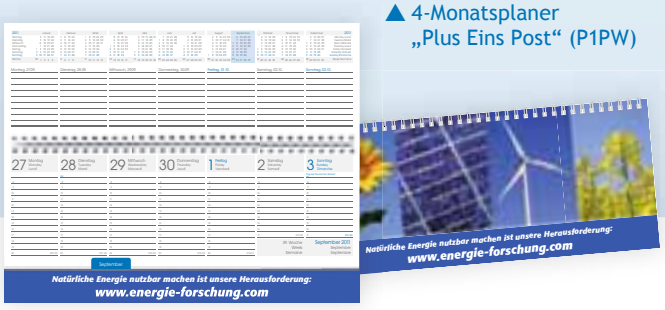


NEU:



Jetzt mit Wire-O-Bindung

▲ 4-Monatsplaner „Plus Eins Post" (P1PW)



▲

Tischquerkalender (TQ)

in unterschiedlichen Ausführungen
und mit verschiedenen Einbandarten

Unsere Produkte

- Monatsplaner
- Tischaufsteller
- Schreibunterlagen
- Posterkalender
- Buchkalender
- Taschenkalender
- Tischquerkalender

Kaai Kalender GmbH
Senefelderstr. 8
73760 Ostfildern

Fon: +49 (0)711 530608-0
Fax: +49 (0)711 530608-29

info@kaai-werbekalender.de
www.kaai-werbekalender.de



SICHERHEIT GEHT VOR

Laut EU-Recht müssen Feuerzeuge eine Kindersicherung gemäß EN 13869 aufweisen, um vertrieben werden zu dürfen. Das gilt aber nicht für Funktionsanzünder. Die Firma Tokai vertritt allerdings die Meinung, dass mit diesen Artikeln ebenso Brände durch Kinderhand ausgelöst werden können wie mit Feuerzeugen. Daher übernimmt Tokai Verantwortung und bietet ausnahmslos Funktionszünder an, bei denen eine Kindersicherung integriert wurde. Wie alle vom Lieferant angebotenen Feuerzeuge auch, sind diese Produkte GS-geprüft und erfüllen die Sicherheitsnorm ISO 22702:2003.

11L64

41783 • Tokai Europe GmbH • Tel +49 2166 9640
info@tokai.de • www.tokai.de

KULTIGE MANNSCHAFT

Elf Freunde sollt ihr sein, sagte der legendäre Fußballtrainer Sepp Herberger einst. Und an diesen Spruch fühlt man sich erinnert, wenn die lustigen Partykiekser von koziol auflaufen, auch wenn die Mannschaft aus nur acht „Spielern“ besteht. Das Set, das auf jeder Party zum absoluten Eyecatcher wird, kann unter dem Namen PI:P bestellt werden. Ein spielerisches Accessoire für Fingerfood, Tapas, Käsewürfel und alles, was sich sonst noch picken lässt.

11G54/11H63

47406 • koziol » ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 6040
incentives@koziol.de • www.koziol-incentives.de





VERSCHLUSSSACHE

Unter dem Namen Drink Safe kommt eine australische Innovation nun auch nach Europa. Der von elasto form angebotene Artikel ist praktisch ein Zahlenschloss, das es ermöglicht, die eigene Getränkeflasche sicher zu verschließen. Damit kann man sich schützen von Ansteckung und speziell im Sportbereich vor unliebsamen Überraschungen wie Doping oder Drogen. Der Drink Safe ist in zwei verschiedenen Größen zu haben: passend für PET-Mehrwegflaschen und für PET-Recyclingflaschen. Der Deckel des praktischen Produkts kann mit dem Namen oder einem Bild individualisiert werden.

11F54/11G73

41369 • elasto form KG • Tel +49 9661 8900
mail@elasto-form.de • www.elasto-form.de



SCHREIB-WERKZEUG

Dass ein Kugelschreiber auch in völlig anderer Form möglich ist, beweist der innovative Schweizer Messerhersteller Victorinox mit seiner Signature genannten Version. Die Mine ist gemeinsam mit Klinge, Schere, Nagelfeile (mit Schraubendreher) und der Pinzetten-Zahnstocher-Kombination in der Schale eines nur 58 Millimeter langen Taschenwerkszeugs integriert. Die Markenmine ist gasdruckgefüllt und schreibt in jeder Lage. Mit Signature stellt Victorinox einen weiteren attraktiven Schlüsselanhänger zur Verfügung. Unter der Bezeichnung Signature Lite ist sogar ein Modell mit LED im Programm. Es stehen neun Schalenfarben zur Auswahl, drei davon in transparenter Ausführung.

11A04/11C11

44281 • Victorinox AG • Tel +41 41 81 81211
261@victorinox.ch • www.victorinox.com

RITTER Pen GERMANY

Glänzender Mix aus Metall und Kunststoff



www.ritter-pen.de



LICHT ZUM WOHLFÜHLEN

Mit dem richtigen Licht ist es nicht schwer, für eine anheimelnde, gemütliche Atmosphäre zu sorgen. Dafür muss aber nicht unbedingt eine Hightec-Lampe her, wie das Modell Roxanne von koziol eindrucksvoll beweist. Diese klassische Pendelleuchte sollte vor allem diejenigen überzeugen, die auf ein eher puristisches Design stehen und trotzdem Eleganz und Stil in ihre Beleuchtung bringen möchten. Roxanne macht sich besonders gut über dem Esstisch und verströmt ein angenehm warmes Licht.

11G54/11H63

47406 • koziol » ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 6040
incentives@koziol.de • www.koziol-incentives.de



FUNKTIONALES DESIGN

Einen dualen Power-Taschenrechner mit zehn Digits bietet Macma an. Auffallend an diesem bildschönen Kalkulator ist der silberne Rahmen, der ihm nicht nur ein prägnantes Design verleiht, sondern das Display vor neugierigen Blicken schützt. Die ergonomische Anordnung der Tasten verspricht Funktionalität und ermüdungsfreies Arbeiten. Eine Werbebotschaft wird direkt unter die Tastatur auf den Rahmen gedruckt.

11D54/11F73

40909 • Macma Werbeartikel oHG •Tel +49 911 9818133
verkauf@macma.de • www.macma.de

MAJOR Elektronische Sicherheitsfeuerzeuge

Mit Sicherheitsflamme – für Ihren überzeugenden Werbeerfolg!



- Starke Produktvorteile: Sicherheitsflamme, Shock-Proof-Bottom, Gas Stop®
- High Quality Produkte in vielfältigen Designs
- Ständig neue Sonderformen und einzigartige Veredelungstechniken, z.B. Deco Tech®
- Alle Produkte nach ISO 9994 und EN 13869 & CPSC
- Permanente Weiterentwicklung von Produkten und Innovationen
- 100%ige Tochter von XINHAI: Chinas größtem Feuerzeughersteller
- Jährliche Kapazität von 800 Millionen Feuerzeugen
- Automatische und halbautomatische Produktfertigung
- Internationale Aktiengesellschaft

UNILIGHT: immer günstig, schnell und zuverlässig

UNILIGHT B.V.

Tel: +31-475 488 400 www.unilight.org info@unilight.org

UNILIGHT

HEPLA GMBH & Co. KG Kunststofftechnik

Über 50 interessante Neuheiten

Werbeartikel von HEPLA – Kompetenz seit über 37 Jahren. Eigene deutsche Produktion und Druckerei sowie Import.

Fabrik · Import · Druckerei

HEPLA-Kunststofftechnik
GmbH & Co. KG
Ludwig-Erhard-Str. 2
34576 Homberg (Efze), Germany

Tel. +49 (0) 56 81 / 99 66
Fax +49 (0) 56 81 / 99 68 00
E-Mail: info@hepla.de
Internet: www.hepla.de

Fabrication · Import · Imprimerie

HEPLA en France
25, rue de Saules
21490 Varois et Chaignot, France

Tél. +33 (0) 3 80 32 99 56
Fax +33 (0) 3 80 32 99 52
E-Mail: rouget.katja@hepla.com
Internet: www.hepla.com

Fabrica · Importación · Imprenta

HEPLA en España
Riera Figuera Major 69
08304 Mataró, España

Tlf. +34 93 / 741 12 66
Fax +34 93 / 757 48 84
E-Mail: info@hepla.es
Internet: www.hepla.es

Sie haben noch keinen HEPLA-Katalog?
Rufen Sie an: Tel: +49 (0) 56 81 / 99 66
Fax: +49 (0) 56 81 / 99 68 00
info@hepla.de



Reifenkennzeichnungsset
Art.Nr. 8732
Im HEPLA-Katalog auf Seite 146
oder unter www.hepla.de



Brotdose
Art.Nr. 8738
Im HEPLA-Katalog auf Seite 159
oder unter www.hepla.de



Druckkugelschreiber
Art.Nr. 8743
Im HEPLA-Katalog auf Seite 34
oder unter www.hepla.de



Einkaufswagenchip
Art.Nr. 8736/K
Im HEPLA-Katalog auf Seite 108
oder unter www.hepla.de

Besuchen Sie uns:
PSI Düsseldorf
12.-14.01.2011
Halle 11, Stand A02/D01



EINS-ZWEI, EINS-ZWEI, EINS-ZWEI ...

Sein Comeback feiert das Springseil, der Klassiker aus Kindertagen, bei e+m Holzprodukte: Für Groß und Klein geeignet, schaffen die in Deutschland gefertigten Springseile namens Jumping Jack einen effektiven Ausgleich am Arbeitsplatz oder in der Freizeit. Jumping Jack verfügt über haptisch angenehme Holzgriffe aus FSC-zertifizierter Buche, die ausreichend große Druckflächen bieten. Ein mittig verstärktes Juteseil sorgt für den nötigen Schwung beim Springen. Die Griffe sind in verschiedenen Beiztönen erhältlich. Das Kundenlogo lässt sich aufdrucken oder lasern.

11A54

42200 • e+m Holzprodukte GmbH • Tel +49 9181 2975-75
info@em-holzprodukte.de • www.em-holzprodukte.de

SUGAR LAND

Jetzt kommt ein anderer Duft ins Badezimmer! Unter dem Namen Sugar Land kann nämlich bei der Easy Gifts GmbH ein Badeset bestellt werden, das himmlisch nach frischen Erdbeeren duftet. Das Arrangement besteht aus Duschgel, Bodylotion, Badezusatz, Körperpeeling und Badesalz. Alles ist wunderschön verpackt in einer rot lackierten kleinen Metallwanne. Sollte Werbung erwünscht sein, bringt Easy Gifts diese mit einem Aufkleber auf der Folie an. Aufdrucke in bis zu vier Farben sind möglich.

11D44/11F51

47300 • Easy Gifts GmbH • Tel +49 911 81781111
info@easygifts.de • www.easygifts.de





PRODUKT IM PRODUKT

Ein neues Konzept, Produktwerbung mit einer praktischen Lösung zu verknüpfen, kommt von der Herzog Products GmbH. Hier wurde ein USB-Stick entwickelt, der in ein durchsichtiges Röhrchen aus Plexiglas integriert ist. Gefüllt mit einem Produkt, wird der Stick zu einem kleinen Schaufenster mit großer Wirkung. Das Ganze wird als Anhänger geliefert, der aus bestem Aluminium gefertigt ist (made in Germany). Die Maße sind: 17 x 64 Millimeter für den Stick und 17 x 40 Millimeter für den Anhänger.

11H64

45918 • Herzog Products GmbH • Tel +49 7236 982860
info@herzog-products.de • www.herzog-products.de

joytex
Quality-Bags
PSI Düsseldorf vom 12.-14.01.11 NEUER STANDORT! HALLE 11 STAND F04
NON WOVEN BAGS · COTTON BAGS · COATED BAGS
Holen Sie sich Ihre kostenlose BIG-VOLUME Messetasche!
www.joytex.de
Joytex GmbH & Co KG · Poll 3 · 46414 Rhede · Germany · Tel. +49 28 72 - 95 06-0

PSI Düsseldorf 12. - 14. Januar 2011 Halle 11 Stand H72
DIE FREIHEIT DER ENTSCHEIDUNG
team-d
Import - Export Warenvertriebs GmbH
Erlenwiesen 10-12
D-73614 Schorndorf
Fon:07181/989600
Fax:07181/989601
www.team-d.de
psi@team-d.de

snips
Love Your Home
www.snips.it
100% ITALY
PSI Düsseldorf
Halle 11
Stand K34



Ein Trio, das sich gut ergänzt: Die Geschäftsführerinnen Kirsten Dreyer (l.) und Toska Siekmann mit Patrick Polaniok, der das Unternehmen einmal übernehmen wird.

10 JAHRE ALTA SETA

„WIR KÖNNEN KRAWATTEN“

In diesem Jahr feierte der Krawattenspezialist Alta Seta sein 10-jähriges Jubiläum. Die Inhaberinnen Kirsten Dreyer und Toska Siekmann haben ihre Krawattenkompetenz stetig ausgebaut und so steht das Unternehmen heute mehr denn je für Kreativität, guten Geschmack und ein hohes Niveau an Designqualität rund um die Krawatte. Ein Rückblick und Ausblick.

Zehn Jahre ist es nun her, dass sich die Textildesignerin Kirsten Dreyer und die Kauffrau Toska Siekmann selbtständig gemacht haben. Sie kannten sich schon lange und haben gut und fruchtbar zusammengearbeitet: natürlich bei einem Krawattenherseller, wo Siekmann die Abteilung Sonderanfertigungen leitete und zusammen mit Dreyer als freier Designerin kundenspezifische Projekte umsetzte. Sie waren absolute Profis im Krawattengeschäft, sie hatten lange Erfahrung und beide steckten in einer Phase, in der sie sich die Frage stellten, wie ihr künftiges Berufsleben aussehen könnte. So entstand die Idee, gemeinsam ein Unternehmen zu gründen, in dem sie ihre Fähigkeiten einbringen konnten. Diesen Entschluss haben sie noch nie bereut.

KONTINUIERLICHES WACHSTUM

Bei der Gründung hatten sie sich vorgenommen, langsam und kontinuierlich zu wachsen, und das ist ihnen gelungen. Noch immer verstehen sich die beiden Unternehmerinnen hervorragend und sie ergänzen sich perfekt. Auch wenn oder gerade weil sie recht unterschiedlich sind und gerne offen und oftmals auch kontrovers über Sachfragen diskutieren. Aber so entstehen immer neue Ideen und Lösungsmöglichkeiten, und wenn dann ein Auftrag kommt oder ein Projekt abgewickelt ist, dann freut sich das inzwischen 13-köpfige Team gemeinsam und feiert den jüngsten Erfolg. Der Zufall wollte es, dass just am Tag unserer Visite in Wunstorf ein komplizierter



Pfiffig und schick: Die Krawatte mit integrierter Tasche und passend bezogenen Manschettenknöpfen.

Auftrag bestätigt wurde, um den sie lange gekämpft hatten, und so wurden wir Zeuge genau der Situation, über die wir zuvor gesprochen hatten. Teamgeist ist bei Alta Seta nicht nur ein Wort, sondern gelebte Realität: Alles wird untereinander abgestimmt und die Mitarbeiter unterstützen sich und machen sich gegenseitig auf mögliche Fehler aufmerksam. „Als wir im Jahr 2000 starteten, kam ja schon bald die erste Wirtschaftkrise und im letzten Jahr hatten wir schon wieder eine zu meistern. Unsere Mitarbeiter haben auch in schwierigen Zeiten alle toll mitgezogen und waren und sind mit Leib und Seele dabei. So haben wir die Krisen gut überstanden und ich bin zuversichtlich, dass wir auch künftig gemeinsam alles durchstehen können“, sind sich die beiden Chefinnen einig.

KREATIVLEISTUNG VOM FEINSTEN

Was Alta Seta anbietet, ist eine hochwertige und sehr spezielle Kreativleistung, also mehr als „nur“ eine Krawatte. Das fertige Produkt ist das Ergebnis eines Prozesses, der kompetente, individuelle Beratung und intensiven Kundenkontakt erfordert. Am Anfang steht die Frage, welche Aussage der Kunde mit der Krawatte transportieren möchte. Wie möchte das Unternehmen auftreten? Eher seriös, innovativ oder frech? Wer soll die Krawatten bekommen und was soll erreicht werden? Das sind Fragen, die in dem Prozess eine Rolle spielen und deren Antworten in ein Design, also in ein völlig neues Stoffmuster, umgesetzt werden. Wichtig ist es, dass der Kunde die Idee nachvollziehen kann, die Alta Seta vorschlägt. Was daraus entsteht, ist manchmal kaum zu glauben: Aus Logos werden Muster, aus Buchstaben Ornamente, Firmenfarben erzeugen überraschende Effekte. Das alles ist oft erst auf den zweiten Blick erkennbar, und das ist gewollt und die eigentliche Kunst, die Alta Seta perfekt beherrscht. Bei Alta Seta prangen keine fetten Logos in grellen Farben mitten auf der Krawatte – denn solche Krawatten sind kein schickes, modisches Accessoire mehr und werden demnach erfahrungsgemäß auch nicht getragen. „Unser Credo ist: Die Unternehmenskrawatte soll ebenso schön sein wie jede andere Krawatte. Wenn die Werbung nicht direkt sichtbar ist, sondern Bestandteil der Stoffgestaltung wird, dann erfüllt die Krawatte diesen modischen Anspruch und wird gerne getragen“, erklärt Toska Siekmann.



Der Logoschriftzug wird eingewebt und wirkt wie eine feine Struktur.



Die Krawattenladies im Garten ihres jetzigen Firmensitzes. Noch in diesem Jahr wird Alta Seta in repräsentative neue Räume in der Wunstorfer Altstadt übersiedeln. Das ganze Team freut sich schon darauf.

UMFASSENDES KNOW-HOW

Schaut man sich einmal im persönlichen Krawatten-Archiv von Kirsten Dreyer um, in dem sie alle bisher realisierten Aufträge gesammelt hat, da kann man nur staunen: große Marken, namhafte Kunden, und immer wieder die äußerst subtile Umsetzung des Corporate Designs des Kunden oder der jeweiligen Botschaft, die mit der Krawatte transportiert werden soll. Gestaltungskompetenz und Stilsicherheit, ihr feines Gefühl für Stoffe und das, was damit machbar ist und nicht zuletzt das webtechnische Know-how sind die Stärken der Textildesignerin, die mit dem Verkaufsteam Hand in Hand arbeitet. Interessant zu wissen: In den Entwürfen sind die technischen Daten, die für die Produktion relevant sind, bereits enthalten. Die Informationen beispielsweise über Farben, Rapportweiten, Stoffdichten und Oberflächenstrukturen sind nur für den Kunden nicht sichtbar. „Wir zeigen dem Kunden nur solche Entwürfe, die auch technisch umsetzbar sind. So erleben wir keine Überrraschungen“, sagt Kirsten Dreyer, die immer wieder erstaunt ist, wenn zum Beispiel Agenturen ihren Kunden Entwürfe verkauft haben, die technisch gar nicht machbar sind. In solchen Fällen erarbeitet sie einen korrekten, realisierbaren Entwurf, dem der Kunde dann nochmals zustimmen muss.



Dezent werbewirksam: Die bedruckte Futterecke.

ANSPRUCHSVOLLES SORTIMENT

„Wir sind unserer Linie treu geblieben und was wir anbieten, das können wir zu hundert Prozent. Wir haben die letzten Jahre genutzt, um unsere Krawattenkompetenz weiter auszubauen und das Sortiment an ergänzenden Artikeln rund um die Krawatte zu erweitern. Der Kunde honoriert, dass wir Spezialisten sind, und das wiederum spornt uns an, immer besser zu werden“, stellt Toska Siekmann fest. Tatsächlich fällt den beiden Krawattenladys immer mehr ein: Inzwischen gibt es auch andere edle Accessoires aus Seide, wie Tücher, Schals und Schleifen, aber auch Manschettenknöpfe, Westen und neuerdings das klassische Business-Maßhemd exklusiv auf Kundenwunsch. Das Maßhemd wird in der EU schon ab einem Stück ganz individuell gefertigt. Man kann sich wirklich alles aussuchen: Schnitt und Stoff, Farbe, Art der Falten, Knopfleiste, Kragenform und Manschetten. Auch was werbeeffektive De-

Buy from Britain

Buy from a bpma accredited member

Manufacturing in the UK is alive and flourishing. Come and meet some of our Great British Manufacturers and you will find out just how great they are!

The british promotional Merchandise Association is launching its first UK Pavilion at PSI in Hall 13. The Association is making great strides to support more UK suppliers access the European market. The first pavilion was tried at the Pro-PSI in Amsterdam two years ago and the suppliers received great feedback, since then the concept has grown larger and larger commented Director General, Gordon Glenister. The Pavilion will have an Olympic theme ahead of the London 2012 event. Many companies will want to embrace a sporting theme during this key period so selecting ideas and suppliers will be a key part of purchasing decisions in 2011. The London Organising Committee of the Olympic Games expects over 1bn euros worth of merchandise will be sold during the tournament. In addition the Royal Wedding in April will be a big draw with some 21m Euros expected to be spent on merchandise alone. Bio Laboratories, High Profile, Logo Lollies, Great Central Plastics, Jute bag to name just a few will be joining the bpma. Visitors will be able to pick up 50 Euro discount vouchers on their first orders. The bpma is also planning a seminar at the event around the London Olympics. The seminar and debate will investigate the effectiveness of sports related promotions and how distributors can maximise the opportuntiies around this huge world spectacular. A dinner with top European partner associations is being planned to bring together pavilion members. Glenister commented, the UK has some truly fantastic companies with some unique and different products, that have a real market potential in Europe particularly now that the currency has favoured Buying British more than ever.





highprofile

bpma
british promotional merchandise association

Promotions by Professionals





tails betrifft, ist Alta Seta erfinderisch: Ein Meilenstein ist die bedruckte Futterecke, die vor vier Jahren kreiert wurde und sehr gut angekommen ist. Ebenso die Krawatte mit integrierter Visitenkartentasche – ebenfalls eine Idee, die Furore machte. „Hier müssen wir auch mal die Händler loben, dass sie sich so für unsere neuen Artikel begeistern und sie dem Kunden nahebringen. Das ist eine echte Hilfe für uns“, ergänzt Siekmann.



AUTORISIERTES DESIGN FÜR OTTO KERN

Besonders stolz ist man auf das Projekt Otto Kern: Denn Kirsten Dreyer ist seit Anfang des Jahres autorisierte Designerin für das Label Otto Kern. Sie ist berechtigt, Spezialdesigns zu entwickeln, die in die Linie der Marke passen. Unter diesen Entwürfen sucht sich der Kunde einen aus, der dann im Hause Otto Kern bestätigt wird. Erst danach startet die Produktion. „Das Konzept, eine etablierte Design-Marke kundenspezifisch zu gestalten, ist ein Win-win-Modell. Denn das personalisierte Produkt wird durch Image-Transfer nochmals aufgewertet und so verstärkt sich die Werbewirkung“, erklärt Kirsten Dreyer.

VISION WURDE WIRKLICHKEIT

Mit Patrick Polaniok ist inzwischen auch bei Alta Seta die nächste Generation nachgerückt. Als Toska Siekmanns Sohn vor drei Jahren zum Team gestoßen ist, spielte der Zufall zumindest ein wenig mit. Denn dem Marketingfachmann, der bis dato in der 5-Sterne-Hotellerie tätig war, stand gerade eine Versetzung bevor, die ihm einen Umzug von München nach Dubai beschert hätte. Gleichzeitig sollte bei Alta Seta eine gerade entstandene Lücke im Außendienst geschlossen werden. Das passte wunderbar zusammen, denn wer könnte die schicken und ausgefallenen Kreationen besser rüberbringen als ein gewandter, höflicher und auslandserfahrener junger Mann mit bestem Geschmack? Jedenfalls sind die Geschäftsführerinnen mit der Entscheidung ausgesprochen zufrieden, zumal sich durch ihre Zusammenarbeit mit Patrick Polaniok die Chance auf eine zukünftige Firmennachfolge eröffnet hat. „Wir setzen alles daran, das Unternehmen zu erhalten und auszubauen, um zu gegebener Zeit eine gesunde Firma übergeben zu können“, sagt Toska Siekmann und resümiert beim Gedanken an die letzten zehn Jahre: „Ich bin überzeugt davon, dass man ohne eine Vision nichts erreichen kann. Wir hätten nie gedacht, dass wir mal Arbeitgeber werden und Verantwortung für mehr als zehn Mitarbeiter tragen würden. Aber es scheint so, als hätten wir alles richtig gemacht. Und das Schönste ist: Die Euphorie des Anfangs ist immer noch da!“ <

EXCELLENCE IS THE BEST INVESTMENT.



Associating your company with Titleist, the #1 ball in golf, makes a strong statement about your commitment to excellence on and off the course. That's always a smart investment. You can choose from five Titleist golf ball models: Titleist Pro V1®, Pro V1x™, NXT Tour®, NXT® and DT® SoLo. Titleist provides the sophisticated colour reproduction, creative-capabilities and highest quality that your brand deserves. For information about Titleist logoed golf balls and a full range of corporate logoed golf accessories, contact LoGolf B.V. today.

Titleist®
#1 ball in golf.®

LOGOLF LINE
The Swing in Promotion

LoGolf Line B.V. - Energiestraat 16e, 1410AT Naarden, The Netherlands
Phone +31 35 69 421 51 - Fax +31 35 69 417 21 - E-Mail: Sales@logolf.nl - **www.logolf.nl**



100 JAHRE STANDARDGRAPH ZEICHENGERÄTE GMBH

EINE BEWEGTE GESCHICHTE

Zerstörung im Zweiten Weltkrieg, Wiederaufbau und Boom in den Fünfzigern – nach bewegter Vergangenheit feiert die Standardgraph Zeichengeräte GmbH in diesem Jahr ihr 100-jähriges Firmenjubiläum. Das Geschäft des bayrischen Unternehmens mit kundenindividuellen Produkten blüht seit den 1970er-Jahren. Eine Reise von der Vergangenheit in die Zukunft.



Standardgraph – das von Paul Filler und Oscar Fiebig am 1. April 1911 als Filler & Fiebig GmbH in Berlin gegründete Unternehmen blickt im Jubiläumsjahr auf eine bewegte Firmengeschichte zurück. Nach vielversprechendem Beginn und dem Patent des 1909 von Georg Bahr erfundenen „Kurvenlineals zum Aufzeichnen von Schriftzeichen" – übrigens dem ersten Patent einer Schablone – folgte ein Tiefpunkt im Zweiten Weltkrieg, in dem Firmengebäude und Maschinen zerstört wurden. Ein Schicksal, das viele Unternehmen in diesen Zeiten hinnehmen mussten. Fleiß, Ausdauer, Geduld und Entbehrung, aber auch Tatkraft, Mut und Entschlossenheit waren notwendig, um das Geschäft wieder aufleben zu lassen und


KAISERLICHES PATENTAMT.

PATENTSCHRIFT

— № 239624 —

KLASSE 75c. GRUPPE 25.

GEORG BAHR IN CHARLOTTENBURG.

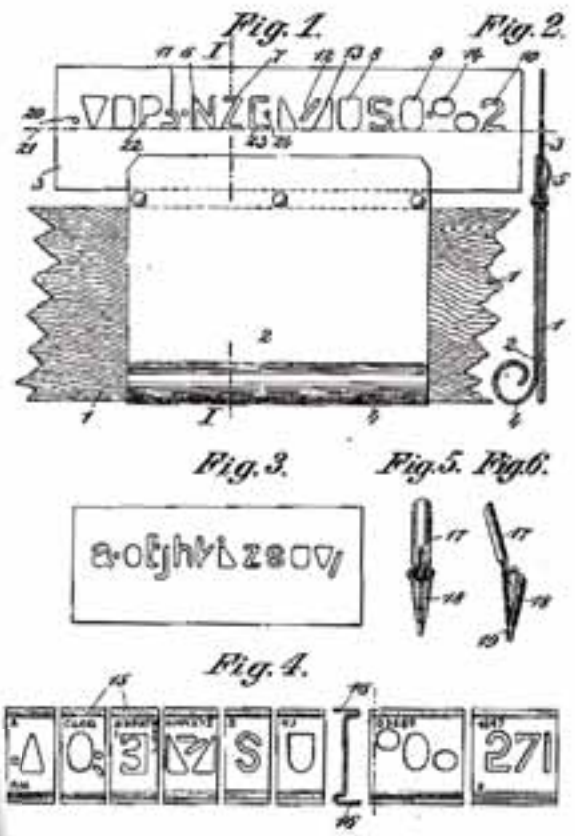
Kurvenlineal zum Aufzeichnen von Schriftzeichen.

Patentiert im Deutschen Reiche vom 16. September 1909 ab.

Ausgegeben den 17. Oktober 1911.

Ein weiteres historisches Dokument aus dem Gründungsjahr: Die Patentschrift für ein „Kurvenlineal zum Aufzeichnen von Schriftzeichen“.





Die ersten Schablonen ließ man am Firmensitz in Berlin unter der Bezeichnung „Normograph“ herstellen. Im Bild die Normograph-Schablonen aus dieser Zeit.

von neuem voranzubringen. So war es besonders dem späteren Inhaber Paul Kroedel und dem 1946 in die Firma eingetretenen Mitinhaber Jan-Harald Koelichen, einem Kaufmann aus Hamburg, zu verdanken, dass Standardgraph zu dem werden konnte, was es heute ist.

SCHWERPUNKT AUF ZEICHEN- UND BÜROGERÄTEN

Am aktuellen Sortiment lässt sich ablesen, wie sich die im bayrischen Geretsried beheimatete Standardgraph Zeichengeräte GmbH den Erfordernissen des Marktes entprechend gewandelt hat. Mit der Jahrtausendwende setzte bei Standardgraph ein fulminanter Entwicklungsprozess ein: vom erfahrenen Spezialisten für Zeichengeräte und Schablonen schrittweise hin zu einem Handelsunternehmen für Zeichen-, Mal- und Schreibgeräte sowie Hobby- und Büroartikel. Im Zuge dieser Entwicklung hatte das Unternehmen Handelsvertretungen für hochwertige Schreibgeräte bekannter Marken übernommen, darunter Fisher Space Pen (Weltraumkugelschreiber), Sensa Pen, Monteverde und Retro 1951 sowie ein Schreibgeräteprogramm unter seiner Eigenmarke kreiert. Daneben wurde auch die Produktpalette erweitert: Heute verkauft Standardgraph unter anderem auch Theaterschminke vom Marktführer Kryolan, Mappen und Taschen sowie kalligraphische Schreibgeräte und Sets. Heute befindet sich auch die Marke DUX, bekannt für gute Bleistiftspitzer, unter dem Dach des Unternehmens. Nach wie vor werden Schablonen, Lineale, Maßstäbe, Werbeartikel, Spritzgussteile für Schreib- und Zeichengeräte sowie Bleistiftspitzer produziert. Der gute Ruf beim Fachhandel im Inland und Ausland ist bedingt durch das sehr gute Image der Marke, die der Nutzer von Standardgraph Zeichen- und Schreibgeräten mit Qualität und Präzision verbindet. Ein Blick in die Vergangenheit lässt erahnen, welch große Leistung mit dem Erhalt dieser Firma verbunden ist.

NEUANFANG NACH DEM ZWEITEN WELTKRIEG

Bis zu Beginn des Zweiten Weltkrieges waren die ersten Schablonen noch am früheren Firmensitz in Berlin unter der Bezeichnung „Normograph“ hergestellt worden, zunächst in Lohnarbeit, später in eigener Fertigung. In jener Zeit war viel Handarbeit notwendig, denn alle Schablonen wurden aus Kunststoff gefräst. Der Zweite Weltkrieg machte dann alles zunichte. Die Gebäude und Maschinen wurden zerstört und an einen Wiederaufbau an gleicher Stelle war nicht zu



Der Firmeneingang zur Standardgraph-Produktionsstätte.





Peter Eberl, bereits seit 1978 bei Standardgraph als Prokurist tätig, leitet die Firma seit 1997 als Inhaber und Geschäftsführer.



Moderne Spritzgusstechnologie sorgt für qualitativ hochwertige Ergebnisse bei den Produkten.

denken. Nach Kriegsende folgte der Umzug ins französisch besetzte Friedrichshafen, doch der Standort war nicht unproblematisch. Um die Verfügbarkeit des Rohmaterials für die Herstellung der Schablonen zu verbessern, siedelte das Unternehmen im September 1946 vom Bodensee nach Geretsried bei München in die amerikanische Besatzungszone über, wo es das Nachschub- Problem nicht gab. „Für mich, als damals Neunjährigen, waren Umfang und Aufwand, den unsere Eltern betrieben, um eine neue Existenz aufzubauen, kaum erfassbar“, blickt Wirtschaftsingenieur Harald Koelichen zurück. Der 1938 in Hamburg geborene Zeitzeuge war 1964 in die väterliche Firma eingetreten und später selbst lange Jahre deren Gesellschafter und Geschäftsführer. „Mit viel Improvisationstalent schafften es meine Eltern zusammen mit Meistern und 13 Mitarbeitern, in nur wenigen Wochen die Fertigung von Schrift- und Zeichenschablonen in Geretsried zum Laufen zu bringen“, erklärt Koelichen.

AUFSCHWUNG IN DEN GOLDENEN FÜNFZIGERN

Im Frühjahr 1951 hat Filler & Fiebig zum ersten Mal auf der Industrie-Messe in Hannover, damals noch in einem Messezelt, seine Produkte ausgestellt. Die kontinuier-



liche Präsentation der hochwertigen Schreib- und Zeichengeräte auf verschiedenen nationalen und internationalen Messen in den Folgejahren brachte steigende Umsätze und eine immer bessere Auslastung der Schablonenfertigung in Geretsried. Bei Filler & Fiebig folgten nach dem Wiederaufbau regelrechte Boomjahre, in denen es kaum möglich war, den Bedarf an Schablonen im deutschen und internationalen Markt zu decken. Das Firmengelände wurde baulich erweitert, eine neue Halle dazugekauft. Aus markenrechtlichen Gründen wurde in den 1950er Jahren Filler & Fiebig zur heutigen Firma Standardgraph Zeichengeräte GmbH. Um die amerikanischen Märkte besser bedienen zu können, wurde 1963 die Firma Standardgraph Filler & Fiebig Ltd. in Sligo, Irland, aufgebaut. Die technische Entwicklung ermöglichte in den 1960er und 1970er Jahren die Umstellung von der Handfräsung auf Spritzgussmaschinen und CNC-gesteuerte Fräsmaschinen. Lineale, Winkel, Dreiecke und Tuschezeichner ergänzten im Laufe der Jahre das Programm. Bis zu 220 Personen waren in jener Zeit in Produktion und Vertrieb tätig, der inzwischen weltweit erfolgte.

SCHABLONEN ALS WERBEMITTEL

Während zunächst nur der Facheinzel- und -großhandel mit „Standard-Produkten“ beliefert wurde, begann man in der 1970er Jahren auch mit der Herstellung von kundenindividuellen Schablonen und von Linealen mit Werbeaufdruck. Rasch stellten sich die Werbemittel als wichtiges Produktsegment heraus. Schon Ende der 1970er Jahre sah man erste Computer in den Zeichenbüros von Großunternehmen, um dort das manuelle Arbeiten mit Schablonen zu ersetzen. Computerunterstützte Zeichenprogramme (CAD) wurden bald auch für mittlere und kleine Unternehmen erschwinglich – mit dem Ergebnis, dass der Verkauf von Schablonen und Zeichengeräten in den Folgejahren deutlich zurückging. Bei Standardgraph begann in den 1980er Jahren die Phase des Wandels und der Diversifizierung. Gesellschafter verkauften ihre Anteile, schieden aus. Das Firmengelände in Irland wurde verkauft. Die Familie Koelichen, bis 1982 Alleininhaber, verkaufte die Firma an die französische Mecanorma-Gruppe, die wiederum das Unternehmen 1997 im Rahmen eines Management-Buyouts an den seit 1978 als Prokurist für die Bereiche Finanzen, Personalwesen und Einkauf bei Standardgraph zuständigen gelernten Großhandelskaufmann Peter Eberl veräußerte. Neue Ideen führten Ende der 1990er Jahre zur Umstellung der Produktpalette, zudem wurde die Mannschaft verkleinert. Und heute? Im Jahr 2011, 100 Jahre nach Firmengründung, blickt der 65-jährige Peter Eberl als aktueller Inhaber und Geschäftsführer auf ein gesundes Unternehmen mit einem umfangreichen Programm an hochqualitativen und attraktiven Artikeln für den Werbemittelhandel im In- und Ausland.

www.standardgraph.de <



49. PSI MESSE 2011

12

Halle

Auch in Halle 12 bietet sich Besuchern vom eindrucksvollen aufwendigen Standbau bis zur kleinen, detailverliebten Herstellerpräsentation ein repräsentativer Überblick über die Fülle unterschiedlichster Produktideen und Promotionsverstärker. Am schnellsten zu erreichen ist diese Halle über den zweiten Messeeingang, die Pforte Nord-Ost bei Halle 13.

Von A wie Anti-Stress-Artikel bis Z wie Zettelklötze. Für jeden Anlass, jede Jahreszeit und jegliche Marketingmaßnahme lässt sich der richtige Werbeartikel finden. Ein Werbeartikel ist nicht nur bloßes Produkt, sondern vermittelt – sinnvoll gegeben, gezielt gestreut oder im Rahmen einer Kampagne punktgenau platziert – Botschaften, die nachhaltig wirken, Sympathie verbreiten oder Namen und Image des werbenden Unternehmens stärken. Ein Werbeartikel ist somit gleichsam Ideenträger. Angefangen beim emsigen Streuartikel bis hin zum hochwertigen Premiumprodukt verleiht er der werbetreibenden Wirtschaft kreative Impulse, die dauerhafter sind als jegliche Form der klassischen Werbung. Hier gibt es im wahren Wortsinn greifbare, ja spürbare Ergebnisse, die sich auch an jedem Stand der Halle 12 nachvollziehen lassen, eingehende Beratung inklusive. Natürlich kann die intensive Suche nach den passenden Produkten manchmal auch ermüdend sein. Für derlei Fülle empfiehlt sich ebenfalls ein Besuch der Halle 12. Denn am Stand 12A30 lädt die PSI Ruhezone zum Entspannen ein. <



GEFÜHLVOLLE PRODUKT-BOTSCHAFTEN

Für das Geschäft zum Jahresanfang hat die emotion factory mit ihren Eierfarben nebst Zauberstift sowie der Hasenkerze gefühlvolle Produkt-Botschaften im Lieferprogramm. Durch individualisierbare Kleinauflagen können auch Kunden mit niedrigem Werbebudget zusätzlich von sich hören lassen.

12B30

45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 81550
info@emotion-factory.com • www.emotion-factory.com

TEE-PYRAMIDE

Bonbons, Dauerlutscher, Keksgebäck und Schokolade gehören zu den werblichen Dauerbrennern aus dem Angebot der polnischen Firma Slodkie Upominki. Neu im Sortiment der Polen ist die T-Box, eine schmale Packung, die mit schwarzem Tee bestückt ist. Überdies sorgt Slodkie mit seiner T-Pyramid, wahlweise bestückt mit einem großen Beutel grünem Tee oder schwarzem Tee, für Aufmerksamkeit. Beide Produkte werden, anders als bei üblichen Tee-Verpackungen, auffällig durch die fantasievollen Formgebungen, womit die Werbebotschaft des Kunden weit deutlicher als üblich ins Blickfeld gerückt wird.

12B20

46325 • Slodkie Upominki • Tel +48 22 6119586
info@slodkieupominki.pl • www.sweet-seller.com • www.slodkieupominki.pl





MUSIKALISCHES FÜRS HANDGELENK

Ein attraktiv gestaltetes Armband für den iPod nano namens Rock Band hat Regine im Angebot. So trägt sich der iPod sicher und bequem am Handgelenk. Die hochwertigen Bänder sind in vielen verschiedenen Trendfarben lieferbar und können mit dem nano gleichzeitig als Armbanduhr verwendet werden. Geliefert wird es in einer schönen Geschenkbox.

12D47/12D52

45461 • Regine GmbH • Tel +49 7432 907110
info@reginegmbh.com • www.reginegmbh.com

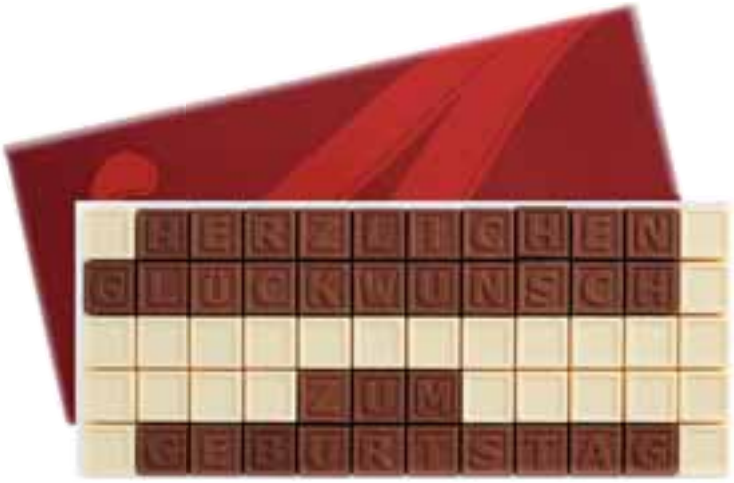


BUNTES SCHATZKÄSTCHEN

In fröhlich-bunten Farben präsentiert sich penny, die neue Spardose von Stiefelmayer Contento. Sie ist aus Porzellan, ausgestattet mit vielen verschiedenen, bunten Dekoren und passt farblich entsprechend gut zur neuen Contento-Frühlingskollektion für das neue Jahr 2011. Die schlichte Formensprache tut sich wohltuend hervor, womit penny zum attraktiven Hingucker für zu Hause oder aber zur tollen Verpackung für ein Geldgeschenk werden kann. Die Oberseite der Spardose ist leicht konkav geformt, sodass diese auch als Ablage für den Schlüsselbund dienen kann.

12H14/12K13

45280 • Stiefelmayer Contento GmbH & Co. KG • Tel +49 9342 9615-0
info@contento.com • www.contento.com



SÜSSE POST

Wenn Schokolade in ungewöhnlichen Formen präsentiert wird, ist die Schokotelegramm GmbH als kreativer Gestalter nicht weit. Bekannt für seine 9,5 Gramm leichten Schokoladenbuchstaben, die beliebig miteinander kombinierbar sind, macht Schokotelegramm jetzt auch mit einer Neuigkeit in diesem Zusammenhang von sich Reden: Ab sofort findet nur noch UTZ-zertifizierte Schokolade in den süßen Kreationen der Nettetaler Verwendung. Schließlich wird bei der Produktion der Schokolade großer Wert auf Umweltfreundlichkeit und soziale Umstände der Anbauer gelegt. Mit der Folge, dass alle Beteiligten bei der Herstellung auf faire Behandlung zählen können.

12L25

46766 • Schokotelegramm GmbH • Tel +49 2153 9107999
kontakt@schokotelegramm.de • www.schokotelegramm.de

Nichts gegen

Trends & Trendsetter ...

... aber hier haben wir einen echten Dauerbrenner!

Besuchen Sie uns
auf der PSI Messe
in Düsseldorf

Stand 12 H 02 / K 11



Das EB-15, ein idealer Werbeträger

- Regulierbare Sicherheitsflamme
- Umweltschonend, da nachfüllbar
- Nahezu vollständig recycelbar
- 65° C Temperaturresistenz
- TÜV geprüfte Sicherheit

Elektronica SM-Handels GmbH
Mergenthaler Str. 29 - 31

D-48268 Greven
Germany / Allemagne

Fon: +49 (0) 2571 / 57890-0
Fax: +49 (0) 2571 / 57890-15

E-Mail: info@elektronica.de
Internet: www.elektronica.de

it's my flame! TOM®



NEUIGKEITEN FÜR VIELSCHREIBER

Der neue Druckkugelschreiber triplus 426 von Staedtler überzeugt durch hohe Produktqualität und verhilft mit seiner dreikantigen Form und seiner Gummigriffzone zu einem ermüdungsfreien und angenehmen Schreibgefühl. Neben einer Kunststoff-Großraummine, Strichbreite M und Schreibfarbe Blau ist der in Deutschland hergestellte triplus 426 wahlweise mit einem Schaft in Blau und Schwarz erhältlich.

12D46/12E40c

41108 • Staedtler Mars GmbH & Co. KG • Tel +49 911 9365514
info@staedtler-promotional.de • www.staedtler-promotional.de

TRAGBARER SEEOFFIZIER

Die Laptop-Tasche namens Sea Officer von Haveco ist gefertigt aus hochwiderstandsfähigem Segeltuch, wie sie üblicherweise verwendet wird für Segelboote. Das extrem reißfeste Material hat überdies den Vorteil, dass es leicht zu reinigen ist. Die für die Unterbringung eines 15-Zoll-Laptops gedachte Tasche ist Teil einer Sonderserie von Taschen, die in den Farbkombinationen Weiß-Navy sowie Weiß-Schwarz erhältlich ist, dabei jedoch nie ihren nautischen Charakter verliert. Für die Bedruckung mit einem werblichen Logo gibt es ausreichend Möglichkeiten. Außerdem ist in der Tasche noch reichlich Platz für das Handy, Mousepad oder Schreibgeräte.

12H22

48028 • Haveco B.V. • Tel +31 229 563517
info@haveco.nl • www.haveco.nl





KULI MIT STRAHLKRAFT

Das brandneue Penlight von Richard Cermak mit einer weißen, energiesparenden, unzerbrechlichen und extrem hell leuchtenden LED verfügt neben der üblichen Momentschaltung zusätzlich über eine Dauerkontaktfunktion. Der Dauerkontakt wird durch leichtes Drehen des Kopfes nach links oder rechts aktiviert. Bis zu 100 000 Betriebsstunden bei extrem niedrigem Stromverbrauch soll die Lampe leisten. Sie ist ausgestattet mit einem stabilen Clip. Zwei Alkaline-Batterien reichen für 100 Stunden Licht.

12M47

44668 • Richard Cermak Penlights (Made in Germany) • Tel +49 7231 106105
info@richard-cermak.de • www.richard-cermak.de



NOSTALGIE MIT PFEFFERMINZ

Elegant und formschön gestaltet ist die wahlweise mit Traubenzucker oder Pfefferminz-Dragees oder aber mit zuckerfreien Versionen wie Fresh-Mints, Kaugummi sowie Pfefferminzherzen bestückte Mini-Nostalgiedose von Magna Sweets. Die Scharnierdeckeldose aus Weißblech gab es zwar schon immer im Lieferprogramm, neu aber ist die im Trend liegende mattierte Farbgebung in Schwarz, die als Werbeanbringung zum echten Hingucker wird. Der Kunde kann bei der Individualisierung zwischen Direktdruck auf der Dose, einer Prägung oder einer formschönen Laserung wählen.

12G45

41617 • Magna Sweets GmbH • Tel +49 8146 99660
info@magna-sweets.de • www.magna-sweets.de

SONNIGE POCKET-LADESTATION

A-solar hat Onyx entwickelt, ein Solar-Ladegerät im Kleinformat, das zum Aufladen leerer Akkus von Handys oder MP3-Playern gedacht ist. Onyx lädt die eigene Batterie durch Sonnenstrahlung auf, kann aber auch über USB-Anschluss an einen Computer neue Energie aufnehmen. Das Universal-Ladegerät wird in einer De-luxe-Geschenkbox geliefert und verfügt über acht verschiedene Standard-Anschlüsse für die gängigsten mobilen Geräte.

12K46

47525 • A-Solar B. V. • Tel +31 30 6354800
info@a-solar.nl • www.a-solar.nl





KULINARISCHE VERSUCHUNG

Mit einer Reihe von Neuheiten wartet die Jung Bonbonfabrik im Rahmen der diesjährigen PSI Messe in Düsseldorf auf. Wer den Stand in Halle 12 besucht, kommt kulinarisch wie gewohnt bei Jung auf seine Kosten. Traditionell gibt es Maultaschen zur Stärkung, doch im Fokus stehen natürlich Neuheiten wie die Mini-Slim-Box und das brandneue Display sowie viele weitere Eyecatcher.

12D29

41545 • Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG • Tel +49 7042 907-0
zentrale@jung-europe.de • www.jung-europe.de



DAS AUGE ISST MIT

Die Frühstücksbrettchen aus Melamin mit dem appetitanregendem Motiv einer liebevoll gestalteten Frühstückstafel gibt es bei Opus 4. Die Frühstücksbrettchen in den Maßen 24,7 x 14,8 Zentimeter sind rund 7 Millimeter stark und spülmaschinenfest. Zudem glänzen die Brötchenunterlagen durch Hitzeresistenz, Formbeständigkeit und Kratzfestigkeit, sind außerdem lebensmittelecht und in zwölf verschiedenen Designs verfügbar.

12M14/12N15

47308 • Opus 4 Vertriebs GmbH • Tel +49 5105 7757-26
info@opus-4.de • www.opus-4.de

HEISSES DESIGN

Beim Convex-Design der brandneuen Isolierkanne Ciento von Helios verschmelzen Griff und Kannenkörper zu einem einheitlichen Ganzen. Neben purer Freude am Design haben sich die Schöpfer der Kanne auch um perfekte Funktion gekümmert: Das in sechs Trendfarben erhältliche Isoliergefäß erreicht durch doppelwandigen Vakuum-Stabilglaseinsatz mit etwa 0,9 Liter Volumen eine sehr gute Warmhaltung. Der Inhalt einer vollen Kanne reicht für rund sieben Tassen. Personalisierungen werden mittels Siebdruckverfahren realisiert.

12L19

41877 • Helios Dr. Bulle GmbH & Co. KG• Tel +49 9342 9619-0
info@helios-wertheim.com • www.helios-wertheim.com



10-jähriges Firmen-Jubiläum

Giving Europe

Giving Europe möchte sich bei allen Partnern für das gezeigte Vertrauen in den letzten 10 Jahren bedanken und hofft, auch in der Zukunft ein weiterhin zuverlässiger Lieferant für Sie sein zu dürfen !

Ihr Giving Europe Team

PSI-Messe Stand Halle 12, Stand Nr. 12E30/12G37 - 12G30/12H37



NEU:

- IMPRESSION Katalog 2011
- Brands Route 66 & GETBAG
- Giving Europe Partnerprogramm
- Corporate Webseite

PSI-Party für alle Partner von Giving Europe. Bitte fragen Sie Ihre Account-Manager nach freien Eintrittskarten



ÖKOLOGISCH GERECHNET

Neu im Sortiment der MSA Münchinger GmbH sind ökologische Tischrechner, deren Gehäuse aus Maisstärke gefertigt sind. Damit wird einerseits ressourcenschonende Herstellung gewährleistet, andererseits ist das Material biokompatibel: Das heißt, es kann von Mikroorganismen abgebaut und daher kompostiert werden. Die in verschiedenen Farben erhältlichen Rechner haben zehnstellige Displays und verfügen über Dual-Power-Funktion, sind also auch über Solar zu betreiben.

12N55

41143 • MSA Münchinger GmbH • Tel +49 7044 9251-0
muenchinger@m-s-a.de • www.m-s-a.de

SCHILLERNDER KOPFSCHUTZ

Unter der Marke Keller Reflex vertreibt die schwedische Firma Keback einen innovativen Fahrradhelm, der höchsten Anforderungen an die Sicherheit genügt. Der Keller Reflex Bicycle Helmet ist mit einer Headlight-Technik ausgestattet, einer einzigartigen Möglichkeit zur Beschichtung der Oberfläche mit reflektierenden Elementen. Dadurch kann der gesamte Helm bei einbrechender Dunkelheit schon von Weitem gesehen werden. Neben einem Logo kann der Helm auch mittels reflektierender Schilder individualisiert werden.

12B16

42583 • KEBACK AB • Tel +46 35 16270-0
info@keback.se • www.keback.se





KULT-KOLLEKTION FÜRS OFFICE

Visionäres, attraktives Design kennzeichnet die Schreibtisch-Accessoires namens Eye:Style von Sigel, die für den Platz auf dem anspruchsvollen Büroschreibtisch gedacht sind. Jedes Stück der Serie besticht durch runde Formen, innovative High-Gloss-Optik und die stilvolle Kombination aus hochwertigem Kunststoff und Acryl. Das Logo oder ein Schriftzug lässt sich mittels mehrfarbiger Bedruckung auf Stifte-Köcher, Locher, Klammernspender und Heftgerät ins Zentrum der Aufmerksam setzen. Auf Anfrage gibt es Eye:Style auch in Blau, Grün, Gelb und Rot.

12G14/12G26b

47962 • Sigel GmbH • Tel +49 9078 81304
nermin-tubic@sigel.de • www.sigel.de



VIELSEITIGER LADEPLATZ

Als idealer Reisebegleiter entpuppt sich HTCHAR 001 von Heibro Trading aus den Niederlanden. Dabei handelt es sich um ein vielseitiges Ladegerät mit zwei USB-Anschlüssen, an die sich beispielsweise Handys oder MP3-Player anschließen und wieder aufladen lassen. Die Energie holt sich HTCHAR 001 entweder aus dem Netz oder über den Anschluss mittels carjack an den Zigarettenanzünder im Auto. Alternativ ist das Wiederaufladen aber auch über Batteriebetrieb möglich, wahlweise mit zwei AA-Batterien oder einer einzelnen 9V-Blockbatterie.

12K17

46712 • Heibro Trading B. V. • Tel +31 181 418488
trading@heibro.nl • www.heibrotrading.com

-Anzeige-





FÜR HÄNDCHEN UND FÜSSCHEN

Die Fußbadetabs in niedlich gepresster Füßchenform von Sanders Imagetools sind seit geraumer Zeit ein Werbemittelklassiker. Darüber hinaus bietet Sanders nun auch Tabs für Hände und Körper in entzückender Herzform mit fruchtig-frischem Granatapfel-Aroma und vielen weiteren leckeren Düften an. Das neu entwickelte Handbalsam und die darin verwendete Duft- und Wirkstoffkomposition Ingwer-Limette vitalisiert durch die natürliche Frische von Limette und rundet das Aroma des Ingwers zu einer stimmigen Duftkomposition ab. Unverzichtbar für die bevorstehende Ski-Saison: die innovative und schützende Sonnenlotion Melone, mit der Sanders die Kunden in die Duftwelt des vergangenen Sommers entführt.

12G56

46551 • Sanders Imagetools GmbH & Co. KG • Tel +49 9401 607980
welcome@imagetools.com • www.imagetools.com



ZUM GREIFEN NAHE

Das niederländische Unternehmen IssueTissue hat einen innovativen Werbeartikel entwickelt: die Handy Tissue-Box zum Aufstellen und nun auch zum Aufhängen. Die Anwendung von Papiertüchern nimmt immer mehr zu, Grund genug, an allen möglichen Orten eine Tissue-Box in Reichweite zu platzieren. Die Tissue-Box kann mit dem mitgelieferten Saugnapf im ausklappbaren Stück Karton auf der Box befestigt werden. Mit dem neuen Modell, der Handy Tissue-Box, können die Tücherpackungen nun auch bei wenig Platz mit dem dazu gelieferten Saugnapf aufgehängt werden. Die Qualität der Tissues wird vom Forest Stewardship Council (FSC) und der ISO-9001-Zertifizierung garantiert. Weitere Informationen auch im Internet unter www.issuetissue.com

12A13

44613 • Consuma-Issue-Tissue B.V. • Tel +31 70 3630918
info@issuetissue.com • www.issuetissue.com



Jetzt Muster anfordern unter www.uma-pen.com/news2011!

Order your sample now directly at www.uma-pen.com/news2011!



SANFTES DUSCHERLEBNIS

Der sportlich markante Frischemix des brandneuen Duschgels mit Power Pearls von Sanders Imagetools enthält die aktive Wirkstoffkombination Koffein-Magnesium, die den Body spürbar pusht und sofortige Power spendet. Die Vitamin-E-Power-Pearls im klaren Duschgel entwickeln einen besonders cremigen, frisch duftenden und belebenden Schaum. Zur Reinigung und Pflege trockener und empfindlicher Haut gedacht ist zudem das reichhaltige Dusch-Öl mit rückfettendem Soja- und Sonnenblumenöl, das vor dem Austrocknen schützt und die Haut weich und geschmeidig macht. Die seifen- und alkalifreie Formulierung enthält Panthenol und Vitamin E und bildet einen sanft-cremigen Schaum für ein wahrhaft sinnliches Duscherlebnis.

12G56

46551 • Sanders Imagetools GmbH & Co. KG • Tel +49 9401 607980
welcome@imagetools.com • www.imagetools.com

NATÜRLICH BUNT

Rund um den Becher aus dem Angebot der Sympathie Company führt die nahtlos gearbeitete, geschlossene Invertgravur namens Colour of Sun. Mit der rein organischen, blei- und cadmiumfreien Umweltfarbe Colour of Sun ist jede gewünschte Farbe laut Pantone- oder HKS-Farbsystem in voller Farbechtheit umsetzbar. Die intensive Farbwirkung kann durch komplette Einfärbung mittels Spritzen oder durch das Aufbringen eines Dekors erzeugt werden.

12L53

47733 • Sympathie Company GmbH • Tel +49 3643 490457
info@sympathie-company.com • www.sympathie-company.com





STRAHLENDES SCHMUCKSTÜCK

Der Lounge-Table mit innovativer LED-Technologie von Crow'n'Crow ist nicht nur robust, sondern sieht auch noch schick und mondän aus. Das Sahnehäubchen des Möbelstücks ist die Tischplatte aus Acryl, beschichtet mit kratzfester Folie, die im gewünschten Design des Kunden bedruckbar ist. Das Leuchtprogramm des LED-Tables bietet sieben verschiedene Farbmodi und erlaubt verschiedene Einstellungen von der Ansprache einzelner Farben bis hin zu unterschiedlich schnell einstellbarem Farbwechsel. Im Lieferumfang ist neben einem bis zu zehn Stunden Dauerbetrieb erlaubenden Akku auch eine Fernbedienung für die Beleuchtung.

12A30/12A38

45106 • Crow'n'Crow GmbH & Co. KG • Tel +49 6134 29112-0
info@crowncrow.com • www.crowncrow.com



GROSSE GESTALTUNGSFREIHEIT

Auf der PSI präsentiert die niederländische Hypon B. V. eine Reihe neuer, noch unbekannter Produkte, darunter auch ein völlig neu designtes und patentiertes Fahrradlicht. Die Gestaltung der Neuheit lässt auf Kundenseite kaum Wünsche offen, schließlich kann neben der eigenen PMS-Farbe auch die Farbe des Lichts und sogar eine eigene Form gestaltet und ausgewählt werden. Neben diesem vielseitigen Produkt präsentiert Hypon einen neuen Katalog in den drei Sprachen Deutsch, Englisch und Niederländisch. Auf über 60 Seiten stellen die Holländer ihre neuen Premium- und Promotionartikel wie zum Beispiel auch das Magic Magnet und das Goodbook vor.

12K21

47349 • Hypon B. V. • Tel +31 237 505229
info@hypon.nl • www.hypon.nl



WACHSTUMS-CHANCEN

Bei den grünen und wachsenden Produkten im Sortiment der emotion factory sind vor allem das neue Pflanzgefäß namens Pflanz-Tube und die Keimsprossensaat aus biologischem Anbau als aufmerksamkeitsstarke Werbemittel zu nennen. Da die Werbebotschaft der Naturprodukte während der Wachstumszeit stets im Blick des Anwenders präsent bleibt, sorgen die pflanzlichen Sympathieträger für nachhaltige werbliche Effizienz und häufige Rückbesinnung auf den Geber.

12B30

45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 81550
info@emotion-factory.com • www.emotion-factory.com





PFLEGENDES DOPPEL

Mit seiner neuen Double Bottle mit zweimal 150 Millilitern Inhalt bietet Turkuaz eine Kombination aus antibakterieller Handseife und Hand-Schutzlotion. Das praktische Doppel sorgt für keimfreie Hygiene und spendet außerdem einen wirkungsvollen Schutz vor Trockenheit gerade in der Winterzeit für viele ein Problem. Nach der Reinigung mit der antibakteriellen Handseife steht also praktischerweise anschließend gleich das passende Mittel gegen trockene Hände zur Verfügung.

12M39

47600 • Turkuaz Medikal Kozmetik ve Dis Tikaret Ltd. Sti. • Tel +90 212 4286848
info@turkuazsaglik.com • www.turkuazsaglik.com.tr

SPORTLICHES STAUFACH

Ein Schweißarmband aus 80 Prozent Baumwolle mit Reißverschluss liefert Mario International. Es ist nicht nur praktisch als Schweißarmband beim Sport, sondern bietet darüber hinaus auch einen weiteren Nutzen: So können zum Beispiel kleine Schmuckstücke wie Ringe oder Kettchen oder aber die Schlüssel im kleinen Reißverschlusstäschchen während der sportlichen Aktivitäten untergebracht werden. Die Mindestabnahmemenge beträgt 500 Stück. Wahlweise sind neben verschiedensten Farben auch individuelle Designs und Formen erhältlich.

12H18

48063 • Mario International Su-Chuan Chen • Tel +61 434 513353
sales@mario-intl.com • www.mario-intl.com





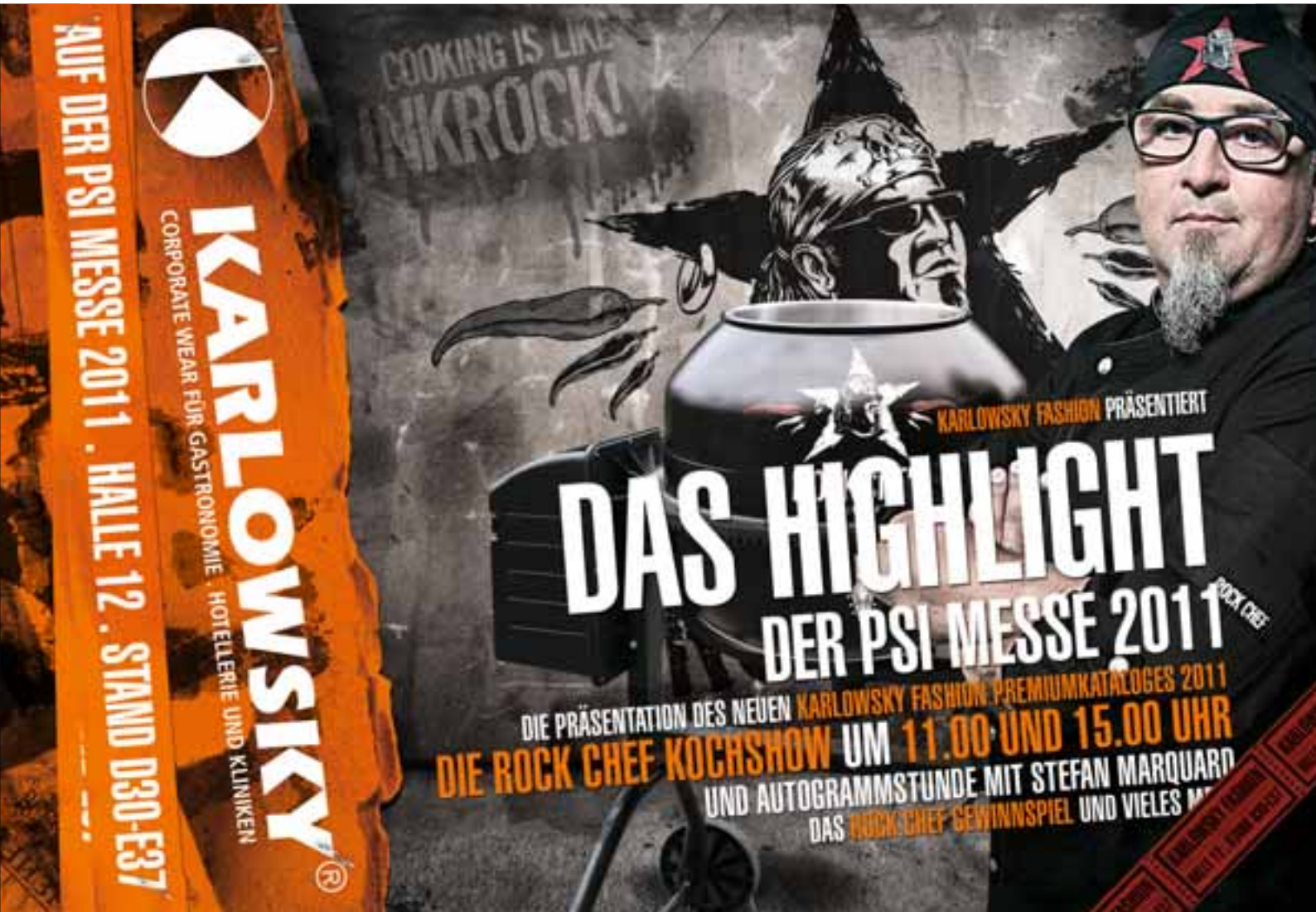
IDEELLER TAPETENWECHSEL

Das kleine Schwarze unter den Notizbüchern und Heften erfreut sich ungebrochener Beliebtheit. Doch von der ersten Idee bis zum letzten Date sehnt sich nach Jahren der Tristesse auch die kürzeste Notiz nach etwas Abwechslung. Die Köpfe von freie-produktioner aus dem Münsterland dachten sich was aus: Allerhöchste Zeit für einen Tapetenwechsel, Zeit für das neue Papeterie-Label NoteCouture mit brandneuen Tapetenheften. Feinste Papiere im Inhalt, umhüllt von edelsten Tapeten als Umschlag – da wird jedes Heft zum Unikat. Wie zufällig dem Rapport der Tapete entnommen, wird der Raumtraum zum Traumraum im DIN-A5-Format. Die neue Kollektion wartet mit einigen fantasievollen Designs von Royal bis Retro auf. Mehr Informationen unter www.note-couture.de.

12C56

47595 • freie-produktioner Münster/Osnabrück GmbH & Co. KG • Tel +49 5485 83341311
info@freie-produktioner.de • www.freie-produktioner.de


SŁODKIE UPOMINKI
DESIGN YOUR SWEET T-SHIRT FOR EURO 2012!
THE SWEETEST OF ADVERT
POLAND, 04-481 WARSAW, BELLOTY STREET 18,
TEL.: +48 (22) 673 54 75, +48 (22) 611 95 86, FAX.: +48 (22) 816 00 08,
E-MAIL: INFO@SLODKIEUPOMINKI.PL, WWW.SLODKIEUPOMINKI.PL
PSI
TRADE


AUF DER PSI MESSE 2011 . HALLE 12 . STAND D30-E37
KARLOWSKY
CORPORATE WEAR FÜR GASTRONOMIE · HOTELLERIE UND KLINIKEN
COOKING IS LIKE ROCK!
KARLOWSKY FASHION PRÄSENTIERT
DAS HIGHLIGHT
DER PSI MESSE 2011
ROCK CHEF
DIE PRÄSENTATION DES NEUEN KARLOWSKY FASHION PREMIUMKATALOGES 2011
DIE ROCK CHEF KOCHSHOW UM 11.00 UND 15.00 UHR
UND AUTOGRAMMSTUNDE MIT STEFAN MARQUARD
DAS ROCK CHEF GEWINNSPIEL UND VIELES



GRÜNER STEMPEL

Green Line heißt der neue hochwertige Stempelautomat von heri, ein Printer, der nicht nur Design und Nutzen perfekt verbindet, sondern auch alle Vorgaben einer nachhaltigen und umweltgerechten Produktion berücksichtigt. Mit einem Minimum von 80 Prozent Recyclingkunststoff nach ISO-14001, Umweltmanagement-Zertifizierung hergestellt. Lieferbar mit grün-schwarzem Gehäuse bietet Green Line eine große Werbefläche auf der Gehäusevorderseite. Die Stempel bis vier Zeilen werden aus Naturkautschuk hergestellt.

12G14/12G26a

41016 • heri Geräte-Produktions GmbH • Tel +49 7725 9393-0
vertrieb@heri.de • www.heri.de

FRISCHE AUS DER DOSE

Mit der GumBox Body liefert die Kreutz GmbH eine neue Design-geschützte Kaugummidose, die als Werbeträger vielfältig eingesetzt werden kann. Das geschwungene Design überzeugt und die Gefäße liegen schön in der Hand. Die Dosen werden ab 500 Stück mit individuellem Druck geliefert. Hinsichtlich des Inhalts kann zwischen zwei verschiedenen Kaugummi-Sorten ausgewählt werden: KerryGum-Professional Dent, ein Zahnpflege-Kaugummi mit Mikrogranulaten, und KerryGum-Liquid Core, ein Lifestyle-Kaugummi mit flüssigem Mint-Kern. Zwei weitere Verpackungen und eine Vielzahl von Zubehör, darunter Faltschachteln und diverse Kappenaufsätze, runden das Sortiment ab.

12B14

46591 • Kreutz GmbH • Tel +49 221 690 65 8-0
info@kreutz-online.de • www.kreutz-online.de





IM HANDUMDREHEN ERFRISCHT

Speziell für die Handpflege bestimmt ist die Olivenhandcreme von Francos Image – Cosmetics & More mit ausgesucht hochwertigen Komponenten und feuchtigkeitspendenden Substanzen. Diese wirken beruhigend und heilend, pflegen und glätten die Haut, verleihen ihr neue Spannkraft und vitale Schönheit. Bereits beim Auftragen pflegt das leichte Fluid die Haut samtweich. Die dermatologisch getestete, höchsten Anforderungen genügende Olivenhandcreme unterstützt die Hautfunktion und hinterlässt, nachdem sie eingezogen ist, eine wunderbar weiche Haut. Dank des einzigartigen Vakuum-Spenders ist eine gezielte und vor allem hygienische Entnahme der Handpflegecreme möglich. Auf dem Messestand präsentiert Francos neben dieser auch viele weitere attraktive Neuheiten.

12G02

47463 • Francos Image – Cosmetics & More! • Tel +49 2521 8255112
mfrancus@francos-gmbh.de • www.francos-gmbh.de



CUP DER GUTEN HOFFNUNG

Die gleichermaßen für Heiß- und Kaltgetränke geeigneten Pappbecher von freie-produktioner lassen sich jetzt auch in Kleinauflage individuell gestalten, kreativ bedrucken und als effektive Werbeträger einsetzen. Ab einer Auflage von 1000 Stück wird der Becher laut freie-produktioner europaweit 15 Arbeitstage nach Auftragsvergabe durch die deutsch-irische Marke CupPrint fertig individualisiert mit vollflächiger vierfarbiger Bedruckung geliefert. Alle CupPrint Produkte werden übrigens auch aus voll kompostierbaren Materialen angeboten. Weitere Informationen unter: www.cupprint.de.

12C56

47595 • freie-produktioner Münster/Osnabrück GmbH & Co. KG • Tel +49 5485 83341311
info@freie-produktioner.de • www.freie-produktioner.de

NEU

50 ml Duo-Flasche
mit Lotionspumpe

Mögliche Kombinationen:

1. Sun Lotion LSF 20 „Kokos“ + After Sun Lotion
2. Sun Lotion LSF 30 „Kokos“ + After Sun Lotion
3. Antibakterielles Gel + Aloe Vera Hand Lotion



Besuchen Sie uns:
Stand 12G02

FRANCOS®
IMAGE-COSMETICS & MORE!

FranCos GmbH · Sternstraße 7 · D-59269 Beckum
Fon +49 25 21.82 55.10 · Fax +49 25 21.82 55.120
info@francos-gmbh.de · www.francos-gmbh.de

PSI BWL



MIT KUSCHELWÄRMEGARANTIE

Die bunte Welt der Werbetextilien von James & Nicholson aus dem Hause Daiber wurde rechtzeitig zum Start der PSI um 80 neue Produkte erweitert. Brandneu ist die Kategorie Underwear. Zu haben sind ergonomisch geformte, atmungsaktive Sneaker Socks (JN 209) oder auch wärmeisolierende Thermo-Shirts für Damen (JN 432) oder für Herren (JN 431). Eine Fülle neuer Farben gibt es unter anderem für das Classic-Polo für Damen (JN 071), Herren (JN 070) und Kinder (JN 070k). Zudem hat Daiber einen Teil seiner Palette an Softshell-Jacken, Westen, kuscheligen Winter-Sweats und pfiffigen X-Mas-Produkten mit zusätzlichen Farben und Größen von S bis 3XL ausgestattet.

12D14/12G25b

42819 • Gustav Daiber GmbH • Tel +49 7432 7016-800
info@daiber.de • www.daiber.de

BITTE NOTIEREN

Mit vielen attraktiven Neuheiten wartet Notes auf der PSI als kompetenter Partner in Sachen Werbeartikel aus Papier und Folie auf. Das Desktop Display IV b beispielsweise ist bestückt mit 50 adNOTES im Format 100 x 72 Millimeter sowie weiteren 50 in der Größe 50 x 72 Millimeter und einem reichhaltigen Film-Marker-Set. Das Tri-Set II b mit 50 adNOTES kommt in derselben Verpackungseinheit sowie einem Film-Marker-Set und einem Mini-Kugelschreiber, der in einem in den Umschlag eingearbeiteten Kuli-Halter Aufnahme findet. Die Sets sind überall und jederzeit einsatzbereit, denn der solide Bookcover-Umschlag gewährt allerorts beständige Stabilität. Weitere Infos auch zu den weiteren Neuheiten wie Tri-Set I b, Kombi-Set XVII b sowie Kombi-Set XVI pk gibt's auf dem Messestand.

12C47/12C53

42487 • NOTES GmbH & Co. KG • Tel +49 4106 7658-0
info@notes-international.com • www.notes.sh





BEEINDRUCKENDE DOPPELLÖSUNG

Das neue Stempelgerät von heri, das für den vielfachen täglichen Einsatz gedacht ist, von Hand zu Hand geht und in sensiblen Arbeitsbereichen eingesetzt wird, ist nun mit „Sicherheitstechnik" ausgestattet: Microban. Antibakterieller Schutz verhindert überall da, wo viele Menschen miteinander in Berührung kommen, das Wachstum von schädlichen, aggressiven Bakterien und andere Mikroben. Der für Krankenhäuser, Behörden und Banken sowie öffentliche Räume konzipierte Printer ist lieferbar mit blauem Bügel und weißem Unterteil, ab 2000 Stück auch in Sonderfarben. Mit einem Online-Gutschein kann die 4-zeilige Gummistempelplatte aus Naturkautschuk, Größe 14 x 38 Millimeter, direkt unter www.stempelservice.com kostenfrei bezogen werden.

12G14/12G26a

41016 • heri Geräte-Produktions GmbH • Tel +49 7725 9393-0
vertrieb@heri.de • www.heri.de


DreamPen®
Dreampen
Polish ballpoint pens manufacturer
www.dreampen.pl



EFFEKTIVE ENTSPANNUNG

Völlig neu für den Werbemittelmarkt hat Sanders Imagetools den Aroma Roll-On entwickelt: Speziell ausgewählte Duftkompositionen, aufgetragen auf Nacken, Stirn oder Schläfen, sorgen für einen unmittelbaren Effekt, Sorgen und Stress verschwinden und werden von einem Gefühl tiefer Entspannung abgelöst. Ebenfalls neu: der Aroma Roll-On Cool Mind, der einen fühlbar wohligen Energie-Kick verleiht. Die angenehme Frische aus Pfefferminz-, Eukalyptus- und Minzeöl beruhigt bei Migräne, Kopf- und Nervenschmerzen und ist auch wohltuend bei Erkältungen. Dritte Neuheit im Bunde ist die raffinierte Komposition des Aroma Roll-On Feel Good aus Orangen-, Limetten-, Eukalyptus-, Lavendel- und Nelkenöl. Das gesamte Kosmetik-, Hygiene- und Wellness-Sortiment von Sanders Imagetools ist dermatologisch als „sehr gut hautverträglich“ getestet.

12G56

46551 • Sanders Imagetools GmbH & Co. KG • Tel +49 9401 607980 • welcome@imagetools.com • www.imagetools.com

KÖSTLICHES AUS DER LADE

Pünktlich zur PSI präsentiert ADV PAX Lutec seine neue kleine Schubladendose. Die neue Scharnierdeckeldose aus elektrolytischem Weißblech mit einer kleinen Schublade an der Seite kommt mit kleinen Schokoladentäfelchen befüllt auf den Werbeartikelmarkt. Das kleine Behältnis ist nicht nur praktisch und nützlich, sondern fungiert wegen seines eleganten Designs auch als originelles Dekorationsstück. Durch eine Klappe können verschiedenste Produkte abgefüllt werden. Frische Ware wird von oben aufgefüllt. Einschließlich der Neuheit stehen nun drei unterschiedlich große Dosen zur Auswahl.

12C54

46850 • ADV PAX Lutec GmbH • Tel +49 7123 725925 info@adv-pax.de • www.adv-pax.de





SCHWUNGVOLL DURCHSTARTEN

Ein neues Highlight der Mic o Mic Collection von LM Accessoires ist der neue Düsenjet, qualitativ hochwertig gearbeitet und schwungvoll durchgestaltet. Ab 100 Stück kann das insbesondere für Airlines und Zulieferer der Luftfahrtindustrie interessante Werbemittel mit Werbeanbringung bezogen werden. Ab 2000 Stück ist darüber hinaus eine eigene Farbgestaltung möglich. Erhältlich sind die kleinen TÜV-geprüften Flieger als Bausätze oder Fertigmodelle.

12B01/12C11

42487 • LM Accessoires GmbH • Tel +49 2234 9900-0 info@lm-accessoires.com • www.lm-accessoires.com

KERRYGUM®



Erlebe den Geschmacksorgasmus!

PSI Halle 12 Stand B14

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!



KREUTZ GMBH
OVERATHER STR. 22
51109 Köln
Deutschland
TEL.: [+49] (0) 221-690 658 - 0
FAX: [+49] (0) 221-690 658 - 20
EMAIL: INFO@KREUTZ-ONLINE.COM

PRODUCER OF PROMOTIONAL PRODUCTS



Geschäftsführer Sigurd Emt und Vertriebsassistentin Heike Crusius arbeiten im Marketing Hand in Hand.

E & H DESIGN KUNSTSTOFFVERARBEITUNGS GMBH

KUNSTSTOFF MASSGESCHNEIDERT

E & H Design ist ein kunststoffverarbeitendes Unternehmen, das sich auf die anspruchsvolle Technik der Vakuumverformung spezialisiert hat. Es liefert individuelle Lösungen für diverse Branchen, die Werbe- und Verpackungsindustrie sowie maßgeschneiderte Werbeartikel für viele Einsatzzwecke.

Viele Dinge sind uns so bekannt und so selbstverständlich geworden, dass wir sie kaum noch wahrnehmen. Obwohl sie unseren Alltag begleiten, oft unentbehrlich sind und ihre Herstellung großes technisches Wissen erfordert. Diese Erkenntnis entsteht fast zwangsläufig, wenn man sich mit dem Sortiment von E & H Design beschäftigt. Denn viele dieser oben angesprochenen Produkte und technischen Bauteile aus Kunststoff, die nicht unbedingt sofort ins Auge fallen, werden bei E & H Design in Tiefziehtechnik produziert. Wie viel Präzision, Know-how und Erfahrung hinter Artikeln wie Displays, Verkaufshilfen, Produkt- und Koffereinsätzen oder Zubehör für die produzierende Industrie und Verpackungsindustrie sowie Medizin-, Labor- und Sanitärtechnik steht, haben wir beim Firmenrundgang mit dem geschäftsführenden Gesellschafter Sigurd Emt erfahren.

KUNSTSTOFF FÜR INDIVIDUALISTEN

Zunächst erklärt er uns den technischen Background des kunststoffverarbeitenden Verfahrens, das diese Vielfalt an Erzeugnissen für die unterschiedlichsten Einsatzbereiche möglich macht: „Bei der Vakuumverformung, auch bekannt als Tiefziehen oder Thermoformen, werden Kunststoffplatten durch den Einsatz von Wärme und mittels eines Vakuums in die gewünschte Form gebracht. Damit ist es möglich, individuelle Fertigungsteile auch in kleinsten Serien wirtschaftlich zu produzieren. Also mit minimalen Werzeugkosten und kürzesten Vorlaufzeiten. Von daher ist Thermoformen auch eine kostengünstige Alternative zum Spritzgießverfahren. Vor allem die Druckluftformung von Verpackungen hat an Bedeutung gewonnen und inzwischen einen beachtlichen Marktanteil erobert.“ Vor Ort am Firmensitz in Wörrstadt bei Mainz besichtigen wir den hochmo-



Die Vielfalt der maßgeschneiderten Produkte: Fast unbegrenzte Individualität.



Leicht, flexibel und gut zu verstauen: Der werbewirksame Stehtisch für den individuellen Auftritt bei Messen, Firmenpräsentationen, Festen oder Sportveranstaltungen.

dernen Maschinenpark, der nicht nur aus Tiefziehautomaten sowie Platten- und Rollenmaschinen besteht, sondern auch das Equipment für die Weiterbearbeitung der Teile umfasst. Denn was aus den Maschinen kommt, wird je nach Aufgabenstellung durch Stanzen, Fräsen, Abkanten, Bohren, Kleben, Schweißen oder Lasern zu genau dem Produkt, das der Kunde braucht. Einzelne Komponenten werden je nach Auftrag auch konfektioniert oder montiert. Besonders interessant für die Werbeartikelbranche ist, dass auch der nächste Schritt, die Oberflächenveredlung, direkt im Hause erfolgen kann. Ob Bedrucken im Sieb- oder Tampondruck, Prägen, Lackieren oder Beflocken – E & H Design ermöglicht Individualität nahezu ohne Grenzen.

IDEEN IN FORM GEBRACHT

„Tiefziehteile sind so variabel, dass sie in fast allen Bereichen des täglichen Lebens ihren Einsatz finden. Lagern, Schützen, Ordnen, Transportieren, Präsentieren, Verkleiden, Werben – das alles kann man mit unseren Produkten machen. Und damit bieten wir auch der Werbeartikelwirtschaft unzählige Möglichkeiten, ihre Ideen ganz nach Wunsch umzusetzen“, erklärt Emt. Was kann man sich da an Produkten vorstellen? Verkaufshilfen wie Aufsteller für alle Norm- und Sonderformate, Prospektständer und Displays aller Art, aber auch maßgeschneiderte Verpackungen, zum Beispiel in Produktform, Dummies, Produkteinsätze und Merchandisingartikel entstehen in Wörrstadt. „Mit unserer breiten Leistungspalette, unserer langjährigen Erfahrung und unserer Kenntnis der unterschiedlichsten Branchen haben wir die besten Voraussetzungen, um kundenspezifische Lösungen zu liefern. Dabei räumen wir der individuellen Beratung größten Stellenwert ein, denn das persönliche Gespräch ist durch nichts zu ersetzen“, ergänzt Vertriebsassistentin Heike Crusius. Wie läuft die Produktentwicklung ab? „Zunächst nimmt sich unsere technische Abteilung der Aufgabenstellung an. Wir beraten, konstruieren und entwickeln das gewünschte Produkt bis zur Produktionsreife. Dabei werden Ausführung, Format, Farbe und Oberfläche in Zusammenarbeit mit dem Kunden festgelegt. Unser eigener Werkzeugbau übernimmt die Anfertigung des Werkzeugs und führt das Produkt bis zur Serienreife.“

QUALITÄT UND BERATUNG

Ständig schreitet die technische Entwicklung voran und bei E & H Design ist man immer auf dem neuesten Stand: Der Einsatz immer wieder verbesserter Thermoplaste, überwiegend im Hause hergestellte Werkzeuge, Maschinen mit CNC-Technik und hochspezialisiertes Personal erlauben es, die einzelnen Arbeitsgänge immer einfacher und schneller durchzuführen. Das bedeutet nicht nur eine größere Mengenleistung, sondern auch noch höhere Präzision. Selbst die kompliziertesten Teile können schnell und akkurat nachbearbeitet werden. Um diesen hohen Standard zu halten und die Produktion noch leistungsfähiger zu machen, investiert das Unternehmen immer wieder in neue Maschinen. Dadurch können auch immer neue Branchen bedient werden. Es kommt nicht von ungefähr, dass E & H Design nach DIN ISO 9001 zertifiziert ist. Der Kunde kann



E & H Design investiert immer wieder in den Maschinenpark. Das ermöglicht kundenspezifische Lösungen sowie höchste Präzision und Qualität.

sich also voll und ganz darauf verlassen, dass vom Material bis hin zum gesamten Produktionsablauf höchste Standards eingehalten werden. „Die Kunden erwarten von uns nicht nur individuelle Problemlösungen, sondern auch Spitzenergebnisse. Wir tragen diesem Anspruch Rechnung, indem wir auf höchste Qualität setzen, zum Beispiel durch die ständige Kontrolle aller eingesetzten Werkstoffe und Werkzeuge, aber auch der Produkte selbst. Dies alles geschieht durch hochqualifizierte Fachleute“, erläutert Betriebsleiter Kai Uwe Hansmann. Da alle Produktionsschritte im eigenen Hause angesiedelt sind, kann man äußerst flexibel und schnell reagieren. „Im Gespräch mit dem Kunden werden dessen Wünsche konkretisiert und wir können in der Regel alles realisieren, was technisch machbar ist. Seit wir einen eigenen Mitarbeiter für den Werkzeugbau eingestellt haben, sind wir auch auf diesem Gebiet zunehmend unabhängig. So können wir auch kurzfristig produzieren und beispielsweise in kürzester Zeit Muster herstellen.“

KOMPETENZ IN WERBEARTIKELN

Mit fast zwei Jahrzehnten Erfahrung hat E & H Design ein sicheres Gespür dafür entwickelt, welche Produkte in der Werbeartikelbranche ankommen. Deswegen kann E & H Design dem Handel neben Sonderanfertigungen auch ein gut durchdachtes Sortiment an Werbeartikeln, Fanartikeln sowie Pokale und Trophäen bieten. Vor allem bei den Trophäen aus Acryl, Metall und Kristallglas kann das Unternehmen seine Kernkompetenzen einsetzen. Hierzu gehört auch die Lasertechnik, die es ermöglicht, interessante Formen zu kreieren und 3D-Motive in das Produkt hineinzulasern. Der Bereich Fanartikel ist aus der Handball-Begeisterung des Firmenchefs entstanden. Denn Sigurd Emt ist davon überzeugt, dass auch die preiswerten Artikel wie Fanklatschen, Tröten, Schals oder beidseitig bedruckbare Sitzkissen aus PE-Schaum wirksame Werbemittel sind – und das nicht nur zu Zeiten sportlicher Großereignisse. Daneben entwickelt E & H Design auch solche nützlichen und werbewirksamen Produkte wie etwa den zerlegbaren Stehtisch. Er ist leicht, flexibel und durch seine einzigartige Bauweise hat er ein ideales Packmaß, sodass er in jedem Kofferraum zu verstauen ist. Logos, Produkte oder Werbebotschaften können detailgetreu auf dem Stehtisch abgebildet werden. In Sekundenschnelle aufgebaut, sorgt er bei Messen, Firmenpräsentationen, Festen oder Sportveranstaltungen für einen individuellen Auftritt.

MADE IN GERMANY

Das zweistellige Wachstum in den letzten Jahren zeigt, dass die Kunden die Herstellerkompetenzen von E & H Design anerkennen. Seit der Firmengründung 1994 hat sich das Unternehmen stetig entwickelt und seine Leistungen ausgebaut, wenn auch ein Unglück 1998 zum kompletten Neuanfang zwang: „Wir hatten gerade Fuß gefasst, als unsere Fabrikationshalle komplett abbrannte. Deswegen haben wir noch einmal von vorne anfangen müssen. Das war hart, aber wir haben es geschafft und konnten uns 2001 vergrößern. 2004 haben wir die heutigen Gebäude bezogen, die zum Teil unser Eigentum sind“, erzählt Sigurd Emt. Auch mit „Made in Germany“ kann E & H Design in der heutigen Zeit punkten. Entwickelt und produziert wird ausschließlich in Wörrstadt. Und das soll auch so bleiben, versichert Emt. <



Durch Laserbearbeitung entstehen interessante Acrylobjekte, zum Beispiel Pokale, Trophäen oder auch Regale.

ER11

ENERGIZE YOUR PROMOTIONS

Toda la Energía del Regalo Promocional y Publicitario concentrada en una solución de efecto inmediato.

COMPOSICIÓN:

Textil
Alimentación y Bebidas
Artículos Regalo
Ocio, Fiesta y Viajes
Navidad
Oficina y Escritura
Hogar y Menaje
Nuevas Tecnologías
Maquinaria
Deportes

NOMBRE DEL PRODUCTO:

EXPO RECLAM 2011
Feria Internacional del Regalo Promocional y Publicitario

CONSUMIR:

15-17 FEBRERO 2011
23 Edición
Feria de Madrid



Organización:
Reed Exhibitions®

Reed Exhibitions Iberia, S.A.
Diputació, 119, 08015 Barcelona, Spain
T. +34 93 452 07 22 • F. +34 93 451 66 37
exporeclam@reediberia.com | www.exporeclam.es

Con la colaboración de:
FYVAR
en Feria de Madrid





„Box32“, das hauseigene Design-Team von Present Time, ist ein ständiger Quell kreativer Produktideen.

PRESENT TIME B.V.

GEBÜNDELTE KREATIVITÄT

Lifestyle-Produkte, Dekorations- und Geschenkartikel, große Erfahrungen, Designkompetenz und eine auf Individualität wie Mitarbeitermotivation basierende Firmenphilosphie sind die Stärken des niederländischen Unternehmens Present Time, das wir Ihnen hier vorstellen.

Als Haus der Marken macht die niederländische Present Time B.V. auch im Werbemittelsektor von sich reden. Die Mission: immer neue, ungewöhnliche Designtrends setzen und Dinge kreiern, die Freude bereiten. Seit der Jahrtausendwende hat sich die Present Time zu einem bekannten Lieferanten für die Werbeartikelbranche gemausert. Kein Zufall: Schließlich wirft Present Time im Wettbewerb sein großes Potenzial in Fragen des Marketings und Produktdesigns in die Waagschale. „Wir sind eng verknüpft mit den Märkten, beliefern Unternehmen in ganz Europa ab Lager und sind außerdem spezialisiert auf kundenindividuelle Bestellungen, die wir kontrolliert in Fernost produzieren“, so Dolf Welmers, seit Juni 2010 neuer CEO bei Present Time. Die Geschäftstätigkeit des Unternehmens mit seinen 86 Mitarbeitern und mit Hauptsitz im niederländischen Almere erstreckt sich auf mehr als 70 Länder weltweit. Darüber hinaus verweisen die Holländer auf 28 Jahre geschäftliche Erfahrungen.

HAUS DER MARKEN

Present Time kann auf ein erstaunliches Markenportfolio verweisen. Mit den für Lifestyle-Produkte und individuelle wie hochwertige Kreativprodukte bekannten



present time surprise me

pt, J.i.P Silly bud Brink WANTED KARLSSON Leitmotiv BIGATRON

Present Time, das ist vor allem auch ein Haus starker Marken.

acht Marken pt, Karlsson, Leitmotiv, bud, Wanted, Brink, Silly sowie J.i.P rangiert Present Time weit oben in Sachen Kreativität, Qualität und Individualität. Schließlich transportieren die Produkte Freude zum Kunden, sorgen für unvergessliche, einzigartige Momente und verbinden das Geschäftliche mit dem Persönlichen: „Die Vielfalt der Produktpalette ist wirklich unglaublich, im Angebot finden sich neben Bilderrahmen und Uhren beispielsweise auch unzählige Business-Produkte jedweder Art wie zum Beispiel Memo Boards; und die Vielfalt wächst kontinuierlich weiter“, führt Welmers aus. All dies kommt nicht irgendwie beim Kunden an, sondern wird individuell verpackt in einer farbenfrohen Geschenkbox ausgeliefert. Damit sind bereits beim Auspacken Vorfreude und Spannung garantiert.

KREATIV DURCH BUNTE CHARAKTERE

Present Time folgt konsequent einer Firmenphilosphie, die auf Kreativität und Verschiedenartigkeit der Fähigkeiten der Mitarbeiter gründet. Box32 ist der Name des hauseigenen Design-Teams, in dem jedes der Mitglieder mit besonderem Werdegang, Hintergrund und ganz speziellen Fähigkeiten ausgestattet ist. Eines jedoch haben alle gemeinsam: die Liebe zu immer neuen, einzigartigen Produkten und die Lust darauf, immer neue, Trends setzende Designs zu entwickeln, die für Freude mit ganz persönlichem Touch stehen. Um die hochgesteckten Ziele und Ansprüche zu erreichen, kooperiert Present Time aber auch mit externen Designern. So ruft ein jährlich ausgelobter Design-Wettbewerb Hunderte talentierter Nachwuchsdesigner weltweit auf den Plan, welche ihre Designideen nach Almere einsenden mit der Chance, diese in den Produkten von Present Time zu realisieren und einen Arbeitsvertrag zu ergattern.

ZWEI KOLLEKTIONEN PRO JAHR

Zweimal im Jahr überrascht die Kreativabteilung der Holländer die Kundschaft mit neuen Kollektionen, gefärbt mit den Eindrücken aus den Reisen in alle Welt: Zwischen 400 und 500 neue Produkte springen dabei für die im Januar erscheinende Frühlings-und-Sommerkollektion sowie für die im August veröffentlichte Herbst-Winterkollektion heraus. „Es ist die Mischung aus allem. Ziel ist immer, die besten Leute zusammenzubringen, sei es bei den eigenen Teams, Kunden und Lieferanten, schließlich besteht immer die Möglichkeit, durch Motivation, Talent und Erfahrung erfolgreiche Partnerschaften zu schließen, die auf Freude, Fröhlichkeit und Zufriedenheit mit ihrer Arbeit gründen“, gibt der Präsident einen Einblick in das interne Credo und ergänzt: „Es ist völlig klar, dass unsere Mannschaft aufgrund ihrer speziellen Kultur hochmotiviert an dem Ziel arbeitet, in allen Bereichen weiter zu wachsen.“

STREBEN NACH HÖCHSTER EFFIZIENZ

Im Zentrum der eigenen Anstrengungen, um im Markt erfolgreich zu sein, steht also immer das Streben nach ständiger Verbesserung der eigenen Performance. Modernste Technik und hocheffiziente Arbeitsabläufe ermöglichen der Mannschaft aus den Niederlanden, das eigene Tun und die Produkte perfekt an die Bedürfnisse der Kunden anzupassen. Dabei verfolgt man bei Present Time eine verblüffend einfache Strategie: Die Motivation der Mitarbeiter zu Freude und Energie hinsichtlich ihres Schaffens zu fördern, sei es beim Einkauf, auf Messen oder während der alltäglichen Arbeit. Die Produkte von Present Time können Besucher der 49. PSI Messe an Stand 10K75 kennenlernen.

www.presenttime.com <



DreamPen investiert ständig in die neueste Technologie und modernste Maschinen.

DREAMPEN

IMMER AUF INNOVATIONSKURS

Dank eines unermüdlichen Engagements und Einsatzes in den vergangenen sieben Jahren hat sich das Unternehmen DreamPen mittlerweile zum bedeutenden Hersteller von Werbe-Stiften in Polen entwickelt und präsentiert sich auf dem Werbeartikelsektor als leistungsfähiger Lieferant.

Das Unternehmen DreamPen aus Zielona Góra ist zu 100 Prozent in polnischem Besitz. Die Marke DreamPen hat seit ihrem Start auf dem Werbeartikelmarkt ihren Bekanntheitsgrad stetig vergrößert und sich in ganz Europa und sogar darüber hinaus etabliert. Durch seine hohe Produkt- und Servicequalität konnte DreamPen den Kreis zufriedener wie treuer Kunden in dieser Zeit ständig erweitern. Dabei überrascht das Unternehmen immer aufs Neue mit innovativen Lösungen: Jedes Jahr setzt DreamPen auf neue Produkte, Serviceangebote und Technologien. „Darüber hinaus können unsere Kunden aus einer Vielzahl an Verfahren zur Individualisierung der Stifte wählen. So stehen Metalldruck und 3D-Sticker aus Kunststoff bei unseren Kunden hoch im Kurs“, so Geschäftsführer Dariusz Libera.

NEUESTE TECHNOLOGIE

Auch im neuen Jahr hält das Unternehmen an seinem Innovationskurs fest. Dariusz Libera: „2011 führt DreamPen neue Stiftemodelle und eine weitere innovative Lösung ein, die es unseren Kunden ermöglicht, ihr Logo individuell auf dem Stifte-Clip abzubilden.“ Durch Investitionen in die neueste Technologie und modernste Maschinen stellt sich der polnische Hersteller neuen Herausforderungen. So verfügt DreamPen über hochmoderne Spritzgießmaschinen, ein zentrales Trockensystem sowie Materialtransfer- und Farbabgabesysteme. Die Herstellung der Kunststoffteile erfolgt ausschließlich durch Dream Pen und unter strenger Kontrolle. Ebenfalls im eigenen Haus werden die Kugelschreiberfedern hergestellt und weiß lackiert.

PRODUKTION VOLLSTÄNDIG VOR ORT

Im Jahr 2010 begann DreamPen mit der Herstellung von Jumbo-Ersatzminen, die zuvor aus der Schweiz importiert werden mussten. Das bringt immense Vorteile mit sich: „Da viele der Vorprodukte von Dream Pen intern hergestellt werden, behalten wir die vollständige Kontrolle über den gesamten Produktionsprozess. Dadurch werden die Produktionskosten gesenkt, was in der heutigen Zeit, die durch Massenimporte aus Asien geprägt ist, einer der wichtigsten Faktoren für die Umsatzsteigerung und Geschäftsentwicklung ist“, weiß Dariusz Libera, dessen Streben nach permanenter Weiterentwicklung auch von außen honoriert wird: „Die von DreamPen getätigten Investitionen in neue Technologien wurden bereits von unabhängigen Institutionen geprüft und brachten dem Unternehmen jüngst den ersten Platz im Projekt ‚Die innovativsten Unternehmen in der Provinz Lubuskie‘ ein.“ DreamPen präsentiert sich auf der 49. PSI Messe am Stand 12H28/12K37.

www.dreampen.pl <

PSI

DAS INTERNATIONALE NETZWERK DER WERBEARTIKELBRANCHE

PSI Marktplatz für Werbeartikel.

Der PSI Marktplatz ist die unabhängige B2B-Handelsplattform für Werbeartikel. Gehandelt werden Werbeartikel-Restposten, -Sonderposten, -Insolvenzgüter und -Konkursware für den Einzel- und Großhandel. Der PSI Marktplatz ist für Business-to-Business-Geschäfte konzipiert. Handelspartner können Werbeartikel-Profis aus ganz Europa sein. Registrieren Sie jetzt Ihren persönlichen Test-Account.



Gute Geschäfte unter:
www.psi-network.de/marktplatzfuerwerbeartikel
marktplatz@psi-network.de

Reed Exhibitions





FAHRER – INDIVIDUAL CYCLING ACCESSORIES

EXKLUSIV UND EINZIGARTIG TRENDIG

Das Label Fahrer wurde 2004 von Joachim Leffler für die Entwicklung der individuellen Hosenbänder „Fahrer Band“ gegründet. Das Unternehmen Fahrer – Individual Cycling Accessories in seiner jetzigen Form existiert seit 2008. Alle Produkte sind von Fahrer selbst entwickelt.

Zum Ursprungsprodukt, den individuellen Hosenbändern „Fahrer Band“, kamen bald weitere Artikel hinzu: die Taschen mit den charakterisierenden Namen „Komplize“ und „Schlingel“, „Dietrich“ für den Fahrradschlüssel und die patentierte iPhone-Halterung „Spitzel“. Die Fahrer-Produkte haben eines gemeinsam: Sie bestechen durch technische und optische Qualität und es gibt sie nur bei Fahrer. Mit ihnen hat das Unternehmen zum dritten Mal in Folge den Award der weltgrößten Fahrradmesse Eurobike gewonnen.

PRODUKTE AUS RECYCLING

Alle Produkte entstehen durch Recycling aus gebrauchten Werbepostern, Lkw-Planen und Bootspersennings. „Die verfügbaren Rohstoffe bestimmen die Oberflächen und Farben, in denen unsere Produkte entstehen. Sicher ist: Jede Modellreihe ist limitiert, denn wenn das Material aufgebraucht ist, ist es weg. Dann kommt das nächste dran“, so Fahrer-Gründer und -Inhaber Joachim Leffler. „Wir produzieren Eigenserien für den Verkauf über unsere weltweit etwa 150 Händler und fertigen spezielle Kundenserien aus unternehmenseigenen gebrauchten Werbemitteln“, umreißt Leffler das bemerkenswerte Angebotsspektrum jenseits des Mainstreams. In der Herstellung arbeitet Fahrer mit Werkstätten für behinderte Menschen zusam-



Der „Fahrer Dietrich“: Ein Pfiffikus unter den Schlüsselringen mit Hinguckeffekt.



Jüngste in der Produktfamilie ist die „Fahrer Illustrierte“ im Format 40 x 36 Zentimeter. „Die Illustrierte ist die designbewusste Enkelin vom alten Jutesack aus gebrauchter und bedruckter Riesenposterplane oder Netzvinyl“, umschreibt Leffler. Ein Ausklappboden schafft Volumen, der Griff ist gepolstert und zum Transport kann sie klein gerollt werden.



Der „Fahrer Spitzel“ ist die eleganteste Möglichkeit, sein iPhone auf dem Rad mitzunehmen. Die Halterung wird einfach um Lenker oder Vorbau gespannt und kann in Sekunden angebracht und abgenommen werden .

men. Dabei verwendet man nur Fertigungstechniken, die in geschützten Einrichtungen anwendbar sind. Die Einschränkungen sind ein wesentlicher Teil des Designs. Die Handarbeit ebenso.

SPANNENDER PROZESS

„Das Fahrrad ist das Verkehrsmittel der Zukunft für die Stadt. Wer fährt, darf auch auffallen. Wie der Kurier das Vorankommen im Verkehr sucht Fahrer nach Dingen, die das Radfahren erfreulich und individuell machen; nach Helfern wie Band und Komplize. Wir entwickeln alles zunächst für uns selbst. Was gut ist, darf dann auch auf die Straße. Aus unseren Rohstoffen stellen wir limitierte Serien her, in denen sich alle Produkte voneinander unterscheiden, obwohl sie gleicher Herkunft sind. Das Design steckt schon im Material und der Weg vom Material zum Band ist für uns jedes Mal wieder ein spannender Prozess“, sagt Joachim Leffler und führt weiter aus: „Jedes Produkt, das bei uns gefertigt wird, hat eine Seriennummer und gibt Informationen über seine Herkunft. Die Geschichte des Materials macht jedes Exemplar zu einem wertvollen Einzelstück.“ Auf der 49. PSI Messe präsentiert sich das Unternehmen Fahrer im Kreise junger, kreativer Firmen unter der Standnummer 13G22 in Halle 13. *www.fahrer-berlin.de* <

DIE 4 FAHRER-PRINZIPIEN

- Einzigartige Produkte für einzigartige Menschen
- Herstellung in Zusammenarbeit mit Werkstätten für behinderte Menschen
- Recycling hochwertiger und dauerhafter Materialien, wie Riesenposter, LKW-Planen, Bootspersennings
- Design und Handfertigung in Berlin



Das „Fahrer Band“ ist ein individuelles Reflektorband zum Radfahren. Jochim Leffler: „Unser Angebot besteht darin, aus textilen Materialien, die vom Kunden nicht mehr verwendet werden, Serien individueller Hosenbänder herzustellen. Damit geben wir durch die Verarbeitung den zur Entsorgung bestimmten Materialien ein zweites Leben im Dienst des Marketings für das Unternehmen.“

49. PSI MESSE 2011

13

Halle

Ende oder Anfang der 49. PSI Messe, je nach Gangrichtung des Besuchers, ist Halle 13. Hier befindet sich der Eingang Nord-Ost, der den Weg zur umfangreichsten Werbeartikelmesse auf europäischem Boden öffnet. Bemerkenswert und unerlässlich ist der Besuch dieser Halle durch den Standort mehrerer attraktiver Sonderflächen.

Mit PSI in den Tag starten können Besucher in der New Members' Lounge im Eingang Nord-Ost. Dort bietet das PSI allen Neumitgliedern des vergangenen Jahres den perfekten Einstieg ins Messegeschehen. Täglich ab 8.30 Uhr gibt es in der Lounge kleine Snacks und zahlreiche Infos zu Mitgliedschaft und Messe. Eingeladen sind Händler und Hersteller, die seit dem 16. Januar 2010 dem Werbeartikelnetzwerk angehören. Natürlich steht die New Members' Lounge auch langjährigen Mitgliedern offen, die den Kontakt zum PSI Team suchen und Informationen zu Serviceleistungen benötigen. Im PSI Start-up Park präsentieren sich junge, kreative Firmen, die mit ihren aktuellen Produktinnovationen erstmalig auf der PSI Messe vertreten sind. Den perfekten Überblick über Produktinnovationen bietet die PSI Novelty Show. Zahlreiche Aussteller präsentieren hier in beleuchteten Hochvitrinen eindrucksvoll ihre Neuheiten. Viel Platz für neue Ideen gibt es im PSI Village. In diesem Areal zeigen nicht nur langjährige Aussteller ihre Produkte und Neuheiten, sondern auch viele junge Unternehmen. Unbedingt mal vorbeischauen! <



WIEDERSEHEN MACHT FREUDE

Jeden Tag gehen weltweit unzählige Dinge verloren, darunter viele persönliche Dinge von unwiederbringlichem Wert. CODE-No.com bietet jetzt eine clevere Lösung: Über die Kennzeichnung von Produkten mit individueller, über eine Registrierung im Internet auf www.CODE-No.com hinterlegte Nummer werden die Gegenstände anonym als Eigentum gekennzeichnet, bei Auffinden eindeutig zugeordnet und zum Eigentümer zurückgeführt. Bei Auffinden organisiert das Unternehmen den Rücktransport und bietet Anhänger für Gepäck oder Schlüssel sowie Security-Labels für Handys, Notebooks oder Kameras an. Die Registrierung der CODE-Nummer im Web und der Service sind kostenlos. Bei Fund trägt der Eigentümer lediglich einen Teil der Versandkosten.

13G03

47890 • CODE-No.com GmbH • Tel +49 69 9414388-16
Matthes@CODE-No.com • www.CODE-No.com

STADTFÜHRUNG PER KUGELSCHREIBER

Mit Mr. Answer City, einem clever gestalteten Schreiber von Medeuras, können Nutzer demnächst auf eine kleine Städtetour gehen: Der Kugelschreiber, der auf der PSI seine Premiere feiert, verblüfft mit einem erstaunlichen Innenleben. Ein herausziehbares Banner in der Größe von 17,4 x 6,8 Zentimetern bietet Platz für ein Stadtwappen, wichtige Adressen oder beliebte Sehenswürdigkeiten. Die Stadt liefert Informationen und Bilder, Medeuras überträgt diese Vorlagen in einen passenden Layoutrahmen. Neben Mr. Answer City grüßt auch Mr. Answer School aus der Produktfamilie, gedacht zur Unterstützung von Schülern mit Tipps zu Mathe, Englisch, Erdkunde oder Geschichte.

13G25

40591 • Medeuras GmbH • Tel +49 211 9894942
info@medeuras.com • www.medeuras.com





GLÄNZENDER AUFTRITT

Das kompakte, handliche Schuhputz-System Qixer Shine von UC United Competence bietet saubere Polituren für alle Glatt- und Rauledерschuhe. Glattleder wird mit einem Creme-Schwamm in den Farben Schwarz oder Mittelbraun und farblos perfekt maschinell gepflegt. Um Rauleder kümmert sich ein Spezial-Aufsatz und für finalen Glanz sorgt ein Polierfell-Aufsatz. Dabei bleiben die Hände des Anwenders stets sauber. Per Intelligent-Drive-System erkennt das Gerät den jeweils verwendeten Aufsatz und lässt diesen entsprechende Bewegungen ausführen.

13G04 BMWI

47795 • UC United Competence GmbH • Tel +49 331 88766725
service@united-competence.net • www.united-competence.net



SICHERHEIT DURCH SICHTBARKEIT

Die Retrotal-Reflektoren aus deutscher Produktion von Würth Inter Werbung sorgen dafür, dass Kinder und Erwachsene im Straßenverkehr bei einsetzender Dämmerung und Dunkelheit schon aus großer Entfernung gut zu erkennen sind. Diese Eigenschaften der Reflektoren und reflektierenden Accessoires erhöhen die Sicherheit und senken das Unfallrisiko des Anwenders erheblich. Weitere Infos auf dem Messestand.

13F10 PV

41404 • Würth Inter Werbung GmbH • Tel +49 8233 792079
info@retrotal.de • www.retrotal.de

WIEDERBRINGLICHER VERLUST

Täglich gehen überall auf der Welt persönliche und wertvolle Objekte wie Gepäck, Schlüssel, Kameras, Mobiltelefone, Fahrräder, Kleidung und vieles mehr verloren. Damit diese Objekte dem Eigentümer von den Findern zurückgegeben werden können, bedürfen sie einer speziellen Identifikation, wie sie bei T4U unter Tagged4U.com erhältlich ist. Tagged4U.com bietet verschiedene Arten von Schildern sowie einen anonymen Internetservice, um Verlorenes weltweit auf einfache, sichere und schnelle Weise wiederzufinden. Und das ohne persönliche Daten zu enthüllen. Die Info an den Eigentümer erfolgt per E-Mail, Mobiltelefon oder SMS. Beschilderte Objekte schützen auch vor Diebstahl.

13A07 SU

47940 • T4U GmbH • Tel +41 41 5342814
mrk@tagged4u.com • www.tagged4u.com





UMWELTFREUNDLICHE WERBELEUCHTEN

Umweltfreundlichkeit, vielfältige Personalisierungsmöglichkeiten und ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis sind die augenscheinlichsten Merkmale für die Promo-Lux-Werbekerze von Eco-Lux. Lediglich aus Papier und etwas Blech gefertigt, unterstreicht die Promo-Lux-Kerze ihren umweltfreundlichen Charakter. Unendliche Möglichkeiten im Design, hochwertige Bedruckung und die Möglichkeit von Duftzugaben sowie ein besonderes Erscheinungsbild des vom Kunden gewünschten Motivs durch ein spezielles Ausleuchten des Bechers ermöglichen ein wirkungsvolles Werben.

13E30 PV

48034 • Eco-Lux D.O.O. • Tel +386 1 5617175
info@eco-lux.si • www.promo-lux.si





LOVE ME. UNIKUS

Er ist der unwiderstehliche Sympathieträger für Ihre Werbung: **UNI**KUS, der einzigartige Rundwürfel. Zum Spielen, Verschenken, als Mailing, Give-away und und und. Die Möglichkeiten sind so vielfältig wie seine Farbauswahl. Mit Logoaufdruck zeigt **UNI**KUS immer seine beste Seite. Ein echter runder Liebling.



Mehr Infos unter
www.creas.de

CREAS

CREAS Vertriebs-GmbH, Jupiterweg 13, D-68305 Mannheim,
Tel.: +49 (0) 621.753564, Fax: +49 (0) 621.753267

lupenmaxx ...wir machen´s größer!

Vergrößern Sie Ihren Erfolg!

NEU!



lupcards von lupenmaxx **vergrößern 4-fach**, sind dünn, passen überall rein und fallen garantiert auf!

Machen Sie den Nutzen Ihrer Produkte und Dienstleistungen **über**deutlich. lupcards setzen Ihre wichtigsten Vorteile ganz groß in Szene!

Lupenmaxx GmbH
Freiburger Strasse 8 . 79199 Kirchzarten
Tel.: (0 76 61) 9 09 98 80 · info@lupenmaxx.de
www.lupenmaxx.de · www.lupcard.de

www.lupenmaxx.de

PSI
DAS INTERNATIONALE NETZWERK DER WERBEARTIKELBRANCHE
49. PSI Messe in Düsseldorf
12. bis 14. Januar 2011
Besuchen Sie uns:
Halle 13 Stand 13A20

www.psi-network.de

JAMARA GERMANY



LKW RTR

Art.-Nr. 40 0038 | Tank-LKW | weiß
Art.-Nr. 40 0037 | Container-LKW | schwarz
Art.-Nr. 40 0036 | Container-LKW | weiß
Art.-Nr. 40 0035 | Container-LKW | rot.



Solar Kits
Art.-Nr. 50 0180



JAMARA e.K.
Erich Natterer
Am Lauerbühl 5
DE-88317 Aichstetten
Tel. +49 (0) 75 65/94 12-0
Fax +49 (0) 75 65/94 12-23
www.jamara.com
info@jamara.com

TOP 10 Spielzeug 2010



Volkswagen
Golf GTI

1/12
Art.-Nr. 40 4275 | rot | 27 MHz
Art.-Nr. 40 4276 | weiß | 40 MHz



1/24
Art.-Nr. 40 4085 | rot | 27 MHz
Art.-Nr. 40 0038 | Tank-LKW | weiß

FELSENFEST UND LEICHT

Auf der PSI feiert Papier aus Stein Premiere: Tragetaschen, Kundenstopper, Kalender, Aufkleber oder Lebensmittelbehälter, hergestellt aus Papier mit einem 80-prozentigen Anteil an gemahlenem Kalkstein, gibt es bei Horizonte. Wasserdicht, reißfest und ökologisch – das sind die herausragenden Eigenschaften der Naturprodukte, bei deren Herstellung weder Trinkwasser verschwendet wird, noch CO_2-Emissionen entstehen.

13G21 BMWI

47476 • Horizonte UG • Tel +49 2235 4655455
papier-aus-stein@t-online.de • www.papier-aus-stein.de





UNTER DIE LUPE GENOMMEN

Für den richtigen Durchblick im Werbedschungel sorgt Lupenmaxx mit seiner lupcard xs im Scheckkartenformat (wie abgebildet) sowie seinen Lupen-Lesezeichen in den verschiedensten Ausführungen. Mit dem integrierten, vierfach vergrößernden Lupenfeld, wird auch das Kleingedruckte gut lesbar. Dank einer Stärke von nur 0,3 Millimetern und einem Gewicht von lediglich 1,9 Gramm eignen sich die je nach Wunsch individualisierbaren lupcards ideal als Give-away oder Mailing-Verstärker.

13A20 SU

47814 • Lupenmaxx GmbH • Tel +49 7661 909988-0
info@lupenmaxx.de • www.lupenmaxx.de



BLENDENDES AUSSEHEN

Stromsparende Hightech-LEDs als Applikation auf Bekleidungstextilien liefert Memorysolution. Die austauschbaren, batteriebetriebenen Accessoires lassen T-Shirts, Sweatshirts oder auch Caps in ganz neuem Licht und in verschiedenen Motiven erstrahlen. Der auswechselbare Energiespender, untergebracht in einer eingearbeiteten Batteriebox, läuft etwa acht Stunden. Eine Individualisierung erfolgt per Siebdruck. Im Lieferumfang enthalten sind neben Panel und Klettband zum Aufbügeln auch drei AAA-Batterien.

13B30 PV

46578 • Memorysolution GmbH • Tel +49 2165 170556
rhein-ruhr@memorysolution.de • www.memorysolution.de





MOTIVIERENDER NEUANFANG

Auf dem Weg zu einem neuen Anfang, motiviert und mit einem kräftigen Schlag, durchbricht die Figur von Artihove den kunstvoll modellierten Kreis: Die Skulptur, auf deren Sockel eine Personalisierung mittels Gravur auf einem Textschild ausgeführt werden kann, wird in einer Geschenkverpackung inklusive einer speziellen Karte mit Werdegang und Motivation des Künstlers geliefert. Jedes Objekt ist handgefertigt und unterscheidet sich vom Gros der Masse durch seinen bleibenden emotionalen Wert.

13E09 PV

45895 • Artihove Regina B. V. • Tel +31 10 5296052
export@artihove.nl • www.artihove.de oder www.artihove.nl



GESCHMACKVOLLE MARKEN

Die brandneuen Zungen-Tattoos von Ambiente Luxus sind runde Oblaten in verschiedenen Farben und Geschmacksrichtungen, auch bekannt als Esspapier. Bedruckt mit einem schwarzen Motiv, wie zum Beispiel einem Kundenlogo aus Malzextrakt und Pflanzenkohle, werden sie auf die herausgestreckte Zunge aufgelegt, kurz angedrückt und wieder heruntergenommen. Anschließend lässt sich das effektvoll inszenierte Motiv respektive Logo auf der Zunge für kurze Zeit erkennen. Die Oblate kann anschließend einfach verzehrt werden.

13G14 BMWI

47727 • Ambiente Luxus GmbH • Tel +49 33762 226583
sales@ambienteluxus.de • www.ambienteluxus.de

SCHULTERSCHLUSS IN BRONZE

Als nachhaltig im Gedächtnis bleibende Symbole für Anlässe wie Vertragsabschlüsse oder frisch besiegelte Verbindungen stehen die formschön von Hand gestalteten Skulpturen von Artihove: Bei vielen Gelegenheiten reichen Menschen einander die Hand, eine Geste, die Verbundenheit ausdrückt. Die Bronze-Skulpturen stellen einen Händedruck zwischen zwei Figuren dar und werden in einer Geschenkverpackung inklusive spezieller Karte mit Werdegang und Motivation des Künstlers geliefert. Auf einem auf dem Sockel der Skulptur angebrachten Textschild erfolgt die werbliche Individualisierung mittels Gravur.

13E09 PV

45895 • Artihove Regina B. V. • Tel +31 10 5296052
export@artihove.nl • www.artihove.de oder www.artihove.nl





TRAGBARE SELBSTINSZENIERUNG

Frei nach dem Motto „Auf die Tasche, fertig, los“ präsentiert Dan Way individuelle Verpackungsideen, die als Werbeträger für Aufmerksamkeit sorgen. Neben dem praktischen Gebrauchswert von Tragetaschen aus transparenten Materialien oder geprägtem Papier, kaschiert glänzend oder edelmatt, avancieren die mit einem Markennamen beziehungsweise Logo nebst Werbebotschaft individualisierten Transportbehälter zu Accessoires, die für Lifestyle und Image des Unternehmens stehen.

13E03 PV

45676 • Dan Way Lizenz GmbH • Tel +49 5132 5002-6
service@danway.de • www.danway.de



MODISCHES NEOPREN

Das Produktportfolio von Crea & Merce, spezialisiert auf Werbemittel aus Neopren, besteht neben Laptop-Taschen, iPad- und iPhone-Schutzhüllen unter anderem auch aus Lifestyle-Produkten wie Handtaschen, Flaschenkühler und Schlüsselanhängern. Damit bietet Crea & Merce einen vielseitigen Produktmix an, der dem Kunden eine nahtlose Integration des faszinierenden und zugleich vielseitigen Materials Neopren in den Alltag verschafft. Durchdachtes Design, große Farbvielfalt und die Möglichkeit, alle Produkte mit einer Werbebotschaft oder einem Firmenlogo zu versehen, machen die Neopren-Artikel zu vielseitig gestaltbaren, effektiven Werbebotschaftern.

13G10 BMWI

48014 • Crea & Merce GmbH • Tel +49 89 46138972

info@crea-merce.com • www.crea-merce.com

-Anzeige-

NEOPREN ALS INNOVATIVES WERBEMITTEL

Wir bieten ein breites Portfolio an Neoprenprodukten, die Sie indivuduell mit Ihren Firmenfarben, Design, Logo oder Werbeslogan gestalten können.
Alles ist möglich - wir beraten Sie gerne!



PSI-Messe 2011
Halle 13 Stand G10

Crea & Merce GmbH - Arcisstrasse 68 - 80801 München - info@crea-merce.com

Mit uns haben Sie den Erfolg in der Tasche!

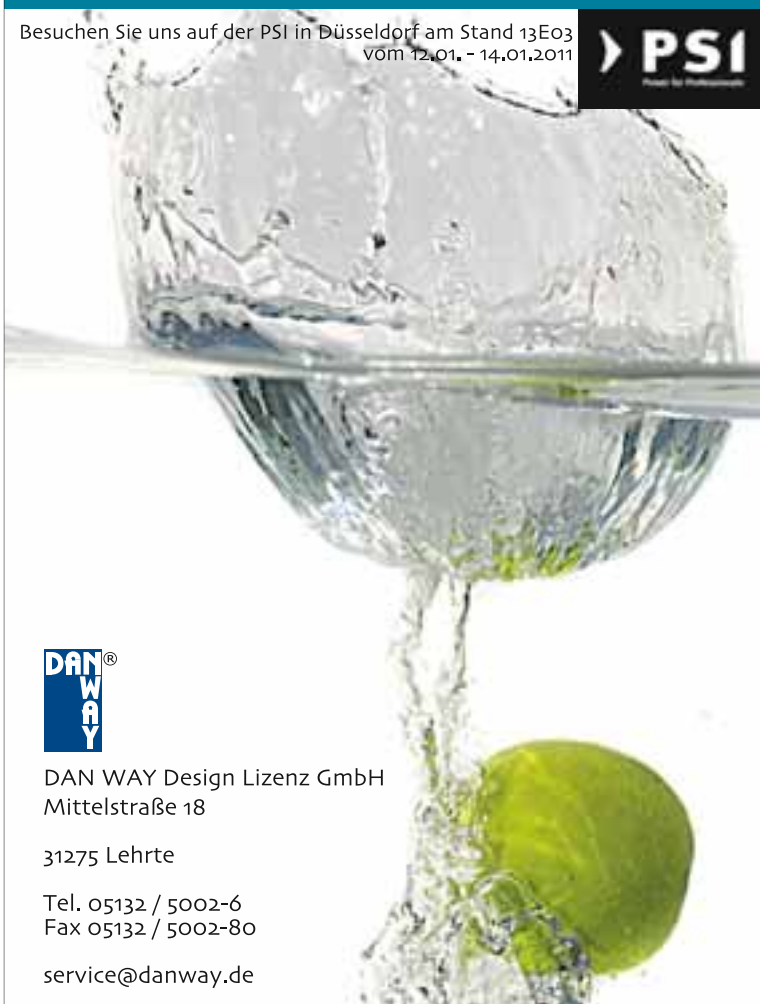


www.danway.de

Tragetaschen | Kartonagen | Verpackungen

Besuchen Sie uns auf der PSI in Düsseldorf am Stand 13E03
vom 12.01. - 14.01.2011

PSI



DAN WAY Design Lizenz GmbH
Mittelstraße 18

31275 Lehrte

Tel. 05132 / 5002-6
Fax 05132 / 5002-80

service@danway.de



PRAKTISCHES VELO-TÄSCHCHEN

Der Fahrer-Schlingel ist die individuelle Brieftasche des Radfahrers und ein ständiger und unauffälliger Begleiter. Er freut sich über Portemonnaie, Telefon, Schlüssel und ein paar weitere Kleinigkeiten. Ein herausnehmbares Inlett dient als sicheres Einsteckfach für empfindliches Transportgut. Die Befestigung am Rad ist einfach: Ein Schlauch und ein Spannband fixieren den Schlingel an Rahmen, Lenker oder Sattelstütze. Die Tasche hat zusätzlich ein stabiles Rückgrat aus Aluminium und bleibt bei jedem Manöver in Form. Allen Rohrdurchmessern zwischen 22 und 34 Millimetern passt sich die Klemme an. Eine fest angebrachte Halterung am Rad ist nicht erforderlich. Das verarbeitete Material sind feinste verschlissene LKW-Planen mit Gebrauchsspuren des jahrelangen Autobahnlebens, hergestellt in Zusammenarbeit mit Werkstätten für behinderte Menschen in Berlin: Nachhaltig werben mit Verantwortung.

13G22 BMWi

48067 • Fahrer-Inh. Joachim Leffler • Tel +49 30 69205929-0
post@fahrer-berlin.de • www.fahrer-berlin.de



ANSCHMIEGSAME HANDWÄRMER

Extrem weich, anschmiegsam, leicht, wärmend und längs- sowie querelastisch – das sind die Qualitäten von glooove, einem Paar äußerst flexibler Fleece-Handschuhe von ear bag. Ihrer Dehnfähigkeit verdanken die Handschuhe, dass sie in der Größe M nahezu allen Frauen und vielen Männern passen. Je nach Event können die Produkte aber auch in den Größen S und L geliefert werden. Auf Kundenwunsch bietet das Unternehmen glooove auch im Set mit Ohrwärmern, den Earbags, oder SOUNDears, Ohrwärmer mit integrierten Ohrhörern, oder aber mit einem Schal an. Die Personalisierung der gloooves kann mittels Wärmeprägung, Screen Print, Stickerei oder gewebtem Etikett umgesetzt werden.

13B25 PV

46313 • ear bag GmbH • Tel +49 371 5228520
info@earbags.com • www.earbags.com



MARTOR
Solingen

Die Experten für sicheres Schneiden

Messer für Ihren Werbeaufdruck

Ihr guter Name gehört auf ein gutes Produkt

MARTOR-Qualitätsmesser sind die perfekten Werbeträger mit Langzeitwirkung. Sie sind nützlich und häufig im Einsatz.



VISICUT No. 470
Als Brieföffner hat Ihre Visitenkarte beste Chancen beim Kunden immer griffbereit zu liegen. Aus schlagfestem Polystyrol mit fest eingespritzer Klinge.

Besuchen Sie uns im Internet unter:
www.martor.de/werbeartikel

MARTOR KG · D-42648 Solingen
Tel.: +49 212 25805-15 · Fax: +49 212 25805-55 · info@martor.de



gift set fruit extracts

greenland incentive

Lilienthalstraße 18 · 32052 Herford
Telefon 0 52 21-27 51 020 · Fax 0 52 21-27 51 027
info@greenland-incentive.de · www.greenland.nl



Was machen Sie mit Ihren alten Riesenpostern, Messebannern, LKW-Planen und Persennings?



Wir fertigen für Sie individuelle Serien einzigartiger Produkte aus Ihren gebrauchten Materialien. Designed und hand-made in Berlin in Zusammenarbeit mit Werkstätten für behinderte Menschen.

FAHRER
Individual Cycling Accessories
www.fahrer-berlin.de

Halle 13, Stand G22

Krawatten · Tücher · Schals



Die Firma Feld GmbH ist seit 1960 Hersteller von Krawatten, Tüchern und Schals in Sonderangertigung.
Wir laden sie ein sich einmal auf unserer Homepage umzuschauen. Wir bieten ein breites Sortiment an Textilien, angefangen von Krawatten über Tücher und Schals im Corporate Identity Design bis hin zu Hemden, Blusen und Promowear, welche mit einer nachträglichen Bestickung oder Bedruckung veredelt werden können. Auch Accessoires wie Krawattenklammern und Tuchringe zählen zu unserem Sortiment.

www.feld.de



CLAUS ROETING

SCHNELLIGKEIT UND WISSEN

Es gibt Menschen, die lassen sich mit wenigen Worten beschreiben. Claus Roeting ist keiner von ihnen. Zu vielschichtig sind sein Charakter, seine Arbeitsweisen und sein Verhalten. Er liebt Überraschung und Provokation, ist aber gleichzeitig berechenbar, offen und ehrlich – sagen Geschäftsfreunde und Freunde.

Der gerade Weg ist nicht sein Ding. In Kragen und Schlips kann man sich ihn kaum vorstellen. Geboren wurde er 1967 in Chiclayo, auch Stadt der Freundschaft genannt, in Peru. Dort hat er auch die deutsche Alexander-von-Humboldt-Schule in Lima besucht. Seine Eltern führten die Bosch-Vertretung im Andenstaat. Weil der Vater sehr früh starb, ging es zurück nach Deutschland. Hier hat er die höhere Handelsschule besucht, Speditionskaufmann gelernt, schließlich doch noch Abitur gemacht und European Business Studies studiert. Aber an der Uni hat man ihn nicht so oft gesehen. Lieber hat er nebenbei sein Unternehmen Crimex aufgebaut. Als er schließlich zwangsexmatrikuliert wurde, hatte er schon acht Mitarbeiter. Und was hat er gemacht? Bikinis aus Brasilien importiert. „Geiles Geschäft", sagt er augenzwinkernd und man weiß, wie doppeldeutig das gemeint ist. Modeschauen unterm Zuckerhut sind kein schlechter Start in die Textilbranche. Auch, wenn es dabei meist um Kleinigkeiten ging, wie Roeting schmunzelnd bestätigt.

IDEEN FÜR DIE LOVEPARADE

Doch schnell kamen andere Textilien hinzu. Die Kundenwünsche wurden vielfältiger. Größter Abnehmer war die Loveparade. Von einem kleinen Straßenumzug der Westberliner Technoszene entwickelte sie sich im Laufe der 1990er-Jahre zu einem Massenspektakel und Marketingevent. Auf ihrem Zenit 1999 meldeten die Veranstalter 1,5 Millionen Teilnehmer. Immer noch unter dem Motto: Friede, Freude, Eierkuchen. Wen wundert es bei dieser Parole, dass Claus Roeting immer in vorderster Reihe dabei war. Er liebte diese Art der friedlichen Provokation, hatte aber auch gute Geschäfte im Sinn. Inzwischen war er Exclusiv-Ausstatter für alle Merchandising-Aktivitäten des Technospektakels geworden und das drei Jahre lang. Und es waren nicht wenige Merchandising- und Marketing-Partner, die in der Szene dabei sein wollten. Klangvolle Marken von Weltruf positionierten sich im Umfeld. Es war schon „großes Kino", wie Roeting heute mit leichter Wehmut sagt.

DA GING DAS LICHT AUS

Aber wie in jedem Kino, so gingen auch bei der Loveparade die Lichter eines Tages aus. 2001 wurde ihr der Charakter als politische Veranstaltung aberkannt. In der Folge mussten Polizei und Müllentsorgung selbst gezahlt werden. Finanzielle Probleme kennzeichneten die nächsten Jahres bis zum Aus 2004. Mit den ersten Problemen geriet auch deren Merchandising- und Lizenzpartner Sunburst AG aus Osnabrück ins Wanken. Nicht nur, weil die Loveparade wankte, sondern weil der gesamte Neue Markt sich in kurzer Zeit geradezu pulverisierte. Sunburst war, nicht nur über die Loveparade, Claus Roetings größter Kunde. Fast logisch, dass er sich auch finanziell daran beteiligte. So konnte er den Kunden sichern und mit ihm in ungeahnte Höhen aufsteigen. Die damaligen Lobgesänge der Presse animierten nicht nur Roeting, sondern unzählige andere Investoren: „Sunburst ist sehr gut positioniert und deckt inzwischen die gesamte Wertschöpfungskette ab", sagte Klaus-Dieter Nebendahl von der LB Kiel. Lob aus allen Ecken führte dazu, dass der Börsenwert von Sunburst schließlich bei 140 Millionen Euro lag. Doch bald kamen Zweifel auf und im April 2001 meldete „der Spiegel": „Gewinnwarnung, Insiderhandel, Insolvenz – der Lizenzrechte-Vermarkter Sunburst ist das neueste Skandalunternehmen am Neuen Markt." Anstatt in ungeahnte Höhen ging es nun in dramatische Tiefen.

EINER FÄLLT UND STEHT AUF

Roeting hatte jahrelang rund um die Uhr „gerödelt". Er konnte Dinge in die Tat umsetzen, von denen er und andere nicht einmal geträumt hatten. Und jetzt standen er und Crimex, sein Unternehmen, vor einem Scherbenhaufen. Er hatte fünf Millionen Euro Außenstände, was gleichzeitig hieß, dass er fünf Millionen Euro Schulden bei den Banken hatte, nicht bei Lieferanten. Aber Stärke beweist man, wenn andere in die Knie gehen, sagte sich Roeting. Er aktivierte alle Kräfte, verhandelte mit Banken und blieb schließlich bei einer Million Euro persönlicher Verpflichtungen hängen. Schnell aktivierte er alte und bekannte Marken-Kunden aus der Loveparade-Zeit und begann einfach dort, wo er schon einmal gestanden hatte – am Anfang. 2004 war er wieder so aufgestellt, dass er investieren konnte.

CHANCE ALS COMPUTERFREAK

Ab jetzt wollte er sich aber nur noch auf sich selbst verlassen. Doch mittelständischer Werbeartikel-Händler mit lokaler, allenfalls regionaler Verbreitung wollte er nicht sein. Wohlwissend, dass das bei seinem Hang zu provozierender Kreativität und unkonventionellem Umgang auch nicht das Richtige gewesen wäre. Roeting braucht mehr Distanz, auch um Freiheit zu empfinden. Schon immer war er ein „Computerfreak", wie er selbst sagt. Und genau darin lag für ihn die Chance, seine vielfältigen Talente auf den Boden zu bringen. Ihn fasziniert und begeistert immer noch, in welchem Maß IT-Systeme bei intelligenter Programmierung ungeahnte Rückschlüsse und Erkenntnisse liefern können. Mithilfe dieser Erkenntnisse einen Vertrieb zu steuern, das bot ihm die sich immer schneller professionalisierende IT-Branche. Shop-Systeme wurden besser und besser, wurden mit Wissen über Kunden und Lieferanten hinterlegt, was eine schnelle Reaktion auf Marktanforderungen ermöglicht. So sagt er augenzwinkernd, dass er die Standorte seiner Niederlassungen nicht aus unternehmerischem Gespür erwählt, sondern – und da zeigt er auf seinen Rechner.

SCHNELLIGKEIT UND WISSEN

Crimex kann heute innerhalb von 45 Sekunden ein detailliertes Angebot erstellen. Telefoniert der Berater dann mit dem Kunden, so kann er äußerst flexibel agieren, denn auf dem Rechner kann er einzelne Positionen des Angebots verändern, etwa die im Hintergrund liegende Marge und schon kann es beim Kunden „Klick" machen. Wohlgemerkt, es gibt sicher Unternehmer, die das auch händisch können, aber eben nur in einem überschaubaren Rahmen, bei überschaubaren Kunden, nicht bei einem Umsatz, den Roeting in diesem Jahr gerne über 10 Millionen Euro gesehen hätte, was nicht ganz gelungen ist. Der Markt erholt sich eben langsamer von der Krise, als er gedacht hatte.

CLAUS ROETING IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?
Gott sei Dank fliege ich heute nach Peru.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?
Jeder Tag ist ein guter Tag, wenn man noch gesund ist.

Was bringt Sie in Hochstimmung?
Wenn ich den Wettbewerb ärgere.

Und was bringt Sie auf die Palme?
Wenn der Wettbewerb mich ärgert.

Was verzeihen Sie am ehesten?
Wenn jemand ehrlich für Fehler einsteht.

Wie können Sie die Zeit vergessen?
Beim Golfen.

Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?
In die Firma.

Wofür geben Sie gern Geld aus?
Für die Firma.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?
Wehre mich, klappt aber nicht immer.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?
Wenn ich die Lizenz dafür habe.

Der beste, den Sie je bekommen haben?
Ein ganz kleiner Flaschenöffner. Nicht einmal einen Zentimeter klein - immer in meiner Tasche.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?
Wenn er keinen Bezug zum Kunden oder zu dessen Produkten hat.



SUCHMASCHINEN UND MENSCHEN

Wer mit Claus Roeting ein Gespräch über sich und sein Unternehmen führt, der muss ihn schon mit aller Gewalt von Maus, Tastatur und Rechner trennen. Immer neue Tools zeigt er, mit denen er noch schneller am Kunden, noch näher an dessen Wünschen und noch besser verzahnt mit seinen Lieferanten sein kann. Wer heute bei Crimex einen Streuartikel von zwei bis vier Euro in der Farbe Gelb nachfragt, der hat in Sekundenschnelle eine große Anzahl Artikel zur Verfügung. Zeitgleich mit der Information, wie viele davon beim Lieferanten auf Lager sind. Denn Roeting hat zu den Datenbanken namhafter Lieferanten direkten Lese-Zugriff. Das sind Dinge, die den Osnabrücker begeistern. Er will nicht beim Lieferanten nachfragen, dann zurückrufen, dann vielleicht noch mal nachfragen, weil die Auflage inzwischen verändert wurde. Und wieder beim Kunden aufschlagen, um ihm vielleicht nur zu sagen, dass das dann doch nicht geht. All das will Claus Roeting auf keinen Fall.

DER SHOP ALS SCHAUFENSTER

Er will aber auch nicht, dass man ihn für einen reinen Shop-Anbieter hält, wie andere, durchaus bekannte Online-Buchhändler oder Shop-Betreiber. Bei ihm ist der Shop das Schaufenster und nur das Schaufenster. Aber dieses Schaufenster muss in der „Fifth Avenue" sei, womit er bildlich klarmachen will, dass eben nur wenige Schaufenster in der begehrtesten Reihe sein können. Auf Google umgesetzt heißt das, eben ganz oben auf den ersten Plätzen. Dafür sorgen bei Crimex vier Programmierer, demnächst noch ein Suchmaschinen-Optimierer und im klassischen Bereich rund 30 Leute in Vertrieb, Verwaltung und Logistik.

AUFGESTELLT FÜR MEHR

Ganz besonders stolz ist Claus Roeting auf seinen jüngsten Coup. Mit einem Partner aus dem Logistik-Bereich hat er eine Software geschrieben und Logistik-Abläufe systematisiert, die ihn zum Full-Service-Logistiker für Gerry Weber gemacht haben. Unter dem Namen easylogics und der Marke Fullmex beliefert Roeting 6000 Gerry-Weber-Shops weltweit. Genauer gesagt, hat er den Logistik-Part, ist aber nicht Lieferant. Die Zukunft findet Claus Roeting mehr als spannend. Er weiß, dass der Branche ein Strukturwandel ins Haus steht. So sieht er es zumindest. Wobei für ihn in diesem Prozess Schnelligkeit und Größe eine bisher ungeahnte Rolle spielen. Schnelligkeit und Größe erreicht man seiner Meinung nach nur, wenn man mit den neuesten Technologien aufgestellt und mit deren Möglichkeiten vertraut ist. <

Come to the Lowlands where business meets fun.

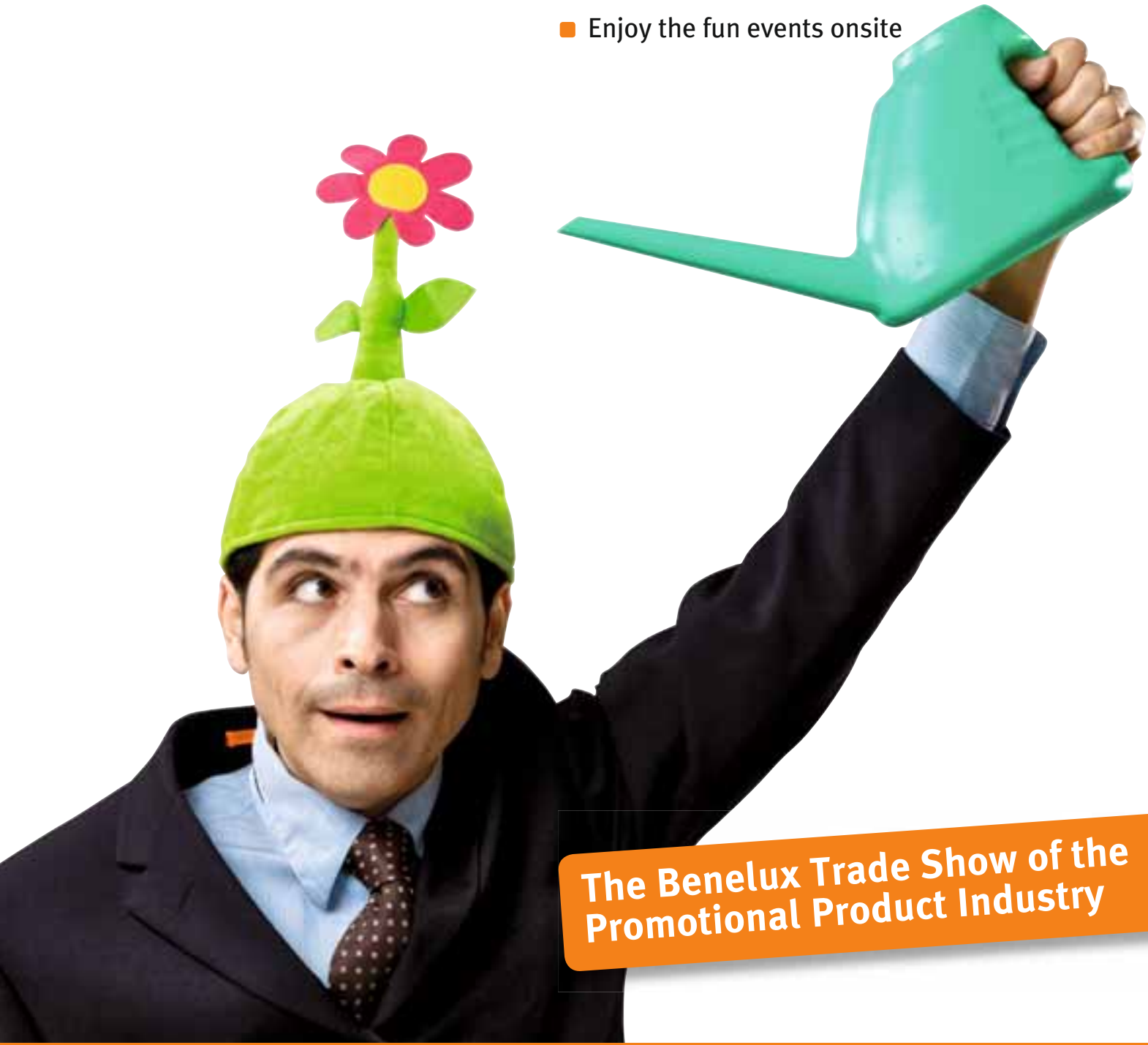




23-25 August 2011
Amsterdam RAI Exhibition Centre

pro PSI
The Benelux Trade Show of the Promotional Product Industry

- Get help to enter the Benelux market
- Second largest market in Europe
- Meet market experts
- Enjoy the fun events onsite



The Benelux Trade Show of the Promotional Product Industry

Rexpro International Exhibitions GmbH | Phone +49 (0) 211 - 90191 - 600 | e-mail: sales@pro-psi.de | www.pro-psi.com

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



KUSCHELN IN DER SOFAECKE

Ein unbeschreibliches Anfassgefühl vermitteln nach Informationen des Anbieters Eyespot Werbemittel die neuen Kuschel-Cushions. Die Kuschelkissen gibt es in den verschiedensten Größen, Farben und Formen. Sie sind aus superweichem, extrafestem Lycrastoff hergestellt und mit lebensmittelechten Microbeads gefüllt. Daraus resultiert die wohl unvergleichliche Haptik der Kissen, die auf dem Sofa eine besonders gute Figur machen. Die Kuschel-Cushions lassen sich mit bis zu acht Farben bedrucken, Strichmotive und nach Absprache auch Rasterdrucke sind möglich. Die Mindestbestellmenge liegt bei 2000 Stück.

10610 • Eyespot Werbemittel GmbH & Co. KG • Tel +49 961 4162205
info@ichdruckdich.com • www.ichdruckdich.com

WÜRFELSPASS FÜR UNTERWEGS

Drei kleine Würfel in einer geschlossenen Kunststoffbox sorgen auch unterwegs dafür, dass beliebte Würfel- und Denksportspiele nicht außen vor bleiben. Die Würfelbox von Freimann-Werbung kommt mit Spielanleitung für zehn Spiele und einem transparenten Schuber zum Empfänger. Sie kann sogar als mobiler Würfelbecher für alle bekannten Würfelspiele genutzt werden. Die Werbefläche innerhalb des Spieles lässt sich im 4c-Druck individuell gestalten. Auf Wunsch kann die Box auch mit Würfeln in Kundenfarben bestückt werden. Serienmäßig haben die drei Würfel unterschiedliche Farben, um auch Spiele mit nur einem oder zwei Würfeln durchführen zu können. Die Herstellung der Würfelbox erfolgt übrigens komplett in Deutschland.

4890 • Freimann-Werbung e. K. • Tel +49 441 408980
info@freimann.de • www.freimann.de





BOTSCHAFT IN DER BOTTLE

Als Spezialist für ausgefallene Werbemittel aus dem Feinkostbereich stellt Gutsweine Zimmermann wieder ein innovatives Produkt und einen echten Hingucker vor. Die kleine, handgearbeitete Flasche mit erlesenem Inhalt ist gleichzeitig ein perfekter Halter für Visitenkarten, Kurzmitteilungen, Einladungen oder andere Werbeaussagen. Die Kärtchen werden von der Unterseite her in das Einschubfach der Flasche eingelegt und sind sowohl von vorne als auch von hinten lesbar. So steht die Werbeaussage auch nach dem ersten Blick noch lange im Mittelpunkt des Interesses. Eine reichhaltige Auswahl an alkoholischen und alkoholfreien Füllungen macht diese aussagestarke Bouteille zu einem auf jeden Anlass abstimmbaren Werbeträger.

45860 • Gutsweine Zimmermann • Tel +49 821 464192
info@gutsweine.de • www.gutsweine.de



HIGHTECH INFOZENTRALE

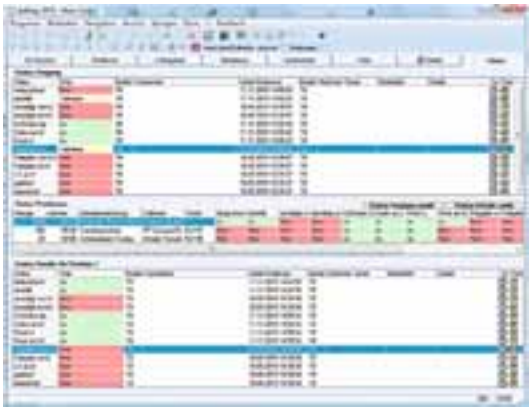
Seinen festen Platz auf jedem Schreibtisch findet sicher das Memo Board SF008-121 von Irmak. Der digitale Alleskönner ist nicht nur Uhr, Datumsanzeiger und Thermometer in einem, sondern bietet gleichzeitig auch seine Dienste als Memo Board an. Die beschreibbare Displayfläche ist mit einem blauen Hintergrundlicht ausgestattet, ein White-Board-Schreiber gehört zum Lieferumfang. Einen weiteren Mehrwert bietet das Memo Board durch seinen integrierten USB-Hub mit vier Anschlüssen, der den Tauchgang unter den Schreibtisch zum Anschluss von Stick, Kamera oder anderen Peripheriegeräten erspart. Last but not least lässt sich das Gerät auch als Countdown-Timer einstellen, um wichtige Termine nicht zu verpassen.

47351 • Irmak Tanitim Dis. Tic. Ltd. Sti. • Tel +90 212 2730455
info@irmaktanitim.com • www.irmaktanitim.com

STATUS IM BLICK

Einen Überblick für Profis bietet die neue KS1-Statusverwaltung von Offene Systeme Software. Der aktuelle Status aller Aufträge bis hinunter zur Positionsebene mit automatischer Aktualisierung bei Lieferanten-AB, Druckdaten- und Freigabehandling oder Teillieferungen sind die Stärken dieser Software. Dabei ist KS1 so flexibel, dass Anwender selbst Statuskriterien, die pro Auftrag definierbar sind, hinzufügen oder entfernen können. Komplexe Vorgänge auch mit mehreren beteiligten Bearbeitern bleiben so immer im Blick. Das Serviceangebot dazu reicht beim Anbieter von der Datenübernahme über Schulungen bis zum Support und Aktualisierungen. PSI Mitgliedern steht KS1 mit drei Arbeitsplätzen zur kostenlosen Nutzung zur Verfügung.

46731 • Offene Systeme Software! • Tel +49 6202 945222
info@ks1.de • www.ks1.de





TAFELSCHMUCK MAL ANDERS

Aus naturbelassenem Wollfilz bestehen die neuen Accessoires für den schön gedeckten Tisch von Bühring. Das Produktportfolio des Unternehmens wurde um den Serviettenring Bon Apetit, das Tischset Lunch und den Topfuntersetzer Cuisine erweitert. Darüber hinaus setzt der Spezialist für Sonderanfertigungen natürlich auch individuelle Kundenprodukte und spezielle Formwünsche in Filz um. Eine Veredelung ist durch Bedruckung oder Stick möglich. Der Serviettenring Bon Apetit ist rund 20 Zentimeter lang und wird durch einfaches Ineinanderstecken zum schmückenden Bestandteil der Tafel. Der Filz selbst ist etwa fünf Millimeter dick und kann in verschiedenen Standardfarben geordert werden.

40807 • Bühring GmbH • Tel +49 4154 795400
vertrieb@buehring-shop.com • www.buehring-shop.com



BLICKFANG TASCHE

Business- und Freizeittaschen im Top-Design von Quadra für den Werbeartikelmarkt bietet jetzt auch Gidutex als universelle Transportmittel an. Die hochwertigen Taschen gibt es aus den verschiedensten Materialien von Segeltuch bis Polyester. Individuelle Innenunterteilungen machen sie dabei für nahezu alle Anwendungsbereiche nutzbar. Ob als Aktentasche für Laptop, Block und alles, was unterwegs benötigt wird, oder als unverzichtbare Begleiter in der Freizeit – das passende Modell aus der breiten Kollektion lässt sich bestimmt finden. Gidutex sorgt dann für eine dauerhafte und aussagekräftige Werbeanbringung nach Kundenwunsch. Der Textilveredler ist Spezialist für Bedruckungen, Bestickungen und Sonderanfertigungen von Corporate Fashion und Werbemitteln.

13360 • Gidutex International GmbH • Tel +49 2151 5690800
info@gidutex.de • www.gidutex.de

VERPACKUNGEN MIT PLUS

Die bekannten Bio-Produkte von myfitmix sind ab sofort auch in neuen Verpackungen mit integriertem Zweitnutzen erhältlich. Das Unternehmen bietet seine Bio-Müsliriegel, Bio-Nusskerne oder Bio-Gummibärchen sowie weitere Produkte in Lunchboxen oder Trinkflaschen aus Kunststoff an. Diese können, wie andere Verpackungsvarianten auch, mit Logo, Schriftzug oder anderen Werbeaussagen individualisiert werden. Die neuen Verpackungen aus lebensmittelechtem PP gibt es in zahlreichen Farben und Größen sowie auch als Sonderformen, wie zum Beispiel als Auto-Lunchbox. Weitere Verpackungsvarianten sind Mini-Tüten, Pappdosen, Metalldosen oder Sonderverpackungen, die in enger Absprache mit den Kunden entworfen und produziert werden können.

47673 • myfitmix GmbH – Gesunde Werbung • Tel +49 6195 673210
info@myfitmix.de • www.myfitmix.de





HIER SPIELT DIE MUSIK

In Zeiten von MP3-Player und iPhone wirkt der Lautsprecher Retro von O-Square wie ein Besucher aus längst vergangenen Zeiten. Er überzeugt aber dennoch trotz seiner Abmessungen von nur 110 x 100 x 140 Millimetern durch einen außergewöhnlich guten Klang. Bass, Höhen und Lautstärke lassen sich durch drei Drehregler anpassen. Die Verbindung zur Moderne übernimmt ein mitgeliefertes Verbindungskabel zum Anschluss jedes handelsüblichen MP3-Players, iPods oder iPhones an die Kopfhörerbuchse (3,5 Millimeter Klinkenstecker). Seinen Strom erhält der Lautsprecher über ein ebenfalls mitgeliefertes USB-Kabel oder vier AA-Batterien.

45998 • O-Square GmbH • Tel +49 8106 379380
info@osquare.de • www.osquare.de

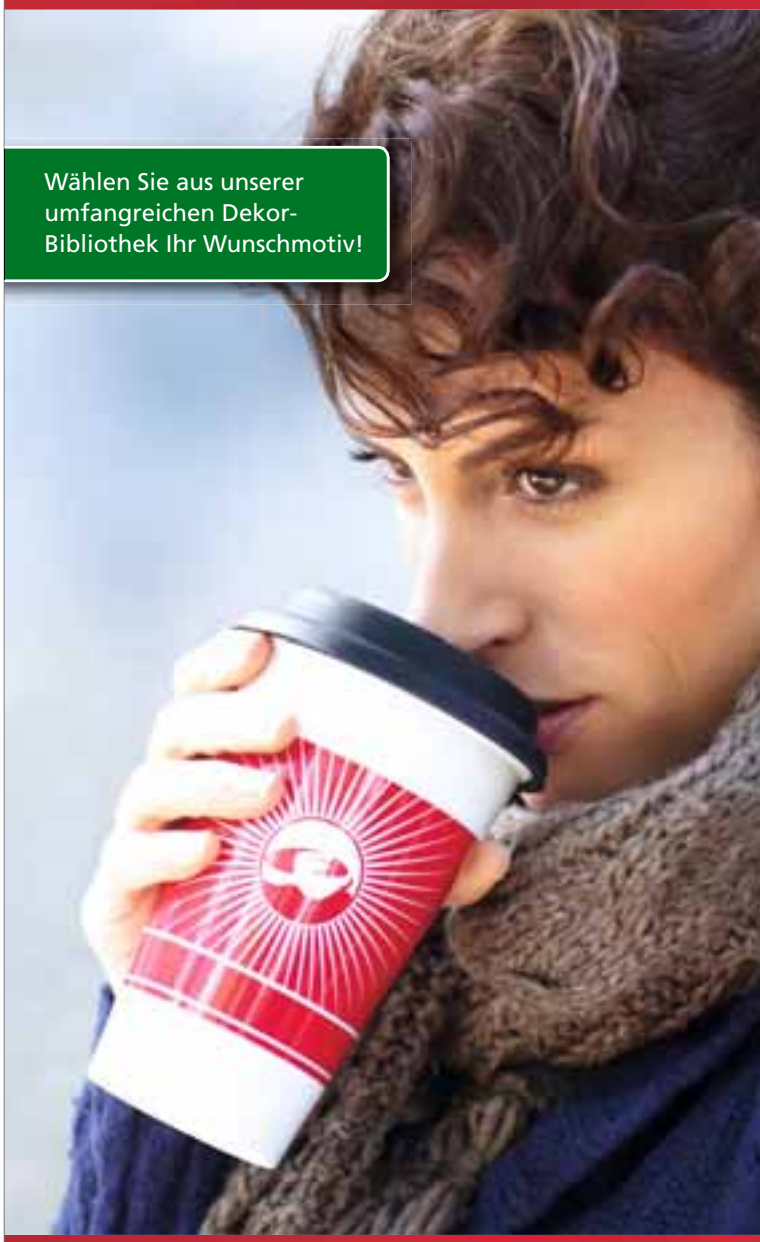


SONNENENERGIE TANKEN

Sonnenenergie mobil nutzbar machen ist mit dem Solar-Rucksack pro:solar outback von Pro Factory Werbemittel kein Problem. Der hochwertige Trekking-Rucksack aus Polyester und Ribstop ist mehr als ein funktionaler Outdoor-Begleiter. Solarzelle, Energietank, Adapter, Kabel usw. sind im Lieferumfang enthalten. Das verwendete Solarpanel erzeugt rund 40 Prozent mehr Energie als herkömmliche Panels und liefert so reichlich Ladestrom für elektronische Kleingeräte. Handy, MP3-Player und sogar Smartphones können so über den Akku mobil aufgeladen werden. Das Solarpanel ist abnehmbar und per Magnetverschluss mit einem Handgriff am Rucksack befestigt. Über die vielfältigen Formen der Werbeanbringung informiert der Anbieter gerne individuell.

47836 • Pro Factory Werbemittel GmbH & Co. KG • Tel +49 40 83987280
payne@pro-factory.de • www.pro-factory.de

rastal



Thermo To Go

Doppelwandiger ToGo-Porzellanbecher mit Thermofunktion: Für den individuellen Auftritt mit langfristiger Werbewirkung. Von RASTAL.



www.rastal.com

Halle 12 > Stand A 30 / 38

DIE MESSE ROCKEN ...

... und dabei stylish entspannen

>> Spaß haben. Cocktails schlürfen. Begeisterung tanken.
>> Ganz relaxt die trendigen Lounger von CROW'n'CROW testen.
>> Neue Ideen für außergewöhnliche Werbung sammeln.

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Made in Germany
CROW® 'n' CROW



// Der Lounger //

www.crowncrow.com

Made in Germany

Bestens aufgelegt:
Chillige Sounds mit DJ Bryan Bax

Halle 12
Stand A 30 / 38

/ Stand /
> Lounge
> Guide - Tour
> DJ
> Cocktails

// Der LED Lounge Table //



ANDERS ALS ANDERE

Sich von anderen abheben, Individualität zeigen: Das wollen auch Besitzer der aktuellen iPhone-Modelle und demonstrieren das durch stylische Hardcover. Die Wepro AG bietet für diese Individualisten jetzt einen besonderen Druckservice an, bei dem die Hardcover der iPhones mit eigenen Fotos dauerhaft bedruckt werden. Mit der innovativen 3D-Thermodrucktechnik ist es möglich, jedes beliebige Motiv oder Foto direkt auf die Handyschale zu drucken und damit gegenüber der Folien-Variante besonders dauerhaft und kratzfest zu gestalten. Ganz gleich, ob das Bild der Liebsten, des eigenen Haustiers oder ein besonders gelungener Schnappschuss das Handy zieren soll: Unter www.handycovers.ch werden alle diese Möglichkeiten geboten.

6211 • Wepro AG • Tel +41 55 2534000
info@wepro.ch • www.wepro.ch

ZEIT ZUM VERSCHENKEN

Die netteste Art, Zeit zu verschenken seit es Uhren gibt. So stellt Brisa Entertainment seine neueste Produktidee, die myclock, vor. Und tatsächlich ist bei dieser Uhr der Überraschungseffekt für den Empfänger vorprogrammiert. Was zunächst anmutet wie eine herkömmliche Pullring-Dose, entpuppt sich nach dem Aufreißen des Deckels als ganz persönliche Tisch- oder Reiseuhr. Das Zifferblatt kann dabei ebenso individuell gestaltet werden wie die um die Dose herumlaufende Banderole. Diese Individualisierung ist bereits ab kleinsten Auflagen möglich, komplett nach Kundenwunsch gestaltete Uhren in Sonderformaten bietet der Hersteller ebenfalls an. Damit die Zeit auch ständig im Blick bleibt, kann die Uhr auch am Magnetboard befestigt werden.

47749 • Brisa Entertainment GmbH • Tel +49 8122 972739
promotional@brisa.com • www.brisa.com





VARIANTENREICHE PREMIUM-HAPTIK

Mit zwei optisch und haptisch unterschiedlichen Qualitäten des bekannten Mank Airlaid bietet der Spezialist für Servietten, Tischdecken und anderen Table-Top-Accessoires jetzt noch mehr Auswahl. Speziell auf den Einsatz als individuell bedruckte Serviette und Pocket Napkin im Eventbereich oder bei der Ausstattung im Unternehmen sind die LinClass und LinFlair Napkins abgestimmt. Während das LinClass die bewährte stoffähnliche Oberflächenstruktur beibehält, bietet Mank mit LinFlair eine neue Oberfläche mit edler, leinenähnlicher Strukturprägung an. Beide Qualitäten gibt es in den Grammarturen 60 und 70 Gramm, LinClass zusätzlich als 50-Gramm-Material. Sie können wie gewohnt nach Wunsch mit Druck oder Prägung veredelt werden, teilt Geschäftsführer Lothar Hümmerich mit.

43707 • Mank GmbH • Tissue + Paper Products • Tel +49 2689 94150
info@mank.de • www.mank.de

BÜHRING - Ihr Spezialist für Sonderanfertigungen

Materialien:
Wollfilz - Leder - Kunstleder - Polyester - Kunststofffolie - Feinpappe



Tel.: (04154) 795 40-0
vertrieb@buehring-shop.com · www.buehring-shop.com

Frottiertücher für Werbung und Promotion







- Besonders schnell
- Geringe Mindestmengen
- Österreichisches Qualitätsprodukt
- Layoutservice und Beratung
- Alle Veredlungsoptionen
  und Produktionsschritte aus einer Hand



HERKA frottier

HERKA GmbH
Herkaweg 1
3851 Kautzen

Tel.: +43 2864 2317 oder 2219
info@herka-frottier.at
www.herka-frottier.at

PSI

DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE DER WERBEARTIKELBRANCHE

Die PSI Messe – Europas wichtigster Branchentreff

- Jahresauftaktveranstaltung der Werbeartikelindustrie
- Führendes Innovations-Forum der Branche
- Werbeartikel-Professionals aus aller Welt
- Perfekte Plattform für internationales Neugeschäft
- Netzwerkpflege ganz persönlich

10 Wochen, um Ihre aktuelle Standfläche für die 50. PSI 2012 zurückzubuchen!

11 Wochen unverbindliche Reservierung Ihrer Standfläche!

49. PSI 2011 · 12.-14.01.11

8.11.2010
Versand der Rebooking-unterlagen

13.1.2011
Bis 18 Uhr haben Sie die Möglichkeit, Ihre aktuelle Standfläche für die 50. PSI 2012 zurückzubuchen! Kommen Sie zum PSI Stand in der Halle 11!

14.1.2011
Um 9 Uhr gehen alle nicht gebuchten Standflächen in den freien Verkauf. Ihre Chance, für eine neue Positionierung in 2012!

15.3.2011
Versand der Zulassungs-/ Anmeldebestätigung

31.3.2011
Ab heute ist die Buchung Ihres Standes verbindlich. Eine kostenfreie Stornierung ist nicht mehr möglich.

Reed Exhibitions



Jetzt Standfläche für die 50. PSI 2012 sichern!

11. bis 13. Januar 2012 · Messegelände Düsseldorf

2012 | 50. PSI 2012

15.9.2011 — Versand der Rechnung

11.1.2012 bis 13.1.2012

Wer jetzt bucht, ist klar im Vorteil!

Sie haben als Erster die Chance, sich für Ihre Teilnahme und Ihren Stand auf der 50. PSI 2012 zu entscheiden.

- Vergünstigte Preiskonditionen bis 31. Januar 2011
- Sofortige Platzierung und Listung als Aussteller
- Unverbindliche und risikofreie Buchung
- Frühe Planungssicherheit

PSI NL der Reed Exhibitions Deutschland GmbH
Völklinger Straße 4 · 40219 Düsseldorf
Tel. +49 (0) 211-90191-600 · Fax. +49 (0) 211-90191-170
E-Mail: sales@psi-network.de

www.psi-network.de

50. PSI 2012

INFO FÜR AUSSTELLER: REBOOKING-TERMINE NICHT VERPASSEN

Bereits im November sind die Rebooking-Unterlagen für die 50. PSI 2012 versandt worden. Viele haben das Anmeldeformular bereits an PSI zurückgeschickt und sich damit eine Standposition für die PSI 2012 reserviert. Für alle, die noch nicht dazu gekommen sind, zeigen wir hier noch einmal die verschiedenen Möglichkeiten des Rebookings auf: die persönliche Anmeldung auf der kommenden PSI und die schriftliche Reservierung per Post. Wer auf der PSI 2011 von den Rebooking-Konditionen profitieren will, kann am ersten und zweiten Messetag am PSI Stand in Halle 11 (11H54/11L63) vorbeischauen. Dort haben Aussteller die Möglichkeit, bis zum 13. Januar 2011, 18.00 Uhr, ihren aktuellen Stand der Messe für die 50. PSI 2012 zu reservieren. Am 14. Januar, ab 9.00 Uhr, gehen alle bis dahin nicht reservierten Stände in den freien Verkauf. Damit können Standwechselwünsche von PSI entgegengenommen werden. Wer vom Rebooking-Verfahren Gebrauch gemacht hat, erhält die Anmeldebestätigung von PSI ab dem 15. März 2011. Mit Erhalt dieses Formulars haben Aussteller nochmals zwei Wochen Zeit, kostenfrei vom Messevertrag zurückzutreten. Danach ist die Buchung verbindlich und eine kostenfreie Stornierung nicht mehr möglich. Wer das schriftliche Rebooking-Verfahren nutzen möchte, sollte die versandten Anmelde- oder Reservierungsformulare möglichst schnell an das PSI Team zurückschicken. Bis zum 31. Januar 2011 gibt es den „Early Bird Discount“, die vergünstigten Rebooking-Konditionen auf die Netto-Standmiete bei Buchung bis zu diesem Datum. Für Beratung steht das PSI Team gerne zur Verfügung. <

PSI SALES TEAM



Deutschland
PLZ 0, 1, 2, 9
Simon Kibat
Tel. +49 211 90191-192
simon.kibat@reedexpo.de



PLZ 3, 4
Senija Engel
Tel: +49 211 90191-114
senija.engel@reedexpo.de



PLZ 5, 6
Katrin Blömer
Tel: +49 211 90191-150
katrin.bloemer@reedexpo.de



PLZ 7, 8
Armin Cyrus
Tel: +49 211 90191-161
armin.cyrus@reedexpo.de



Spanien
Olga Pons
Tel: +34 93 4244000
gpe@gpexpo.com



Türkei
Ismail Sezen
Tel: +90 212 2758283
ismail@istexpo.com

Großbritannien
Barry Reid
Tel: +44 208 9107136
barry.reid@reedexpo.co.uk

Frankreich
Marie-Rose Michel
Tel: +33 1 41904667
mmichel@reed-export.fr

Italien
Arianna Carini
Tel: +39 02 43517048
arianna.carini@reedexpo.it

PSI MESSE TEAM



Silke Frank
Tel: +49 211 90191-117
Silke.Frank@reedexpo.de



Alexander Kahl
Tel: +49 211 90191-230
Alexander.Kahl@reedexpo.de



Kerstin Gebel
Tel: +49 211 90191-184
Kerstin.Gebel@reedexpo.de



Nina Schiffhauer
Tel: +49 211 90191-212
nina.schiffhauer@reedexpo.de

NEW MEMBERS' BREAKFAST

DER PERFEKTE EINSTIEG IN DEN MESSETAG



Der frühe Vogel fängt den Wurm – dieses Sprichwort gilt auch für die Messe-Frühaufsteher unter den PSI Neumitgliedern. Denn für sie bietet das PSI Team auf der 49. PSI ein „New Members' Breakfast" an. Täglich von 8.30 bis 10.30 Uhr gibt es in der New Members' Lounge in Halle 13 kleine Frühstücks-Snacks und zahlreiche Informationen zur Mitgliedschaft und Messe. Eingeladen sind Händler und Hersteller, die seit dem 16. Januar 2010 dem Werbeartikelnetzwerk angehören. Natürlich steht die New Members' Lounge auch langjährigen Mitgliedern offen, die den Kontakt zum PSI Team suchen und Informationen zu Serviceleistungen benötigen. Wer es in den frühen Messestunden nicht schaffen sollte, in der New Members' Lounge vorbeizuschauen, den erwartet das PSI Team auch zu späterer Stunde. <

SONDERFLÄCHEN AUF DER 49. PSI 2011

GEZIELT INFORMIEREN

Die PSI Messe ist bekannt für ihre Sonderflächen. Sie bieten Besuchern gebündelte Informationen zu speziellen Themen und Ausstellern. Ein Besuch der attraktiven Sonderflächen ist daher unerlässlich. In diesem Jahr sind die Sonderflächen hauptsächlich in Halle 13 untergebracht. Besucher finden dort den PSI Start-Up Park, den BMWi Pavillon, die PSI Novelty Show sowie das PSI Village. Auf dem Areal des **PSI Start-Up Parks** präsentieren sich junge, kreative Unternehmen, die mit ihren aktuellen Produktinnovationen erstmalig auf der europäischen Leitmesse für Werbeartikel vertreten sind. Vielversprechende kleine und mittelständische Unternehmen finden Besucher zudem im **BMWi Pavillon**, dessen Aussteller durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert werden. Den perfekten Überblick über Produktinnovationen bietet die **PSI Novelty Show**. Hier präsentieren zahlreiche Aussteller in beleuchteten Hochvitrinen eindrucksvoll ihre Neuheiten. Viel Platz für neue Ideen gibt es im **PSI Village**. Auf diesem Areal zeigen nicht nur langjährige Aussteller ihre Produkte und Neuheiten, sondern auch viele junge Unternehmen, die eine große Zahl an kreativen Produkten und Ideen mitbringen. Wer sich über die neuesten Technologien der Werbeanbringung informieren möchte, sollte sich im **PSI Technology Forum** in Halle 9 umschauen. Auf dem Areal wird technisches und praktisches Know-how unter anderem in den Bereichen Druck-, Stick- und Gravurverfahren vermittelt. Einen ruhigen Moment abseits des Messegeschehens kann man im **Internet-Café** sponsored by Mahlwerck Porzellan (Halle 9, Stand 9004) genießen. Hier kommt man nicht nur kostenfrei ins Internet, sondern kann darüber hinaus auch noch einen Gratis-Kaffee genießen. Wer Informationen aus den aktuellen Fachzeitschriften der Branche sucht, ist hier ebenfalls richtig. Weitere Informationen zu den Sonderflächen erhalten Sie unter *www.psi-network.de* <



SPRECHSTUNDE AUF DER 49. PSI 2011

GESCHÄFTSFÜHRER IN PERSÖNLICHER RUNDE TREFFEN



Lieferanten fragen, was man schon immer mal wissen wollte – das können Besucher der 49. PSI am Freitag, den 14. Januar 2011, im Rahmen der Geschäftsführer-Sprechstunde. Von 10.00 bis 12.00 Uhr haben interessierte Besucher in der VIP-Lounge in Halle 10 die Möglichkeit zu Unterhaltungen im kleinen Kreis, offenen Diskussionen sowie beratenden Gesprächen. Da die Teilnehmerzahl begrenzt ist, bittet das PSI um vorzeitige Anmeldung unter Angabe der gewünschten Gesprächspartner bei Nina Schiffhauer unter nina.schiffhauer@reedexpo.de oder Tel. +49 211 90191-212. Nähere Informationen zu der Geschäftsführer-Sprechstunde erhalten Sie unter *www.psi-network.de*. Dort finden Sie auch eine Liste der teilnehmenden Aussteller. <

12. JANUAR 2011

PSI NIGHT 2011 – NACH DER ARBEIT KOMMT DAS VERGNÜGEN

Netzwerken, feiern und genießen – das können Aussteller und Besucher der 49. PSI am 12. Januar 2011 ab 21.00 Uhr auf der PSI Night. Das beliebte Party-Event der Branche steigt erstmals in der attraktiven In-Location Nachtresidenz Düsseldorf direkt an der berühmten Königsallee. Wer mit dabei ist, kann sich auf ein attraktives Programm freuen. Mit der Gruppe Live House werden hochkarätige Musiker auf der Bühne stehen. Ihre Performance wird durch Musik von DJ Vince ergänzt. Zu den Highlights des Abends gehört zudem die Verleihung des PSI – Campaign of the Year Awards (etwa gegen 22.00 Uhr). Ausgezeichnet werden Marketingkampagnen, die einen Werbeartikel kreativ und erfolgreich eingesetzt haben. Natürlich bleibt Besuchern auch diesmal ausreichend Zeit für Talk und Networking. Das Kaminzimmer der Nachtresidenz Düsseldorf bietet Gelegenheit für Gespräche in ruhiger Atmosphäre. Der Eintritt ist kostenfrei. Aufgrund der begrenzten Teilnehmerzahl ist der Besuch der PSI Night nur nach vorheriger Anmeldung unter E-Mail: Alexander.Kahl@reedexpo.de möglich. <

ANFAHRT

Die Nachtresidenz Düsseldorf liegt zentrumsnah in der Bahnstraße 13-15 und ist sowohl mit öffentlichen Verkehrsmitteln als auch mit dem Auto bequem zu erreichen. Kostengünstige Parkplätze befinden sich im nahe gelegenen Galeria-Kaufhof-Parkhaus auf der Berliner Allee (pauschal 2,50 Euro). Entsprechende Parkcoins gibt es im Austausch gegen das Parkticket an der Garderobe im Club.



GUIDED TOURS AUF DER 49. PSI 2011

GUT BERATEN DURCH THEMATISCHE MESSERUNDGÄNGE

Erstmals bietet PSI zur 49. PSI 2011 eine Alternative zu einem eigenen Messerundgang: die Guided Tours. Teilnehmer der thematisch zugeschnittenen Messerundgänge können sich schnell und effektiv einen Überblick über Trends und Produktinnovationen verschaffen und gleichzeitig neue Geschäftskontakte generieren. Denn an den einzelnen Stationen stehen Aussteller zum Informationsaustausch und zur kurzen Live-Präsentation einzelner Produkte oder Technologien bereit. Folgende Messerundgänge werden am PSI Mittwoch und -Donnerstag angeboten:

TREFFPUNKT FÜR DIE GUIDED TOURS IST DER PSI STAND (11H54/11L63)

Spezialisten der Werbeanbringung und Textilveredlung	Mittwoch, 12. Januar 2011	11.00 Uhr und 14.00 Uhr
Neuaussteller	Mittwoch, 12. Januar 2011 Donnerstag, 13. Januar 2011	jeweils um 16.00 Uhr
Markenartikel / Brands	Donnerstag, 13. Januar 2011	11.00 Uhr und 14.00 Uhr
Die 5 werbewirksamsten Werbemittel	Mittwoch, 12. Januar 2011 Donnerstag, 13. Januar 2011	jeweils um 13.00 Uhr

Die Teilnahme an den Guided Tours ist für Besucher kostenfrei. Interessierte können sich unter Angabe der gewünschten Themenrundgänge bereits jetzt bei Nina Schiffhauer unter nina.schiffhauer@reedexpo.de oder Tel. +49 211 90191-212 einen Platz bei der Führung sichern. Die Anmeldung ist darüber hinaus auch noch auf der Messe möglich. Allerdings wird die Voranmeldung empfohlen, da die Teilnehmerzahl begrenzt ist. Nähere Informationen zu den Guided Tours erhalten Sie unter *www.psi-network.de*. Dort finden Sie auch eine Liste der Aussteller, die Ihnen im Rahmen der Guided Tours beratend zur Seite stehen. <

AUSSTELLER BERICHTEN

NEWSLETTER INFORMIERT ÜBER EVENTS AUF DER MESSE

Ob Gewinnspiel, Sektempfang oder Standparty – auch in diesem Jahr bieten Aussteller der 49. PSI wieder zahlreiche Events und Aktionen während der Messetage. Damit sich Messebesucher bereits im Vorfeld ein Bild über die vielfältigen Aktivitäten der Lieferanten machen können, hat PSI den Newsletter „Aussteller berichten“ ins Leben gerufen. Er enthält Highlights der kommenden PSI in kompakter Form. Bereits im Dezember ist der Newsletter an alle Besucher der Leitmesse der Werbeartikelindustrie versandt worden. Auf der Messe wird zudem eine Print-Version an alle Besucher verteilt. Ein Blick in den Flyer lohnt sich. <



TWITTER: NACHRICHTEN IN ECHTZEIT VON DER PSI MESSE

„GEZWITSCHER“ VON DER 49. PSI 2011

PSI twittert ab dem 7. Januar 2011 frisch von der 49. PSI Messe. Über das soziale Netzwerk können nicht nur Messebesucher erfahren, was gerade wo passiert. Auch Interessierten, die nicht live vor Ort sein können, bietet Twitter die Möglichkeit, am Messegeschehen teilzunehmen. Da die Nachrichten oder „Tweets“ (von Englisch „to tweet“ – zwitschern) auch Links zu Websites, Bildern, Videos oder anderen Medien enthalten können, wird es natürlich auch Momentaufnahmen von der Messe geben. Twitter entstand aus der Idee, eine weltweite, öffentliche SMS-Plattform anzubieten. Über das soziale Netzwerk können User kostenfrei ihre Textnachrichten austauschen. Dadurch wird Twitter zu einem Echtzeitmedium, das den schnellen Transfer von Informationen, Erfahrungen und Meinungen ermöglicht. Über den Link *http://twitter.com/PSIMesse2011* können sich Interessierte registrieren und anschließend direkt lostwittern. <

VERANSTALTUNGSTIPPS FÜR AUSSTELLER UND BESUCHER

NEUE ONLINE-SERVICES: PRÄSENTATION IM RAHMEN DER PSI

In diesem Jahr hat das PSI zahlreiche neue Online-Services für seine Mitglieder ins Leben gerufen. Zu ihnen gehören das Daten-Aggregierung-System, der PSI Product Finder 2.0 und der PSI Showroom sowie der PSI Marktplatz. Diese hilfreichen Tools werden auf der 49. PSI Messe vorgestellt. Damit Sie gut vorbereitet an den Präsentationsrunden teilnehmen können, stellen wir Ihnen hier bereits in aller Kürze die Online-Services vor.



DER PSI PRODUCT FINDER 2.0: IHRE ONLINE-WERBEARTIKEL-SUCHMASCHINE

Der PSI Product Finder 2.0 ermöglicht einen direkten Zugriff auf die Produktdaten der angeschlossenen PSI Hersteller: Gezieltes Suchen und Finden von Werbeartikeln und angesagten Trendprodukten wird somit noch effizienter. Der Product Finder 2.0 bietet viele neue Vorteile: So finden Interessierte nun beispielsweise noch mehr Details zu den einzelnen Werbeartikeln, können Produktbewertungen der PSI Mitglieder nutzen und zusätzliche Informationen zu den einzelnen Lieferanten einholen. Weitere Informationen zu den vielen Vorteilen der neuen Online-Werbeartikelsuchmaschine erhalten Sie in einer den Präsentationsrunden auf der 49. PSI 2011.

PRÄSENTATIONSRUNDEN AUF DER 49. PSI

Auf der PSI an Messestand 11 H 54 werden die neuen Online Services an folgenden Terminen erläutert:

12. Januar 2011
11.00 bis 11.30 Uhr (deutsch)
14.00 bis 14.30 Uhr (englisch)
16.00 bis 16.30 Uhr (deutsch)

13. Januar 2011
11.00 bis 11.30 Uhr (deutsch)
14.00 bis 14.30 Uhr (englisch)
16.00 bis 16.30 Uhr (deutsch)

14. Januar 2011
11.00 bis 11.30 Uhr (deutsch)
14.00 bis 14.30 Uhr (englisch)

DER PSI MARKTPLATZ: DAS WERBEARTIKEL-PORTAL FÜR GEWERBLICHE ONLINE-AUKTIONEN

Der PSI Marktplatz ist ein neuer, attraktiver Online-Einkaufskanal für Werbeartikel. Über die Auktionsplattform lassen sich hochwertige Werbeartikel zu günstigen Preisen besonders schnell und einfach im Internet ersteigern. Verkauft werden die „Schnäppchen" von PSI Herstellern, die ihre Werbeartikel-Rest- und Sonderposten sowie Insolvenzgüter und Konkurswaren entweder in Form einer klassischen Auktion oder eines Direktkaufs über die Plattform anbieten. Händler erhalten über die Auktionsplattform nicht nur günstige Werbeartikel, sondern auch eine umfangreiche Marktübersicht über das gesamte Spektrum aktueller Sonderkontingente.

DIE PSI ROADSHOW

Wer auf der PSI Messe nicht die Zeit findet, an der Vorstellung der Online-Services teilzunehmen, kann im März die PSI Roadshow nutzen. In elf Städten präsentiert das PSI Team die nützlichen Tools, ganz bestimmt auch in Ihrer Nähe.

Roadshow-Termine 2011:
08. März 2011 Amsterdam
09. März 2011 Hamburg
10. März 2011 Hannover
15. März 2011 Frankfurt
16. März 2011 Stuttgart
17. März 2011 Friedrichshafen
22. März 2011 München
23. März 2011 Nürnberg
24. März 2011 Leipzig
29. März 2011 Eindhoven
30. März 2011 Düsseldorf

Weitere Informationen zur Roadshow erhalten Sie von Oliver Hansert, Telefon: +49 211 90191-254, E-Mail: oliver.hansert@reedexpo.de

DIE PSI SHOWROOMS: INDIVIDUELLE PRODUKT-SCHAUFENSTER IM INTERNET

Werbeartikel-Händler mit eigener Website können ihre Internet-Präsenz jetzt noch wirkungsvoller gestalten: mit einem eigenen Werbeartikel-Showroom. Er bietet eine attraktive Möglichkeit der Produktpräsentation zur Steigerung des Online-Verkaufs von Werbeartikeln. Werbeartikel-Händler können dabei auf das breite Produktsortiment der PSI Hersteller zurückgreifen. Der PSI Showroom dient als Ergänzung des eigenen Internetauftritts.

DAS PSI DAS: DATEN AGGREGIERUNG MIT SYSTEM

Mehr Produktinformation, mehr Aktualität, mehr Flexibilität – das gewährleistet das neue Daten-Aggregierung-System des PSI, kurz DAS genannt. Diese neue Plattform, die mit einer speziellen Schnittstelle ausgestattet ist, kann direkt mit den Warenwirtschaftssystemen der Werbeartikel-Hersteller verbunden werden. Das bringt viele Vorteile mit sich: So haben Hersteller die Möglichkeit, ihre Artikeldaten schnell und einfach an den PSI Product Finder 2.0, die Showrooms oder Kataloge der Händler zu liefern. Werbeartikel-Händler erhalten umfangreiche Informationen über Produktangebot und Lagerbestand der Lieferanten. <

proPSI, 23. BIS 25. AUGUST 2011

„COME TO THE LOWLANDS, WHERE BUSINESS MEETS FUN“

Besucher der proPSI können sich vom 23. bis 25. August 2011 auf dem wichtigsten Werbeartikel-Event in den Beneluxstaaten nun noch flexibler und umfassender informieren. Denn die proPSI bietet als Novum erstmals einen Business-Day. Dieser ermöglicht am Messe-Mittwoch bis 21.00 Uhr vom breit gefächerten Angebot der Messe zu profitieren. Darüber hinaus lockt die proPSI mit neuen Veranstaltungen wie der Moving Party oder einem Vortragsforum in der Messehalle. Ein Besuch des Werbeartikel-Events lohnt sich also in diesem Jahr in besonderem Maße. Die proPSI, die unter dem Motto „Come to the Lowlands, where business meets fun” steht, eröffnet den Einstieg in das Werbeartikelgeschäft der Beneluxstaaten und damit in einen der wichtigsten Märkte der Branche. Denn gemessen am Umsatzvolumen ist allein der niederländische Markt nach Deutschland der zweitgrößte in Europa. Zudem zeichnen sich die Beneluxstaaten durch eine hohe Dichte an Marketing-Unternehmen und Keyplayern der Branche aus – damit sind qualifizierte Fachbesucher und vielversprechende Kontakte auf der proPSI garantiert. Treffen auch Sie die Market Experts auf dem wichtigsten Werbeartikel-Event in Benelux. <



STANDPLATZ FÜR DIE proPSI SICHERN UND VOM PREISVORTEIL PROFITIEREN

Wer bei dem wichtigsten Werbeartikel-Event in Benelux mit dabei sein möchte, kann sich bereits im Januar, auf der 49. PSI in Düsseldorf, eine Standfläche für die proPSI sichern. PSI Mitglieder, die von dem Angebot Gebrauch machen, können von attraktiven Preisvorteilen profitieren: So beträgt die Standgebühr attraktive 150 Euro pro Quadratmeter. Weitere Informationen zur proPSI erhalten Sie in Halle 11 Stand 11M42.

SUPPLIER FINDER 2011

AUF KORREKTE ZUORDNUNG DER WARENGRUPPEN ACHTEN



Anfang Februar 2011 werden die Kategorien des Supplier Finders an die des Product Finders angepasst. Ziel ist eine einheitliche PSI Nomenklatur, die über 2300 Kategorien umfassen wird. Sie dient ab 2011 als Basis für alle PSI Verzeichnisse (Product Finder, Supplier Finder, PSI Messekatalog). Um bei der Warengruppenanpassung Fehler zu vermeiden, sollten Lieferanten in der Bearbeitungsphase ihres Eintrages (etwa ab Februar 2011) diesmal besonders auf die korrekte Zuordnung der Warengruppen achten. Denn im Rahmen der Vereinheitlichung der Kategorien bei PSI könnten relevante Kategorien entfallen oder neue Kategoriemöglichkeiten ausgewählt werden. Zwar sind die bisherigen Kategorien nach bestem Wissen in die neuen Kategorien technisch „übersetzt“ worden, eine Überprüfung durch die PSI Lieferanten ist jedoch unerlässlich. Nur so können korrekte Suchergebnisse in den Print- und Onlinepublikationen gewährleistet werden. <

WERBEARTIKEL ORIGINELL EINGESETZT

NOMINIERTE FÜR „PSI – CAMPAIGN OF THE YEAR“ 2010 STEHEN FEST



Der „PSI - Campaign of the Year“ Award wurde 2009 zum ersten Mal vergeben. Im Mittelpunkt steht nicht der Werbeartikel an sich, sondern seine erfolgreiche Einbindung in eine Marketingkampagne.

Bettwäsche für Fußballer-Träume, Einladungskarten mit dem richtigen Sound oder Agenten-Kugelschreiber mit integrierter Kamera – als Werbeartikel haben sie Marketingkampagnen in besonderer Weise belebt. So sind diese und weitere Ideen Anwärter für den Award der Branche: Die „PSI – Campaign of the Year“ zeichnet auch zur PSI 2011 Werbeartikel aus, die durch ihre gelungene Integration in eine Kampagne überzeugen können. Diese wurden im Jahr 2010 bereits zum dritten Mal gesucht, zum ersten Mal sind die besten Einreichungen bereits vor dem Start der Messe bekannt. Aus den vielen qualitativ hochwertigen Einreichungen hat die Jury nun eine Vorauswahl getroffen. Insgesamt wurden sieben Kampagnen nominiert. Die Einreichungen werden auf der PSI, die vom 12. bis 14. Januar 2011 stattfindet, vorgestellt. Die Preisverleihung findet im Rahmen der PSI Night am Abend des ersten Messetages in der Nachtresidenz, einem der angesagtesten Clubs Düsseldorfs, statt.

CPT AG: BETTWÄSCHE FÜR FUSSBALL-FANS

„Superfan“ heißt die Kampagne, mit der die CPT AG für die „PSI – Campaign of the Year“ 2010 nominiert ist. Umgesetzt wurde diese für die Firma Swiss Life, Sponsor des schweizerischen Fußballverbands und der schweizerischen Nationalmannschaft. Eingesetzter Werbeartikel war hier ein hochwertiges Bettwäsche-Set, welches während der Fußball-WM auf www.superfan.ch gewonnen werden konnte. Passend dazu stand die Kampagne unter dem Motto „Träume werden wahr“ und wurde durch weitere Werbemaßnahmen begleitet.

DICKE & PARTNER: WERBEARTIKEL FÜR EUROPAS KULTURHAUPTSTADT

Unter dem Motto „RUHR.2010 Kulturhauptstadt Europas“ präsentierten sich in diesem Jahr 53 Städte und Gemeinden des Ruhrgebiets Menschen aus ganz Europa. Entwicklung, Herstellung und Vertrieb der Werbe- und Merchandisingartikel für die Region liegen in diesem Zeitraum in der Hand des Werbeartikelhändlers Dicke & Partner. Um das Logo RUHR.2010 auf originelle Weise zu transportieren, wurden unterschiedlichste Werbartikel eingesetzt, angefangen von Kugelschreibern, Blöcken, Bleistiften und Radiergummis für Pressekonferenzen, Tagungen etc. über Einzelmaßnahmen für Städte, ausländische Gäste der Regierung und Firmen bis hin zum Einsatz von Schokoladenstückchen im ICE. Darüber hinaus wurde ein umfangreiches und ansprechendes Merchandise-Sortiment entwickelt.

FORUM WERBEGESCHENKE GMBH: EINLADUNG MIT MUSIK

Eine Karte mit einem integrierten Soundchip war das Highlight einer Einladungskampagne für die Messe marke[ding], umgesetzt vom Werbeartikelhändler Forum Werbegeschenke GmbH. Das innovative Einladungskonzept erhöhte die Aufmerksamkeit bei den Eingeladenen, die beim Öffnen der Karte sogleich den Sound der

Messe hörten. Weiterer Bestandteil war außerdem ein Jeton zur Abstimmung für den marke[ding] award. Ein Paperclip, der als bleibender Werbebotschafter fungiert, befestigte die Abstimmungskarte mit diesem Jeton in der Einladung.

ID WERBUNG GMBH: KNAUTSCH FIGUREN ALS IMAGETRÄGER

„Modern Bert" (und seine Fach-Brüder) sind die positiven Imageträger der Kampagne „WIR SIND MODERNisierer" der Eurobaustoff-Fachhändler für ein schönes und energiesparendes Zuhause. Händler für die Maskottchen in Form von Knautschfiguren ist die ID Werbung GmbH. Die Figur kann durch die Einbeziehung von typischen Bauelementen wie Rohren oder Balken für jeden Fachbereich genutzt werden. Die Markteinführung erfolgte im November 2010 auf der hauseigenen Baustoffmesse „Eurobaustoff Forum 2010". Hier wies ein lebensgroßes Maskottchen im gleichen Design zusätzlich auf „Modern Bert" hin.

JACKS GIFT COMPANY: DIE DER HÄNDE

„Hand in Hand für Gräfrath" – dieses Motto spiegeln die Werbeartikel des Händlers Jacks Gift Company perfekt wider. Um Geld für eine gemeinnützige Schulkinderbetreuung zu sammeln, rief die Aktionsgemeinschaft Gräfrath e.V. eine Kampagne ins Leben. Symbolisiert wird das Geben und Nehmen über das Symbol der Hände, die sowohl im Erscheinungsbild der Schulkinderbetreuung als auch in der Aktionskarte und als kleine Give-aways in passenden Farben zu finden waren. Um die Spendenbereitschaft zu erhöhen, bekam man die bald sehr begehrten Werbeartikel nur gegen einen kleinen Obolus.

MOBILCOM: MIT SPY-PEN UND DOPPELTEM BODEN

Ein außergewöhnlicher Werbeartikel stand im Mittelpunkt des Mailings „Der doppelte Boden", mit dem die mobilcom Communicationstechnik GmbH für die „PSI – Campaign of the Year" nominiert ist. Die Vertriebspartner des Unternehmens erhielten als Werbegeschenk einen Spy-Pen in einem Agentenkoffer mit doppeltem Boden. Ein Spy-Pen ist ein Kugelschreiber mit integrierter Kamera, mit welcher sich unbemerkt Video-Aufzeichnungen machen lassen. Der Koffer enthält auch einen Comic mit einer weihnachtlichen Agenten-Story, die den Spy-Pen erklärt. Lieferant ist die Kandinsky Deutschland GmbH. Der Werbeartikel bot den passenden Bezug zur aktuellen Kampagne des Unternehmens „Mo & Bill decken auf", in deren Rahmen zwei unabhängige Ermittler den Mobilfunkanbieter mobilcom-debitel in Anzeigen und Spots unter die Lupe nehmen.



PANDORA SPECIAL GIFTS: EIN SHOWROOM MIT WERBEARTIKELN

Eine Kampagne mit einer außergewöhnlichen Geste: Um Unstimmigkeiten nach einer Mieterhöhung aus dem Weg zu räumen, ließ sich die Wohnungsbau Korporation SallandWonen in Zusammenarbeit mit dem Werbeartikelhändler Pandora Special Gifts einiges einfallen. So kam das Unternehmen mit einem Showroom auf Rädern zu seinen Mietern. Jeder Mieter erhielt einen Gutschein im Wert von rund 50 Euro, den man gegen Prämien eintauschen konnte sowie eine Sparlampe, um den dauerhaften Charakter der Aktion zu unterstreichen.

PSI – CAMPAIGN OF THE YEAR

Die PSI – Campaign of the Year wird seit 2008 im Rahmen der PSI – Europäische Leitmesse der Werbeartikelbranche vergeben. Bewerben können sich Werbeartikel-Händler, Lieferanten sowie Werbeagenturen und Auftraggeber, die einen Werbeartikel in eine Kampagne integriert haben. Die Jury setzt sich in diesem Jahr zusammen aus den Vertretern der Fachzeitschriften TVP, dedica und PSI Journal, Stefan Roller-Aßfalg, Dr. Claus-Jörg Harnisch und Manfred Schlösser, sowie Hans-Joachim Evers vom BWG, Axel Bruchhausen von Advernomics, dem Designer Lutz Gathmann, PSI Chef Michael Freter und PSI Pressesprecher Dr. Mike Seidensticker. <

AUF IN DIE ZUKUNFT

Dass der Chefredakteur euphorisch ist, kann eigentlich nicht sein. Der Chefredakteur ist derjenige, der alles mehrfach hinterfragt, der eher zweifelt und sich die Welt immer wieder von verschiedenen Perspektiven ansieht. Er ist derjenige, der die publizistische Leitlinie vorgibt und darauf achtet, dass die Qualität der Inhalte stimmt. Der Chefredakteur darf sich also nicht von Emotionen leiten oder gar von einem Hochgefühl übermannen lassen. Dennoch befindet sich unser Chefredakteur derzeit in einer Stimmung, die das vermuten lassen könnte (siehe Editorial). Aber nicht nur der Chefredakteur. Das ganze PSI Team blickt voller Vorfreude auf die PSI. Sicher könnte man sagen: Schlimm, wenn es nicht so wäre. Logisch. Aber diesmal hat diese Vorfreude eine neue Qualität.

Es sind die neuen IT-Services des PSI. Sie versetzen auch Mitglieder von der Händler- und Lieferantenseite, die an der Entwicklung der neuen Services beteiligt waren, in Hochstimmung und Erwartung.



Wir werden Ihnen online bisher ungeahnten Nutzen bieten können. Große Worte, ich weiß. Ich weiß aber auch, was da entstanden ist.

Damit bereiten wir Sie und uns noch besser auf die Zukunft vor. Dass sich in den nächsten Jahren vieles verändern wird, spürt jeder von uns. Die Online-Zeit hat schon längst begonnen und verändert viele Berufs- und Lebensbereiche. Wer da vorne dabei sein will – und das wollen wir alle –, der muss Investitionen in die Zukunft rechtzeitig angehen. Dies hat das PSI jetzt getan und das stellen die neuen webbasierten Dienste, die wir Ihnen auf der PSI präsentieren werden, eindrucksvoll unter Beweis.

Der Nutzen der IT- Dienste wird vielfältig sein. Immer mehr werden auch Sie darauf zurückgreifen wollen, denn die Geschäftsabläufe der Zukunft sind im Wandel. In der Akquisition, Recherche und Organisation. Die neuen PSI-Dienste umfassen deshalb auch die gesamte Wertschöpfung der Branche. Um dies realisieren zu können, haben wir gemeinsam mit Lieferanten und Händlern einen neuen IT-Standard geschaffen. Standard bedeutet, dass die Daten immer im selben Format ausgetauscht werden können. Das spart Zeit, das spart Ressourcen, das spart Geld. Die gesammelten Daten stehen dann auch immer aktuell für Ihren Vertrieb zur Verfügung. Mit ein paar Klicks wissen Sie künftig, ob ein gewisses Produkt beim Händler in bestimmter Stückzahl zu haben ist, oder auch nicht. Während Sie mit einem Kunden telefonieren, können Sie das online schon abklären.

» Wir haben gemeinsam mit Lieferanten und Händlern einen neuen IT-Standard geschaffen. «

Hinzu kommen „Showrooms“, die Sie hervorragend für Präsentationen beim Kunden, das heißt im Vertrieb, nutzen können. Machen Sie unsere „Showrooms“ zu Ihrem Online-Schaufenster. Locken Sie damit neue Kunden an und überzeugen Sie diese von Schnelligkeit und Qualität Ihrer Beratung. Denn genau dies unterstützen die neuen PSI IT-Services.

Mit dieser Unterstützung wünsche ich Ihnen im neuen Jahr noch bessere Geschäfte, denn das ist der Sinn und Zweck jeder Dienstleistung für Sie als Mitglied. Bleiben Sie weiter gesund und haben Sie 2011 viele schöne Stunden.

Wenn ich mir nun etwas von Ihnen wünschen dürfte, so wäre dies: Verfolgen Sie bitte mit sehr viel Aufgeschlossenheit aber auch kritischem Blick, was wir im Online-Bereich neu konzipiert haben. Auf der PSI haben Sie am PSI Stand in Halle 11 eine gute Gelegenheit dazu. Es wäre besonders schön, wenn Sie dabei mithelfen würden, die neuen IT-Dienste des PSI mit Verbesserungsvorschlägen und praktischen Anregungen noch weiter zu perfektionieren.

Auf ein besonders gutes 2011

Michael Freter
Herausgeber PSI Journal
Geschäftsführer PSI
michael.freter@psionline.de

PSI

DAS INTERNATIONALE NETZWERK DER WERBEARTIKELBRANCHE

Erreichen Sie Ihre Zielgruppen in der Werbeartikelbranche multimedial!



Basisdaten Print:
Gesamt-Auflage 8.000, davon 4.000 deutsch und 4.000 englisch.
Distribution nur an PSI Mitglieder.

- Verlinkung Ihrer Werbeanzeigen auf eine Landingpage Ihrer Wahl
- Auswertung und Reporting
- Interaktive Einbindung von 360 Grad Produktabbildungen
- Video-Integration, Sound- und Musikfile-Integration, Audio- und Video-Podcast Integration

Das PSI Journal Onlinemagazin mit zusätzlichen Multimedia-Funktionen.

Standardlaufzeit pro Ausgabe: 1 Monat. Online-Zugang nur für PSI Mitglieder.

Anfragen zu Anzeigenbuchungen (Print/Online) und zur Integration von Multimediainhalten telefonisch unter: +49(0)211-90191-321 oder per Mail sales@psi-network.de

PSI - Promotional Product Service Institute
Niederlassung der Reed Exhibitions Deutschland GmbH
Völklinger Straße 4 | 40219 Düsseldorf | Germany

Reed Exhibitions

www.psi-network.de

Inserentenverzeichnis/Index of advertisers:

PSI Nr.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
47408	ADLER CZECH, S.R.O.	093
45448	Ätzkunst GmbH & Co. KG	027
44291	Araco Import & Export	101
10880	Grabenhorst & Vetterlein Marketing & Merchandising GmbH	051
47411	badge4u	061
47566	BOLA GEMA Ltd.	089
47792	bottleball GmbH	101
47749	BRISA Entertainment GmbH	013
40807	Gabriele Bühring	189
45956	burger pen AG	055
49043	BWG	033
45452	CD-LUX GmbH	007
	Chiffre 20110101	203
45619	Clipy / Artur Begin, S.L.	099
44497	Comet Sports GmbH	063
46124	Concept Sp. z. o. o.	055
45235	The Cotton Group S.A./N.V.	083+85
48014	CREA & MERCE GmbH	175
45081	CREAS Vertriebs-GmbH	171
45106	CROW'n'CROW GmbH & Co. KG	186+187
44920	CURLY & SMOOTH Handels GmbH	003
42819	Gustav Daiber GmbH	025
45676	Dan Way Design Lizenz GmbH	175
45720	DreamPen, Polish Ball-Point Pens Producer	155
4944	Eick Werbeartikel	177
48023	Eichsfelder Technik eitech GmbH	045
41369	elasto form KG	105
44127	Elektronica SM-Handels GmbH	139
46163	ExpoGraf CardKeep International AB	101
48067	Fahrer	177
41738	Feld GmbH	177
44575	Theodor Fliedner Stiftung	095
47463	Francos GmbH	153
42743	Fruit of the Loom Limited	079
47699	Garlando GmbH	171
45737	Giving Europe B.V.	143
41048	Gutter GmbH & Co. KG	053
47511	Hegenberg Trendcenter	002
41583	HEPLA GmbH	123
41275	C. Jul. Herbertz GmbH	087
46235	Herka GmbH	189
43891	HNC Import-Export + Vertriebs AG	063
41118	Hoechstmass Balzer GmbH	115
47801	House of Kids s.p.r.l.	045
42907	Inspirion GmbH	U3
47696	Jamara e.K.	172+173
	JLP Consulting	063
41990	Joytex GmbH & Co. KG	125
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	023
47998	Jute statt Plastik	067
46091	KAAI Kalender GmbH	119
47464	Karlowsky Fashion GmbH	151
46591	Kreutz GmbH	157
47597	Labopak System Sp.K.	045
48116	LARDON MEDIA AG	067
43208	Logo'lf Line BV	131
47814	Lupenmaxx GmbH	171
40755	Marbo-Werbung	043
40111	Martor KG	177
44643	Meinzer GmbH	101
40641	Mid Ocean Brands B.V.	005
45974	Multiflower GmbH	077
46376	Niederegger GmbH & Co. KG	087
45727	Plastolan GmbH	087
40637	Plastoria	016+017
41565	PLATTNER KP GmbH	113
43417	prodir GmbH	001, 081
	PSI Promotional Product Service Institute	161, 165, 190+191, 129, 201, 203
41829	Rastal GmbH & Co. KG	185

46434	Raxy Line Srl	117
46051	Reda a.s.	109
47182	Reisenthel Accessoires	111
	Rexpro International Exhibitions GmbH	181
47620	Rheingold - Comet - Sports GmbH	067
44508	Ritter-Pen GmbH	121
46551	Sanders Imagetools GmbH	145
43287	Schwan-STABILO	047
40529	Gustav Selter GmbH & Co. KG	059
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	075, U4
46325	Slodkie Upominki	151
47767	SNIPS SRL	125
47007	Stefania Export-Import	059
45341	Stereo Holland-Gebäck GmbH	049
45328	Stilolinea Srl	041
43648	SWITCHER Textil Vertriebs GmbH	091
44186	team-d Import Export Warenvertriebs GmbH	125
41831	te Neues Verlag GmbH & Co. KG	107
41875	TFA Dostmann GmbH	093
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	147
43856	Unilight B.V.	123
45036	United International B.V.	135
46955	Vabene GmbH	073
42161	VAERST-UHREN	065
43385	VELOFLEX	067
44323	Zweibrüder Optoelectronics GmbH	U2

Beilagen / Inserts (* Teilauflage / *Part of Circulation)

45106	CROW'n'CROW GmbH & Co. KG
47963	Gastro-Cool GmbH & Co. KG
49059	PSI Promotional Product Service Institute
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH*

Preise PSI Membership 2011 / 2012

› PSI

Supplier:
Classic (nicht mehr buchbar): € 545,00*

Distributor:
Classic (nicht mehr buchbar): € 375,00*

NEU:
PSI Professional € 660,00*

Mehr Leistung – Mehr Services – Mehr Vorteile

- **Professioneller & erfolgreicher Handeln**
- **Effektiveres Networking mit PSI**
- **Ein starker Partner im "Daily Business"**
- **News & Infos aus erster Hand**

Betreten Sie eine neue Dimension von Professionalität

*** zzgl. gesetzl. UST**

Reed Exhibitions

Zu verkaufen:

Kleine, feine Werbemittelagentur (Direktvertrieb)
Umsatzschnitt Ø 250.000,- Euro p.a.
Top Kundengruppe (0% Ausbuchung)
Top Margen (40 – 60%)
Seit 25 Jahren tätig in Nordrhein-Westfalen

Angebote senden Sie bitte an:
PSI - Promotional Product Service Institute
Niederlassung der Reed Exhibitions Deutschland GmbH
Chiffre 20110101
Völklinger Straße 4 · D-40219 Düsseldorf



FRAUEN-WM: SPORTEVENT DES JAHRES

Die Frauen-Weltmeisterschaft hat sich im internationalen Sportkalender zu einem Topereignis entwickelt. Damit steht für Unternehmen in diesem Jahr wieder ein sportliches Highlight vor der Tür, das beste Werbemöglichkeiten bietet. Der Produkt-Guide der Februar-Ausgabe zeigt, dass die PSI Lieferanten bereits jetzt bestens für das große Ereignis im Sommer gerüstet sind: Sie halten viele originelle „Kicker-Produkte“ bereit. Neben den kreativen Fan-Artikeln präsentieren wir Ihnen die beliebten Werbeartikel-Klassiker rund um das Thema „Schreibgeräte, Büro und Kalender“.

Bitte denken Sie schon jetzt an unser Titelthema der März-Ausgabe 2011 „Textilien und Caps sowie Sport, Spiel und Freizeit“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 21. Januar 2011 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechemer@edit-line.de. <



49. PSI – HIGHLIGHT DES WERBEARTIKELJAHRES

Das erste und wichtigste Ereignis des Jahres ist zweifellos die PSI Messe. Sie setzt den Maßstab für die Trends des ganzen Jahres und fungiert damit als Ideengeber Nummer eins für Werbeartikelhändler und -berater. Das PSI Journal ist für Sie vor Ort und wird sich intensiv bei Ausstellern und Besuchern umhören. Freuen Sie sich auf einen lebendigen Messebericht, ob zur Basisinformation oder zur Vertiefung. <



WERBEN MIT TEEGENUSS

Neu im Kreis der PSI Mitgliederfamilie ist die Plantanas Group GmbH. Das Unternehmen hat sich auf das Werben mit Tee spezialisiert und möchte auch den kleinsten Firmen die Möglichkeit geben, ihre Kunden oder Mitarbeiter mit dem Genuss eines exklusiven Tees zu verwöhnen. Bei über 1700 verschiedenen Sorten von hochwertigen Grün-, Schwarz-, Roiboos-, Früchte- und Kräutertees finden Unternehmen für jedes Projekt etwas Passendes. Mehr zu den Produkten, Leistungen sowie der Unternehmensgeschichte der Plantanas Group GmbH lesen Sie in der Februar-Ausgabe. <

IMPRESSUM

Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-Wirtschaft von
PSI Promotional Product Service Institute
Niederlassung der Reed Exhibitions
Deutschland GmbH
Völklinger Straße 4, D-40219 Düsseldorf
Telefon: +49 211 90191- 0
Telefax: +49 211 90191-180
Internet: www.psi-network.de

Herausgeber: Michael Freter

Geschäftsleitung: Hans-Joachim Erbel, Matthias Templin

Redaktion: Edit Line Verlags- und Produktions-GmbH
Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz
im Auftrag der PSI GmbH

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

Redaktion: Joanna Filak, Manon Freitag, Martin Höchemer, Yvan Léger, Christian Jacob, Werner Menzel, Christoph Zimmermann

Chef vom Dienst: Martin Höchemer

Objektleitung: Anja Späker

Anzeigenleitung: Philipp Brück

Postleitzahlen: 0,1,2,9 / Regionen: Asien, Ozeanien, Südostasien, Österreich:
Simon Kibat, Tel.: +49 211 90191-192
Mimount El-Kaddouri, Tel.: +49 211 90191-113

Postleitzahlen: 3, 4 / Regionen: Naher und Mittlerer Osten, Irland, Baltikum, Finnland, Afrika:
Senija Engel, Tel.: +49 211 90191-114
Isabel Motzek, Tel.: +49 211 90191-217

Postleitzahlen: 5, 6 / Regionen: Balkan, Osteuropa, Nord- und Südamerika, Skandinavien, Benelux, Portugal, Polen, Russland:
Katrin Blömer, Tel.: +49 211 90191-150
Karolina Mosdorf, Tel.: +49 211 90191-102

Postleitzahlen: 7, 8 / Regionen: Zypern, Griechenland, Schweiz: Daniel My, Tel.: +49 211 90191-259
Andre Dümpelmann, Tel.: +49 211 90 191-112

Spanien: Olga Pons, GPE S.L.
Tel.: +34 93 4244000

Italien: Arianna Carini, Reed Exhibitions ISG Ital S.r.l
Tel. +39 2 43517048

UK: Barry Reid, Reed Exhibitions UK
Tel. +44 20 89107196

Frankreich: Marie-Rose Michel
Reed Exhibitions France, Tel. +33 1 41904667

Türkei: Ismail Sezen, Tel. +90 212 2758283

Gestaltung: Edit Line GmbH, Mainz
im Auftrag von PSI Promotional Product Service Institute
Niederlassung der Reed Exhibitions
Deutschland GmbH

Art-Direction: Stephan Weiß, Klaudia Mann

Fotos: Ursula Geppert, Martin Höchemer, Lars Behrendt u.a. Titelmotiv und redaktionelle Beiträge teilweise unter Verwendung von Fotos von www.fotolia.de

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

Druck: Kössinger AG
D-84069 Schierling

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 43
vom 1. Januar 2011.

ISSN-Nummer 1436-6193

Die mit Namen gekennzeichneten Beiträge geben nur die Auffassung des Verfassers wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und andere Unterlagen übernimmt der Verlag keine Haftung. Rücksendung erfolgt nur bei Rückporto (ebenfalls keine Haftung).

Für Mitglieder des PSI ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten.

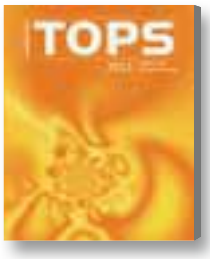
Reed Exhibitions



1					Z	T			■			
2			T		X	T		A		■		
3	W		T	T		R	S		A	T	■		N
4						S	S		G	■		E	
5								D		■	R		H			

Lösungswort per E-Mail an:
quiz@inspirion.eu

Die ersten 5 Einsendungen werden prämiert. Die Preisvergabe erfolgt unter Ausschluss des Rechtsweges.



Der Promotion Tops 2011 ist da – mit vielen Neuheiten für ein erfolgreiches Geschäftsjahr.

Jetzt bestellen! **Tel.: +49 421-5227-0, Fax: +49 421-5227-403**
Oder unter **www.promotiontops.com** anfordern!

INSPIRION
TRADING IDEAS

Auflösung PSI Journal Dezember 2010: TREND

senator®

designed to brand

Setzen Sie Ihre Unternehmenshandschrift in Szene!

Und wir optimieren sie genau auf Ihre Bedürfnisse!
Mit unseren kreativen Ideen und den innovativen, neuen Produkten möchten wir Ihren Blick auf die unzähligen Möglichkeiten für die optimale Präsentation Ihrer eigenen Unternehmens-Identität lenken.

PEN COLLECTION

MUGS BY roubill

WRITING ACCESSORIES



REALIZE THE POSSIBILITIES http://www.senatorpromotion.com