

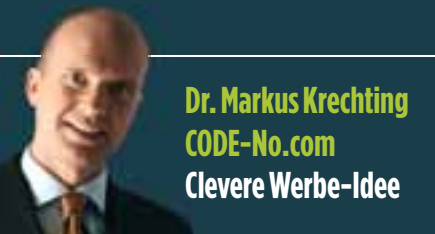
➤ **PS1**

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

JOURNAL



Thomas Brecht
Hans-Joachim Appel
Offene Systeme Software !
Ein starkes Duo



Dr. Markus Krechting
CODE-No.com
Cleverer Werbe-Idee

49. PSI
Energieschub
für die Branche

Werbeartikel-Guide
Schreibgeräte, Büro,
Kalender, Events, Fußball

Universal S.p.A.
Die ganze Welt der Farben



QUALITÄTSMANAGEMENT
RISIKEN MINIMIEREN



DreamPen®

Dreampen

Polish ballpoint pens manufacturer

www.dreampen.pl



EDITORIAL

AUFWIND

Um ganze 15 Prozent ist der Branchenumsatz in Deutschland im Jahr 2010 gestiegen. Die Messlatte für die Zukunft liegt jetzt bei 3,43 Milliarden Euro. Belegt wird dies durch den Branchen-Monitor des Gesamtverbandes der deutschen Werbeartikelwirtschaft (GWW). Seit mehr als sechs Jahren arbeitet der GWW mit einem renommierten Marktforschungsinstitut am jährlichen Zahlenwerk der Branche.

Als die Umsatzzahlen bei der Eröffnung der PSI erstmalig bekannt gegeben wurden, war Erstaunen angesagt. Obwohl von deutlichen Steigerungsraten ausgegangen wurde, hatte doch kaum jemand mit einem so großen Wachstum gerechnet. Da aber seit Jahren nach der gleichen Methode immer mehr als 500 Endkunden nach ihren Ausgaben für Werbeartikel gefragt wurden, gibt es keinen Zweifel an diesem Zahlenwerk. Eine Erklärung liegt wohl darin, dass gut 50 Prozent der Umsatzsteigerung mit Bestandskunden erzielt wurden, der Rest ist den rund 240 000 neue Unternehmen in Deutschland zuzuschreiben, die sich seit der großen Wirtschaftskrise 2008/09 gründen konnten.

Nun ist das Branchenbild in Europa sehr unterschiedlich und hängt am jeweiligen Zustand der nationalen Wirtschaften, hat sich manchmal sogar positiv davon abgekoppelt. So in Frankreich. Dort hat die Wirtschaft, ähnlich wie in Deutschland, wieder Tritt gefasst. Die Werbeartikelbranche scheint dabei sogar vorausgeeilt zu sein. Spürbar war das auch in den Gängen der PSI. Die Besucherzahlen sind noch nicht ausgewertet, aber „gefühlte“ waren viel mehr Freunde aus Frankreich auf der PSI, als das in den Krisenjahren der Fall war – schönes Gefühl.

Auch Skandinavien scheinen verstärkt wieder den Weg nach Düsseldorf gefunden zu haben. Wohl auch, weil große und europaweit agierende Importeure bestätigen, dass die Branche dort wieder sehr gut zu tun hat. Und osteuropäische Klänge hörte man verstärkt. Auch schön, dass die Märkte, die seit Jahren umworben werden, die europäische Leitmesse entdeckt haben.

Wen wundert es also, dass PSI Chef Michael Freter in den letzten Messestunden deutlich entspannt war. Hatte er doch schon die vorläufigen Besucherzahlen schwarz auf weiß: 17 122 Werbeartikelhändler haben demnach die 49. PSI in Düsseldorf besucht. Damit liegt man deutlich über dem Vorjahresniveau (16 464) und ist auf dem besten Weg zu den Bestmarken von vor der Krise. 2011 scheint also ein gutes Jahr zu werden. Alle Vorzeichen sind positiv. Selbst in krisengebeutelten Ländern wie Spanien zieht der Werbeartikel-Markt an, wie von Insidern zu hören ist. Nutzen wir also den Aufwind, freuen wir uns auf neue und gute Geschäfte.

In diesem Sinne



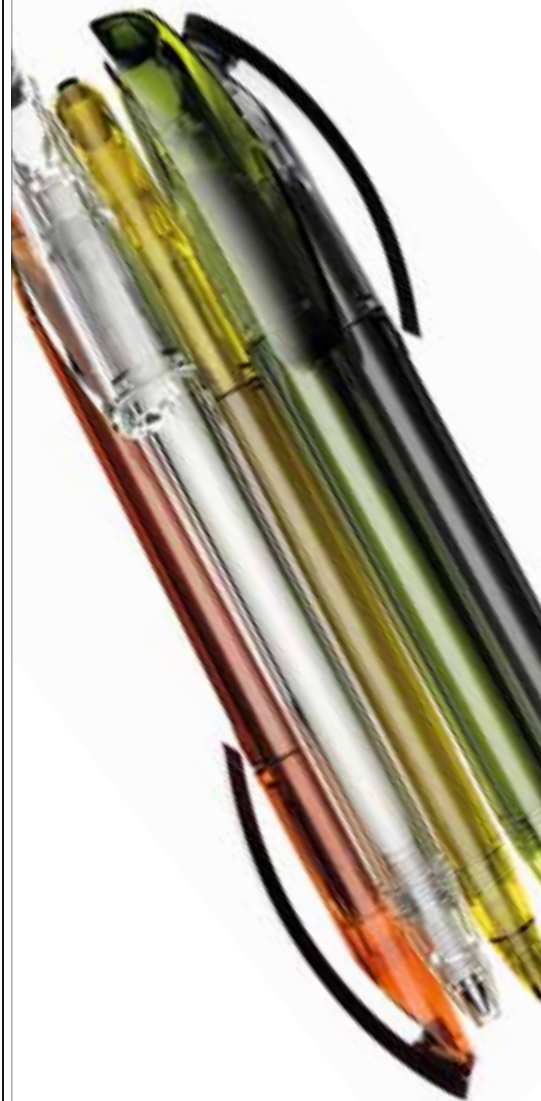
Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal



Manfred Schlösser

The Evolution

DS3.1 A NEW LEVEL
OF PREMIUM REPRESENTATION.



Elegant colours

Der DS3.1 begeistert mit eigener Premium-Farbpalette: ein einzigartiges Spektrum, das Understatement mit Überzeugungskraft in einem erstklassigen Auftritt verbindet.

Prodir GmbH | An der Molkerei 8 | D-56288 Kastellaun
Hotline +49 (6762) 1051

Prodir S.A. | Zona Industriale 1/2 | CH-6802 Riviera
Tel. +41 (91) 9 35 55 55
www.prodir.com

Personality pens.
Swiss made. **prodir®**

Vaerst®

Uhren aus Naturschiefer

Made in Germany



Vielen Dank für
Ihren Besuch auf
der 49. PSI Messe!



Besuchen Sie uns doch auch
auf unserer Homepage



Vaerst Uhren

In der Illlekatte 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

UNVERZICHTBARE WERBEGRÖSSEN

14

Sie sind und bleiben „spitze“. Denn wer denkt bei dem Begriff „Werbeartikel“ nicht sofort an Kugelschreiber? Diese direkte Assoziation ist verständlich, denn Kugelschreiber und Schreibgeräte sind weltweit die beliebtesten und deshalb auch am meisten verbreiteten Werbemittel. Neben den Werbeartikel-Klassikern präsentieren wir Ihnen ab Seite 44 zudem Produkte rund um das Thema „Events und Fußball“.



TRENDS & BRANDS	Das weiße Gold	4
	Genuss pur	6
FOKUS	Qualitätsmanagement: Bewusst handeln	8
JOURNAL	Nachrichten aus Wirtschaft, Politik und Business	12
SCHREIBGERÄTE, BÜRO, KALENDER	Unverzichtbare Werbegrößen	14
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	32
	49. PSI: Energieschub für die Branche	36
EVENTS UND FUSSBALL	Und wieder rollt der (Werbe-)Ball	44
BUSINESS	Recht und Steuern: Was sich 2011 für Unternehmen ändert	60
UNTERNEHMEN	CODE-No.com GmbH: Clevere Incentives und Präsente	62
	Universal S.p.A.: Die ganze Welt der Farben	66
	Plantanas Group GmbH: Werben mit Teegenuss	70
PORTRAIT	Thomas Brecht und Hans-Joachim Appel: Ein starkes Duo	72
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	76
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	90
MEINUNG	Die Geheimformel	92
IMPRESSUM		96

QUALITÄTSMANAGEMENT: BEWUSST HANDELN

8



Neben strategischem, wirtschaftlichem Handeln und vorausschauender Personalpolitik ist die Qualität von Produkten und Dienstleistungen entscheidend für den Unternehmenserfolg. Aus Profitgier oder Unkenntnis wird Qualitätssicherung oft vernachlässigt, die Risiken möglicher Produktmängel werden verdrängt. Unser Leitfaden in mehreren Teilen zeigt Ansätze für bewusstes Qualitätsmanagement auf.

49. PSI: ENERGIESCHUB FÜR DIE BRANCHE

36



Vom 12. bis 14. Januar traf sich die Werbeartikelbranche zu ihrer Leitmesse in Düsseldorf. Sie setzte entscheidende Signale für das sich anschließende Jahr. Lesen Sie mehr zur wichtigsten Branchenplattform Europas, die 2011 mit besonders vielen Messehighlights punkten konnte.

CLEVERE INCENTIVES UND PRÄSENTE

62



Werden Wertgegenstände verloren oder gestohlen, reagieren Betroffene mit Wut oder Verzweiflung. Die clevere Geschäftsidee der CODE-No.com GmbH eröffnet die Chance, das abhanden gekommene Gut zurückzubekommen: Das Tool identifiziert Produkte mit Hilfe einer online-basierten Codierung. Damit schützt es vor Diebstahl und bringt verlorenes Eigentum zurück.

EIN STARKES DUO

72



Die branchenspezifische Software KS1 der Offene Systeme Software! gehört für viele PSI Firmen zum Alltag. Uns hat die spannende Entstehungsgeschichte dieses Systems interessiert, die auf einer langjährigen, konstruktiven Kooperation des Chef-Entwicklers Thomas Brecht mit dem Werbeartikel-Großhändler Hans-Joachim Appel basiert. Ein Portrait des Duos, das auch ein Stück Branchenentwicklung dokumentiert.



ART. 82 120 Twinx Silver

NEU
2011

**FORMSCHÖNE DIPSCHALEN**

blomus GmbH
PSI Nr.: 40774
www.blomus.com

**GUTE LAUNE TASSEN**

Mid Ocean Brands B.V.
PSI Nr.: 40641
www.midoceanbrands.com

**RASANTER SALZSTREUER**

Troika Germany GmbH
PSI Nr.: 46311
www.troika.de

**EDLE SALATSCHALE**

blomus GmbH
PSI Nr.: 40774
www.blomus.com

DAS WEISSE GOLD

Vor gut 300 Jahren war es das absolute Luxusgut der Oberschicht, heute darf es in keinem Haushalt fehlen: Porzellan. Das weiße Gold besitzt eine lange Geschichte, die bis ins 7. Jahrhundert reicht. Die Chinesen entwickelten zuerst das edle Material, das aus dem feinen, weißen Gestein Kaolin besteht. Schnell erfreute es sich im eigenen Land großer Beliebtheit. Jedoch erst der Abenteurer Marco Polo brachte es von einer Fernreise mit nach Europa und weckte auch hier die Leidenschaft für feines Geschirr und Dekorationsobjekte aus dem hochwertigen Stoff. Jahrhundertlang blieb seine Herstellung ein streng gehütetes Geheimnis. Erst 1707 entwickelte man in Deutschland die chemische Rezeptur von Porzellan. Geburtsstätte ist die Stadt Meißen. Bis heute hat das zarte, aber trotzdem erstaunlich robuste Material nicht an Beliebtheit verloren. Das zeigt die große Anzahl an geschmackvollen Produkten, die die Branche bietet. Die folgende Auswahl wird Sie überzeugen.



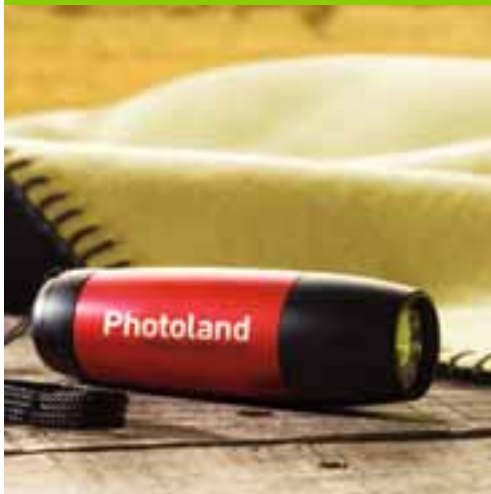
more than Gifts

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.

**DEKANTIERTRICHTER AUS EDELSTAHL**

blomus GmbH
PSI Nr.: 40774
www.blomus.com

**FORMSCHÖNER WEINVERSCHLUSS**

Emform GmbH & Co. KG
PSI Nr.: 47602
www.emform.de

**EDLE WEIN-HOLZBOX**

Mid Ocean Brands B.V.
PSI Nr.: 40641
www.midoceanbrands.com

**MULTIFUNKTIONALES KELLNERMESSER**

reeko design gmbh & co. kg
PSI Nr.: 46261
www.reeko.com

GENUSS PUR

Er ist eines der ältesten Wirtschafts- und Kulturgüter Europas: der Wein. Schon seit Jahrhunderten wird er kultiviert und veredelt. Ständig wächst das Wissen im Weinanbau wie in der Kellereiwirtschaft. Es bringt neue und interessante Ergebnisse hervor, zumal die Winzer inzwischen ganz auf Qualität setzen. Wein gibt es heute für fast jeden Geschmack und für jedes Portemonnaie. Ob italienischer Chianti, französischer Bordeaux oder deutscher Riesling – sie alle stehen für Genuss und Lebensfreude. Neuerdings quittieren Mediziner dem maßvollen Weingenuss eine positive Wirkung auf die Gesundheit, denn die im Rotwein enthaltenen Tannine sollen eine antioxidante Wirkung haben. Wein ist also in zweierlei Hinsicht positiv besetzt. Kein Wunder also, dass auch Werbetreibende auf Wein sowie das Zubehör rund um den guten Tropfen setzen. Denn mit einem erlesenen Wein drückt das werbende Unternehmen seine besondere Wertschätzung gegenüber Kunden und Mitarbeitern aus. Darüber hinaus schafft das in Ruhe genossene Gläschen bindende Emotionen wie Freundschaft und positive Erinnerungen.

The Evolution

DS3.1 A NEW LEVEL OF PREMIUM REPRESENTATION.



Elegant. Optimiert. Anspruchsvoll.

Der **DS3.1** ist die elegante Evolution des **DS3** mit kräftigerem Gehäuse und einem noch großzügigeren Clip, mit eigener Premium-Farbpalette und einem besonders leichtgängigen Drehmechanismus. **DS3.1**, ein stolzes Qualitäts-Statement.



QUALITÄTSMANAGEMENT

RISIKEN MINIMIEREN

Neben strategischem, wirtschaftlichem Handeln und vorausschauender Personalpolitik ist die Qualität von Produkten und Dienstleistungen entscheidend für den Unternehmenserfolg. Aus Profitgier oder Unkenntnis wird Qualitätssicherung oft vernachlässigt, die Risiken möglicher Produktmängel werden verdrängt. Unser Leitfaden in mehreren Teilen zeigt Ansätze für bewusstes Qualitätsmanagement auf.

Wer Waren oder Dienstleistungen bestellt, geht immer davon aus, dass diese vereinbarungsgemäß geliefert oder ausgeführt werden. Geschieht dies nicht entsprechend, spricht man von einem Mangel. Der Mangel ist ein zentraler Begriff im Recht der Leistungsstörungen bei verschiedenen Vertragstypen, insbesondere im Kaufrecht, Mietrecht und Werkvertragsrecht (siehe dazu § 434 BGB). In erster Linie wird hier unter Mangel die tatsächliche Funktion, Handhabung oder Beschaffenheit gesehen (Gebrauchstauglichkeit oder Lebensdauer). Der Begriff „Qualitätsmangel“ schließt allerdings weitere Bereiche ein, etwa die gesetzlichen Bestimmungen für das Inverkehrbringen von Produkten und Geräten (Sicherheit, elektromagnetische Verträglichkeit, chemische Schadstofffreiheit etc.). Kunden gehen also nicht nur von der vereinbarungsgemäßen Lieferung aus, sondern auch davon, dass diese Güter die gesetzlichen Anforderungen erfüllen und problemlos in Verkehr gebracht oder weiterverkauft werden können.

QUALITÄTSMÄNGEL HABEN VIELE URSACHEN

Es gibt jedoch viele Faktoren, die sich negativ auf die Produktsicherheit und Produktqualität auswirken können:

- Fokussierung des Herstellers, Inverkehrbringers auf rein wirtschaftliche und monetäre Ziele
- Unkenntnis und Vernachlässigung der gesetzlichen Pflichten
- Fehlendes Pflichtbewusstsein und Moral
- Fehlendes Sicherheits- und Qualitätsverständnis
- Mangelnde fachliche Qualifikation

Aufgrund der immer kürzeren Produktlebenszyklen ist die Entwicklung neuer Produkte für ein Unternehmen sehr wichtig. Weniger Zeit für die Planung kann dazu führen, dass auf die Qualität erst ganz zum Schluss geachtet wird. Dann auftretende Probleme werden zu spät erkannt und oft nicht mehr behoben, um den geplanten Termin einzuhalten. Deshalb wird das integrierte Qualitäts- und Risikomanagement immer wichtiger, um eine schnelle Umsetzung neuer Produktkonzepte zu gewährleisten – mit minimiertem Risiko.

GESAMTE WERTSCHÖPFUNGSKETTE BETROFFEN

Grundsätzlich beginnt Qualitäts- und Risikomanagement am Anfang der Wertschöpfungskette, also bereits dann, wenn sich der Einkäufer Gedanken über die Umsetzung des neuen Produktkonzeptes macht. Wie zum Beispiel bei der Aufnahme eines neuen Artikels ins Sortiment. Hierbei ergeben sich neben der wirtschaftlichen Kalkulation folgende Fragestellungen nebenstehenden (siehe Kasten).

Natürlich ergeben sich noch weitere Fragestellungen, die bei der Erstellung eines Qualitätssicherungskonzeptes zu beachten sind. Die Erfahrung zeigt leider, dass viele Unternehmen sich fast ausschließlich mit den wirtschaftlichen Fragestellungen beschäftigen und Produktsicherheit und Produktqualität vernachlässigen. Dass hierbei gesetzliche Pflichten ignoriert und sogar

QUALITÄTS- UND RISIKOMANAGEMENT

Einführende Fragestellungen für Unternehmen

- Welche Zielgruppe möchte ich erreichen, wer ist Auftraggeber?
- Welche Qualitätsanforderungen hat meine Zielgruppe, mein Auftragsgeber?
- Welche gesetzlichen Bestimmungen gelten im Zielmarkt?
- Kenne ich die gesetzlichen Bestimmungen?
- Welche Qualitätsanforderungen stelle ich selbst an mein Produkt?
- Kann mein Lieferant / Hersteller eine definierte Menge und Produktqualität in der vorgegebenen Zeit liefern?
- Ist mein Lieferant überhaupt in der Lage, definierte Produktqualität zu liefern?
- Unter welchen Bedingungen wird mein Produkt hergestellt?
- Ergibt sich der günstige Preis durch die Vernachlässigung von sozialen Faktoren (Mitarbeiter, Umwelt)?
- Ergibt sich der günstige Preis durch die Vernachlässigung von Produktsicherheit und Qualität?
- Ist mein Unternehmen, meine Bestellmenge, meine Chargengröße für meinen Hersteller / Lieferanten überhaupt interessant und ist mein Lieferant gewillt, auf meine Qualitätsvorgaben einzugehen (oder bin ich als Kleinstkunde uninteressant)?

bewusst und mit krimineller Energie umgangen werden, kommt leider immer wieder vor – auch unter PSI Mitgliedern. Der Kunde oder der Verbraucher, dem bewusst ungeprüfte Produkte angeboten werden, ist hierbei der Leidtragende.

QUALITÄTSSICHERUNG LOHNT SICH

Die Entwicklung und Implementierung eines Qualitätssicherungskonzeptes ist kein Hexenwerk und auch kein übersteuertes Unterfangen. Natürlich muss man am Anfang Zeit und Energie investieren und natürlich ergeben sich auch zusätzliche Kosten.

Diese sind aber im Gegensatz zu Rückrufrufen, Strafen und Kundenverlust aufgrund von mangelhaften Produkten planbar und absetzbar. Die Grundlage des Qualitätsmanagements besteht darin, Qualitätsziele zu setzen und Tätigkeiten und Werkzeuge zu implementieren, die eine Überprüfung und Umsetzung der Qualitätsziele ermöglichen. Im Folgenden werden wir auf einzelne Bausteine und Werkzeuge von Qualitätssicherungskonzepten eingehen, die in Kombination zu einem individuellen Qualitätsmanagement genutzt werden können.

WERKZEUGE DER QUALITÄTSSICHERUNG (TEIL 1)

DOKUMENTENPRÜFUNG UND TECHNISCHE DOKUMENTATION

Der Begriff „Technische Dokumentation“ bezeichnet die anwender- und zielgruppengerechte Aufbereitung produktbezogener Sachverhalte für verschiedene Zwecke. Die Technische Dokumentation liefert Informationen zu den jeweiligen Produkten (zum Beispiel Haushaltsgeräte, Elektrotechnik, Maschinenbau) und wird meistens für eine vorher definierte Ziel-

gruppe optimiert. Sie hat auf der einen Seite die Aufgabe, Benutzern das Produkt verständlich zu machen und zugleich die Informationen bedarfsgerecht zu präsentieren. Auf der anderen Seite soll sie die Einhaltung von Anforderungen durch wissenschaftlich erhobene Daten belegen (Prüfberichte, Bestätigungen) – etwa gegenüber Aufsichtsbehörden, Zöllen etc.

DOKUMENTATION ALS FRÜHWARNINDIKATOR

Eine von Anfang an korrekt geführte Technische Dokumentation dient als Frühwarnindikator und begleitet somit das gesamte Produktleben: von der Produktidee und -entwicklung über die Produktion, Verschiffung und Vermarktung bis hin zur Entsorgung. Je früher Kontrollpunkte gesetzt wer-

den, desto größer ist der Handlungsspielraum, um Abweichungen von Soll-Zielen zu beseitigen.

Bei der Technischen Dokumentation ist besonders auf die Vollständigkeit, Plausibilität und Gültigkeit der Berichte und Nachweise zu achten. Durch die verschiedenen gesetzlichen sowie Kundenanforderungen ist eine große Anzahl an Nachweisen notwendig und diese sind für jede Produktgruppe unterschiedlich.

Bei der Technischen Dokumentation ist zu beachten, dass die Dokumente dem jeweiligen Produkt eindeutig zugeordnet werden können und das die verwendeten Prüfmethoden, Standards oder angewendeten Richtlinien, Verordnungen und Gesetze auch für das Produkt anwendbar sind bzw. angewendet wurden. Die Überprüfung der Technischen Dokumentation ist der erste und kostengünstigste Schritt einer Qualitätssicherung. Fallen hierbei bereits Unregelmäßigkeiten auf und werden auf Anfrage keine zusätzlichen Dokumente vom Hersteller oder Lieferanten zur Verfügung gestellt, ist vom Kauf des Produktes abzuraten.

ABLAUF DER DOKUMENTENPRÜFUNG

Die Überprüfung der Technischen Dokumentation (Dokumentenprüfung) erfolgt nach festgelegten Spielregeln und Fragestellungen:

- Welche Dokumente benötige ich zur Bestätigung der Verkehrsfähigkeit meines Produktes?
- Sind die mir zur Verfügung gestellten Dokumente vollständig und gültig?
- Handelt es sich bei den Dokumenten um Eigenerklärungen vom Hersteller/Lieferant oder um Prüfberichte, Zertifikate von seriösen Prüfinstituten?
- Verstehe ich den Inhalt der Dokumente, akzeptiere ich Zertifikate von Herstellern/Lieferanten, die ich nicht lesen kann (Fremdsprache)?

Die großen Retail-Unternehmen haben längst erkannt, dass eine genaue Dokumentenprüfung bereits die Spreu vom Weizen trennt und fordern, schon bevor sie Waren annehmen, nach festgelegten Regeln Dokumente von ihren Lieferanten, die

BEISPIEL EINER TECHNISCHEN DOKUMENTATION: CE-KONFORMITÄTSERKLÄRUNG

- Nachweis der chemischen Sicherheit:
PAK, Nonylphenole, Phthalate, RoHS, Reach, DMF, LFGB etc.
- Nachweis der elektrischen und mechanischen Sicherheit:
Produktdatenblatt, EMV-Nachweise, Material-Nachweise, Schaltpläne, Konstruktionszeichnungen, Sicherheitsprüfbericht inkl. Liste der Bauteile
- GS-Zertifikat: Hersteller, Inverkehrbringer
- Typenschild
- WEEE-Registrierungsunterlagen
- Vorgaben für Reparatur und Wartung
- Nachweis zur Einhaltung der Verpackungsrichtlinie (92/64/EG)
- Energieeffizienz-Nachweis
- Bedienungsanleitung

die Konformität bestätigen. Unternehmen wie Intertek sind akkreditiert, die Dokumentenprüfung durchzuführen und Konformitätsbescheinigungen auszustellen.

HÄUFIGE PROBLEME

Bei diesen von Intertek durchgeführten Dokumentenprüfungen lässt sich leider feststellen, dass etwa 25 Prozent der eingereichten Dokumente die Verkehrsfähigkeit der Produkte NICHT bestätigen können. Folgende Probleme ergeben sich häufig bei Dokumentenprüfungen:

- Dokumente sind nicht vollständig, es fehlen Prüfberichte
- Dokumente und geprüfte Normen sind veraltet
- Das Produkt geht in die EU, es wurde aber nach US-Normen geprüft
- Prüfberichte sind nicht lesbar, der chinesische Lieferant hat Prüfberichte in Landessprache geliefert
- Prüfberichte sind unvollständig
- Prüfberichte wurden manipuliert
- GS-Zertifikate chinesischer Lieferanten sind veraltet, Normen haben sich geändert
- Der EU-Inverkehrbringer benötigt ein GS-Zusatzzertifikat

Die Dokumentenprüfung ist der Grundstein einer pragmatischen und sinnvollen Qualitätssicherung. Intertek bietet als unabhängige Instanz eine Prüfung der Technischen Dokumentation an, um im Vorfeld die Qualität der Lieferanten darzustellen und Sicherheits- und Qualitätsprobleme zu

identifizieren. Die Dokumentenprüfung garantiert natürlich nicht endgültig die Produktsicherheit und Produktqualität, unterstützt aber die Entscheidungsfindung beim Produktkauf. Ein Lieferant/Hersteller, der nicht in der Lage ist, diese erste Hürde eines Qualitätssicherungskonzeptes zu überwinden und wenigstens seine gesetzlichen Verpflichtungen und zu dokumentieren, wird kein seriöser Geschäftspartner sein. Oder übernehmen Sie die Verantwortung für Ihren Lieferanten? <

Weitere Informationen und Beratung bei der Zusammenstellung von geeigneten und individuellen Qualitätssicherungskonzepten:

Intertek Holding Deutschland GmbH
Stangenstraße 1
D-70771 Leinfelden-Echterdingen

Cameron Burns
Manager Customer Service
Customer.care@intertek.com
Tel.: +49 711 27311-152

30

:: JAHRE ::

*Werbewirkung
schmeckt!*

Phantastische Jubiläums-Neuheiten 2011



Alpenmilch-
Schokolade von
Kraft Foods



NEU

**NE ORDENTLICHE
PROMOTION!**

Jubiläums-Neuheit Nr. 1:
SUPER-MAXI-Schokoladentafel „Individuell“
40g Alpenmilch-Schokolade von Kraft Foods.
Auf diesen und die folgenden Jubiläums-Artikel
erhalten Sie **phantastische Sonderkonditionen!**

Wir informieren Sie gerne!

Vertriebs-Hotline: 0 76 43/801-25, -26



www.kalfany-suesse-werbung.de

KOSTENLOSER EXCEL-JAHRESPLANER

ALLES AUF EINEN BLICK

Mit einem Excel-Jahresplaner für die Jahre 2011 bis 2013 stellt das Gründer-Portal gruendungszuschuss.de ein nützliches Tool für Unternehmer bereit. Mithilfe des kostenlosen Kalenders lassen sich unter anderem Urlaubszeiten, Workshop-Termine, Geschäftsreisen und Messebesuche sowie längere Projekte planen und übersichtlich darstellen. Bei Bedarf kann der fertige Jahresplaner auf einer DIN A4-Seite ausgedruckt werden. Er funktioniert auf jedem gängigen Betriebssystem. Einzige Voraussetzung ist eine Excel-kompatible Tabellenkalkulation. Der Jahresplaner steht unter www.gruendungszuschuss.de kostenlos zum Download bereit. <

NEUREGELUNG FÜR .DE-DOMAINS

INTERNET-ADRESSEN JETZT AUCH MIT „ß“ ERHÄLTlich

In Internet- und E-Mail-Adressen kann nun auch der Buchstabe „ß“ verwendet werden. Das teilte der Hightech-Verband Bitkom auf seiner Internetseite mit. Bisher musste in Internet-Adressen das „scharfe



S“ durch ein doppeltes S ersetzt werden. Durch die Neuregelung bietet sich für Branchenteilnehmer die Möglichkeit, ihre gewünschte E-Mail-Adresse und ihre Wunschadresse für die eigene Website zu erhalten. Mit der Änderung will man das Internet besser an den deutschen Sprachraum anpassen. Der Bundesverband weist jedoch darauf hin, dass Domains mit „ß“ in der internationalen Kommunikation ein Problem darstellen können. Tastaturen außerhalb des deutschen Sprachraums verfügen in aller Regel nicht über eine „ß“-Taste. <

TREND

LUXUS IST WIEDER DER RENNER

Der Luxusmarkt boomt wieder und ist auf seinen gewohnt starken Wachstumskurs zurückgekehrt. Nach einem kräftigen Dämpfer erholt sich das Geschäft von der Wirtschaftskrise schneller als erwartet. Wie die Boston Consulting Group (BCG) aufzeigt, erzielten die Branchen im Vorjahr weltweit ein Umsatzplus von mehr als 15 Pro-



zent. Inclusive Luxusautos und Reisen erreichte der Markt damit ein globales Volumen von 960 Milliarden Euro. Mit rund 270 Milliarden Euro geben die Verbraucher das meiste Geld im Bereich Luxus für Reisen und Hotels aus, gefolgt von Autos der Premiumklasse mit 250 Milliarden Euro. Die Ausgaben für hochwertige technische Produkte wie etwa Smartphones liegen bei 100 Milliarden Euro. Dahinter folgen Uhren und Schmuck, Mode und Lederwaren sowie Kosmetika und Parfüm. Zu den sechs Hauptmärkten für die Luxuskonzerne zählen Europa, die USA, Russland, Japan, China und Brasilien. <

TIPPS FÜR DAS ERFOLGREICHE KOMMUNIZIEREN IM WEB 2.0

BITKOM VERÖFFENTLICHT SOCIAL-MEDIA-LEITFADEN

Für Unternehmen, die sich für das Web 2.0 fit machen wollen, stellt der Hightech-Verband Bitkom einen kostenlosen Social-Media-Leitfaden bereit. Die Publikation zeigt Schritt für Schritt, was auf dem Weg in die sozialen Medien zu beachten ist. Zahlreiche Beispiele führender Unternehmen aus verschiedenen Branchen und eine Checkliste unterstützen bei einem professionellen Vorgehen, von der Ist- und Potenzialanalyse über die Zielplanung, Strategieentwicklung, Implementierung und Evaluation. Der Leitfaden informiert zudem über Verhaltensrichtlinien für Mitarbeiter in sozialen Netzwerken. Die Publikation „Leitfaden Social Media“ steht unter www.bitkom.org zum kostenlosen Download bereit. <



MESSEWIRTSCHAFT

BEDEUTUNGSZUWACHS FÜR MESSEN

Für deutsche Unternehmen hat die Messe im Kommunikations-Mix an Bedeutung gewonnen. Das geht aus der AUMA-Messe Trend 2011 hervor, einer repräsentativen Umfrage des Marktforschungsinstituts TNS-Emnid im Auftrag des AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft. Demnach bewerten 84



Prozent der 500 befragten Unternehmen Messen in der B-to-B-Kommunikation als wichtig oder sehr wichtig. Vor einem Jahr lag dieser Wert noch bei 83 Prozent, vor zwei Jahren bei 81 Prozent. Vor der Messe steht allein die Präsenz im Internet (89 Prozent). Instrumente wie der Außendienst oder das Direct Mailing rangieren hinter den Messen (79 beziehungsweise 54 Prozent). Vor diesem Hintergrund erwartet der AUMA für 2011 eine positive Entwicklung der Aussteller- und Besucherzahlen in Deutschland. <

ÖKOBAROMETER 2010

BIO-PRODUKTE WEITERHIN BELIEBT

Bio-Produkte werden in der Werbeartikelbranche gerne angeboten. Dass die gesunden Artikel im Trend liegen, zeigt das Ökobarometer 2010, das das Marktforschungsinstitut TNS Emnid im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) erstellt hat. Danach ist der Bio-Konsum der Deutschen im Vergleich zur letzten Befragung leicht gestiegen: Kaufte 2008 noch 17 Prozent häufig beziehungsweise ausschließlich Bio-Lebensmittel, waren es im Jahr 2010 über 20 Prozent. Laut der Studie sind eine artgerechte Tierhaltung, geringe Schadstoffbelastung sowie die regionale Herkunft der Produkte ausschlaggebend für den Kauf der Öko-Produkte. Auch die Einhaltung hoher Sozialstandards wird deutschen Bio-Konsumenten immer wichtiger. Knapp die Hälfte aller im Rahmen der Studie befragten Bio-Käufer gab an, dass Prinzipien wie die gerechte Entlohnung von Erzeugern oder faire Arbeitsbedingungen ihre Kaufentscheidung für Bio-Produkte positiv beeinflussen. Dies entspricht einem Anstieg von elf Prozent gegenüber der letzten Ökobarometer-Umfrage im Jahr 2008. „In dieser Steigerung spiegelt sich offenbar ein gesamtgesellschaftlicher Trend wider. Die Konsumenten scheinen sich stärker für die Erzeugungs- und Verarbeitungsgeschichte, die hinter einem Produkt steckt, zu interessieren“, so Elmar Seck von der Geschäftsstelle Bundesprogramm Ökologischer Landbau (BÖL) in der Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (BLE). Nach Einschätzung der Studien-Autoren wird der Bio-Trend auch in Zukunft anhalten. Für die Studie wurden rund 1000 Bundesbürger zu ihrem Konsumverhalten bei Bio-Lebensmitteln befragt. <



BVR-PROGNOSE

AUFSCHWUNG SETZT SICH WEITER FORT

Die deutsche Wirtschaft wächst weiter. Das prognostiziert der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) in seinem aktuellen Konjunkturbericht. Der BVR rechnet 2011 mit einem Anstieg der Wirtschaftsleistung von 2,2 Prozent. „Die deutsche Konjunktur bleibt im Aufwind, der Antrieb wird aber schwächer ausfallen“, so Dr. Andreas Martin, Vorstandsmitglied des BVR. Ausschlaggebend für das langsamere Wachstumstempo in den kommenden Monaten seien geringere Impulse des



Auslandsgeschäfts. Der Beitrag der Binnennachfrage zum Wachstum werde demgegenüber an Bedeutung gewinnen. Maßgeblich hierfür seien die höhere Nachfrage nach Investitionsgütern und die zunehmenden Konsumausgaben der privaten Haushalte. Trotz der günstigen Konjunkturaussichten rät der BVR-Vorstandsvorsitzende, die konjunkturellen Risiken im Blick zu behalten. Es sei nicht auszuschließen, dass sich das deutsche Exportgeschäft angesichts des Auslaufens der Konjunkturprogramme und der Umsetzung der Maßnahmen zur Haushaltskonsolidierung in vielen Industriestaaten stärker abschwächt als erwartet. Mit einem Rückfall in die Rezession sei aber nicht zu rechnen. <



SCHREIBGERÄTE, BÜRO, KALENDER UNVERZICHTBARE WERBEGRÖSSEN

Sie sind und bleiben „spitze“. Denn wer denkt bei dem Begriff „Werbeartikel“ nicht sofort an Kugelschreiber? Diese direkte Assoziation ist verständlich, denn Kugelschreiber und Schreibgeräte sind weltweit die beliebtesten und deshalb auch am meisten verbreiteten Werbemittel.

Was so selbstverständlich erscheint, wird auch durch repräsentative Studien belegt: Die Werbemittelklassiker Schreibgeräte stehen in der Beliebtheitsskala und damit auch in puncto Werbewirkung an vorderster Stelle. Auch hier in der Werbeartikelbranche hat der alte Sinnspruch offenbar seine Gültigkeit: „Wer schreibt, der bleibt“ – oder in einer dem Anlass entsprechenden Abwandlung: Wer mit Werbeschreibern schreibt, dem bleibt die Botschaft im Gedächtnis. Eine weitere unverzichtbare Größe im weiten Feld gegenständlicher Werbung sind die Kalender. Je nach Variante mindestens zwölf Monate im Blickfeld des Nutzer, hat die mit dem Kalendarium übermittelte Werbebotschaft beste Chancen auf nachhaltige Wirkung. Ähnliches können auch Büroartikel bewirken, bringen sie zur bloßen Nützlichkeit auch den nötigen Pfiff sowie ein ansprechendes Design mit. Solche Produkte überzeugen durchs gelungene Miteinander ihrer Eigenschaften und bleiben damit garantiert lange in Gebrauch. Ein Querschnitt durchs aktuelle Angebot der drei Produktgruppen unseres Titelthemas erwartet Sie auf den kommenden Seiten. <



GLOBAL PLAYER

Die ganze Welt in den Händen halten – mit dem Schreibset Intercontinental von Topico ist das jetzt möglich. Das weltgewandte Duo besteht aus einem Kugelschreiber und einem Tinteroller, beide chromglänzend und im Design einmalig. Das charakteristische Weltkartenraster verleiht den hochwertigen Schreibgeräten einen Hauch von Exklusivität. Weltweite Erfolgsgeschichte schreibt der Tintenroller Schwarz auf Weiß. Für ein blaues Schriftbild zeichnet der Kugelschreiber verantwortlich. Das interkontinentale Schreibset wird von Topico in einer Box geliefert, versehen mit einer Metall-Applikation für Werbeanbringungen.

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

UNVERWECHSELBARES DESIGN

Individuell, innovativ und zugleich praktisch, mit diesen Attributen lässt sich der Drehkugelschreiber Stabilo myclip kurz, aber prägnant beschreiben. Hervorstechend ist der originelle Clip, der dem Schreibgerät im typischen Stabilo-Look zur Einzigartigkeit verhilft und für einen sicheren Halt sorgt. In der Basisversion ist der außergewöhnliche Stift in vier Varianten und je acht attraktiven Farben zu haben. Schon ab 5000 Stück können Pantonefarben individuell kombiniert werden. Drei Druckflächen bieten ausreichend Platz für Werbeanbringungen. Auf der Website des Herstellers Schwan-Stabilo kann mit dem Online-Konfigurator das optimale Design selbst kreiert werden.

43287 • Schwan-Stabilo Promotion Products GmbH & Co. KG • Tel +49 911 5673415
service@stabilo-promotion.com • www.stabilo-promotion.com



KARTENHALTER MIT KNAUTSCHZONE

Der Visitenkartenhalter Little Man von Inspirion bringt Optimismus und gute Laune in jedes Büro, denn der kleine Geselle mit dem lustigen Gesicht nimmt nichts krumm. Sogar wenn man ihn auf dem Boden wirft, steht er sofort wieder auf und lacht dabei. So bleibt die wichtige Notiz oder eine Visitenkarte immer im Blickfeld. Und wenn der Stress mal wieder zu groß wird, lässt sich Little Man nach Belieben kneten, knuddeln oder boxen, er bleibt dabei immer in Form. Mehr Informationen über den originellen Visitenkartenhalter finden sich im aktuellen Katalog PromotionTops von Inspirion.

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



GUT WETTER

Im puristischen Design mit schlanker Silhouette präsentiert sich die Wetterstation Pure von TFA Dostmann. Flacher geht es beinahe nicht mehr, denn mit nur 9,5 Millimetern Dicke gehört der Artikel zu den Highlights unter vergleichbaren Produkten. Auch das Design ist exklusiv: hochglänzendes Acryl kombiniert mit einer schwarz gebürsteten Aluminiumfront. Pure gibt es in drei Varianten, die sich in der Ausstattung der Funktionen unterscheiden. Die Übertragung der Außenparameter erfolgt über Funk. Alle Werte lassen sich auf einem Blick auf dem übersichtlichen Display schnell und zuverlässig ablesen. Die Wetterstation kann auf dem Tisch aufgestellt oder an der Wand aufgehängt werden.

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

KALENDER MIT TRADITION

Der Neuwieder Kalender Verlag setzt weiterhin ganz bewusst auf traditionsreiche Kalenderprodukte wie zum Beispiel auf den Tischquerkalender Contacta. Dieser bietet auf jeweils zwei Seiten pro Woche genügend Raum für Notizen und ermöglicht stundengenaue Terminplanungen von 7.00 Uhr morgens bis 19.00 Uhr abends auf insgesamt 132 Seiten. Das Kalendarium ist dreisprachig (D/GB/F) und in den Farben Rot/Basaltschwarz oder Blau/Basaltschwarz erhältlich. Nationale und internationale Feiertage oder Messetermine stehen auf einen Blick zur Verfügung. Die angebotenen Einbandvarianten ermöglichen die Umsetzung vieler individueller Gestaltungs- und Veredelungswünsche.

48129 • Velten & Roman Neuwieder • Kalender Verlag GmbH • Tel +49 2634 9406060
info@neuwieder-kalender-verlag.de • www.neuwieder-kalender-verlag.de



PERFEKTES MARKETINGKONZEPT

Die Karl Knauer AG bietet mit „Verida“ eine 3-in-1 Systemlösung für Produkt- und Markenschutz, Track & Trace und Marketing. Über einen 2D-Barcode oder ein NFC/RFID-Chip können die unterschiedlichsten Aktionen aktiviert werden. Es lassen sich Gewinnspiele, Servicedienste, E-Commerce, Informationen und vieles mehr hinterlegen. Der Erfolg der Aktion lässt sich direkt analysieren. Besonders interessant ist die Möglichkeit, hinter der Marketingaktion unsichtbar oder sichtbar für den Verbraucher gleichzeitig eine Echtheitsprüfung zu vollziehen. Die Kombination eines Notiz-Werbemittel von Karl Knauer mit einem Verida-Code eröffnet nahezu grenzenlose Möglichkeiten. Karl Knauer realisiert das Gesamtkonzept aus einer Hand mit allen IT-Dienstleistungen und Sicherheitsprozessen im eigenen ERP-System. Mehr unter: www.verida.de

41794 • Karl Knauer KG • Tel. +49 7835 782-0
info@karlknauer.de • www.karlknauer.de



uma®

Die Handschrift
der Werbung

PEPP



GRUPPE DREI® 0211



PEPP

www.uma-pen.com

uma Schreibgeräte
Ullmann GmbH
Fritz-Ullmann-Weg 3
D-77716 Fischerbach

Jetzt Muster anfordern unter www.uma-pen.com/pepp!
Order your sample now directly at www.uma-pen.com/pepp!



FÜR GLOBETROTTER

Allen, die der Welt mit Offenheit und Aufgeschlossenheit gegenüberstehen, sollte der neue Metall-Kugelschreiber von Troika besonders gut gefallen. Das hochwertige Schreibgerät zeigt sich im exklusiven Design in Schwarz-Silber mit geprägter Weltkarte. Das schwarze Schriftbild stammt von der bewährten Troika-easyFlow-Mine (made in Germany). Die Lieferung erfolgt in einer schwarzen Metallbox inklusive Ersatzmine. Ein erfahrenes Team steht bei Troika bereit, um bei der Umsetzung von Werbeaussagen mit Rat und Tat behilflich zu sein.

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

FILZ ALS EYECATCHER

Wer ein Notizbuch mit auffällender Optik sucht, findet bei der TRIK GmbH eine Alternative. Das Cover des Ringbuches besteht aus Filz, der in sieben Standardfarben zur Auswahl steht. Ein Kundenlogo wird wunschgemäß eingestanzt, auch die Ringbindung lässt sich Kundenwünschen anpassen. Im Inneren des DIN-A5-Buches befinden sich 100 Blatt, die zusätzlich zum Einband per Offsetdruck individualisiert werden können. Mit dem Ringbuch aus Filz ist garantiert für Aufmerksamkeit gesorgt.

45741 • TRIK Produktionsmanagement GmbH • Tel +49 30 81456320
info@trik.de • www.trik.de



ZETTELWIRTSCHAFT ADE

Auf ein Highlight im Bereich Monatskalender verweist Kaai Kalender mit seinem neuen Produkt Chart A65. Bei dieser Innovation handelt es sich um einen Drei-Monats-planer, der ein zusätzliches Blatt für Notizen aufweist. Dieses Wochenblatt bietet Raum für alle Memos, auf die es ankommt. Damit ist Schluss mit der nervigen Zettelwirtschaft, alle Informationen bleiben beieinander und im Blickbereich. Werbeaussagen können auf der gesamten Fläche des Kalenders aufgedruckt werden.

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

TFA**AVENUE
SOLAR GARTENTHERMOMETER**

ANZEIGE DER UHRZEIT



TEMPERATUR



HÖCHSTWERTE



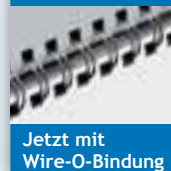
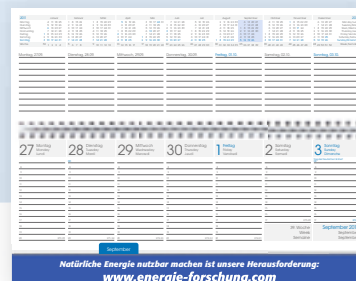
TIEFSTWERTE



SOLARBELEUCHTUNG

**TFA DOSTMANN GMBH + CO. KG**D-97877 WERTHEIM-REICHOLZHEIM
TELEFON 0 93 42 - 308 0WWW.TFA-DOSTMANN.DE
INFO@TFA-DOSTMANN.DE**kaai**
KALENDER**Werbung im Zeichen der Zeit!**

Werbekalender 2012

NEU ✓Monatsplaner
mit Werbefußleiste▲ 3-Monatsplaner
"Middle" B58F**NEU:**Monatsplaner
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 OstfildernFon: +49 (0)711 530608-0
Fax: +49 (0)711 530608-29info@kaai-werbekalender.de
www.kaai-werbekalender.de



ERFOLGREICHE FUSION

Eine sinnvolle Fusionierung von Klemmbrett und Schreibmappe vermeldet die team-d GmbH. Der schwarz-schwarze Materialmix führt zu einem dezenten und trotzdem modernen Design. Eine bärenstarke Klemmleiste, mehrere Einsteckfächer und die sinnvoll angebrachte Schlaufe für das Schreibgerät machen die Klemm-Mappe zu einem starken Partner in allen Situationen, wo es etwas zu notieren gibt. Das Produkt ist lieferbar mit Standardblock (30 Blatt liniert) oder mit deutschem Block (50 Blatt kariert).

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

POLE POSITION

Mit dem Bilderrahmen Profile Racer von Troika kommen das Rennfieber und die Sehnsucht nach heulenden Motoren, Geschwindigkeit und Benzingeruch auf den Schreibtisch. Doch nicht nur das, auch das Lieblingsfoto vom vergangenen Urlaub oder von einem lieben Menschen wird von dem kleinen Boliden sicher fixiert und im Blickfeld gehalten. Und das auf magnetische Weise, denn sowohl der Rahmen für maximale Bildgrößen von 9x13 Zentimetern, als auch der stilisierte Rennwagen sind aus Edelstahl-Metallguss. Die glänzende Verchromung unterstreicht die Dynamik des sportlichen Duos zusätzlich.

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



WAHRER TRENDSETTER

Dachte man vor Jahren beim Begriff Schreibutensilien noch an hochwertige Füller, elegante Bleistiftsets oder Marken-Kugelschreiber, so hat sich das Bild vor allem durch den Einsatz der Elektronik entscheidend gewandelt. Heutzutage wird auf Notebooks geschrieben, werden Daten auf der Festplatte, USB-Sticks oder CDs gespeichert und Nachrichten als Mails verschickt. Diesem Trend folgend bietet Eurostyle eine ganze Palette an Business-Artikeln an, die zur Unterstützung der modernen Kommunikation erschaffen wurden. Da gibt es elegante USB-Stick-Etuis, CD-Mappen, Mousepads und Laptopaschen ebenso wie traditionelle Schreibunterlagen aus Echtleder, Stifteköcher oder Notizzettelboxen. Diese sind aufeinander abgestimmt und bieten neben Funktionalität und Alltagstauglichkeit ein Höchstmaß an Ästhetik.

41857 • Eurostyle – Emil Kreher GmbH & Co. • Tel +49 921 789520
info@eurostyle.eu • www.eurostyle.eu



FROM TORINO • ITALIAN DESIGN CAPITAL

Nach dem riesigen Erfolg von
BARON kommt ein **neuer**
Werbekugelschreiber: **DUCAL**.
Noch **wettbewerbsfähiger**
und **erfolgreicher**.

element

DUCAL
The Stilolinea evolution

PSI Düsseldorf
12.-14.01.2011

PTE Mailand
19.-21.01.2011

EXPO RECLAM Madrid
15.-17.02.2011



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

**ALL
YOUR
PEN** 
STILOLINEA



JA, IST DENN SCHON OSTERN?

Statistisch kommt es nur alle 100 Jahre vor, dass Ostern auf den zweitspätesten Termin, also auf den 24. April fällt. In diesem Jahr ist es wieder so weit, Grund genug, schon jetzt nach passenden Kalendern Ausschau zu halten. Die CD-Lux GmbH hat eine ganze Kollektion an witzigen Artikeln im Angebot, die sich als Überbringer einer Werbeaussage in Form eines Ostergrußes bestens eignen. Die Kalender können schon ab 100 Stück individuell bedruckt werden. CD-Lux bietet dem Werbemittelhandel einen kostenlosen Service für Layoutvorschläge. Muster und Kataloge können ab sofort angefordert werden.

45452 • CD-Lux GmbH • Tel +49 9971 85710

info@cd-lux.de • www.cd-lux.de

IN DER KÜRZE LIEGT DIE WÜRZE

Den bekannten und beliebten Shorty Fallminenstift von Wörther gibt es ab sofort auch in Lila! Damit steht er nun auch in der angesagtesten Trendfarbe zur Verfügung. Der Artikel eignet sich als Vermittler von Werbebotschaften besonders gut für Zielgruppen aus Industrie und Handwerk, für Architekten, Grafiker und Künstler. Denn Shorty schreibt auf fast allen Materialien wie Metall, Holz, Kunststoff, Beton, Glas und natürlich auch auf Papier und Pappe. Der Clou: Es muss nicht nachgespitzt werden!

42394 • Wörther GmbH • Tel +49 7221 634 31

info@woerther.de • www.woerther.de



NATÜRLICH HOLZ!

Kaum ein anderer Werkstoff steht so für Natur und Umwelt wie Holz. Kein Wunder also, dass sich die Designer der e+m Holzprodukte GmbH immer wieder von den natürlichen Formen und Farben dieses Materials inspirieren lassen. Das zeigt zum Beispiel die Serie motus sehr deutlich. Ob Kugelschreiber, Druckbleistift oder Verlängerer, die Produkte gefallen durch Ästhetik und Eleganz und erzielen maximale Wirkung beim Empfänger. Alle Artikel dieser Serie sind „made in Germany“ und zeichnen sich aus durch das geschwungene Design, die markante Maserung des Oliven- und Räuchereichenholzes und die geschmeidigen Oberflächen aus natürlichen Wachsen.

42200 • e+m Holzprodukte GmbH • Tel +49 9181 297575

info@em-holzprodukte.de • www.em-holzprodukte.de



INDIVIDUELLE NOTE

Wer Tag für Tag im Büro arbeitet, verbringt eine Menge seiner Lebenszeit an diesem Ort und hat daher den Wunsch, die anonyme Arbeitsatmosphäre mit individuellen Accessoires so angenehm wie möglich zu gestalten. Hierfür empfiehlt Eurostyle seine stilvolle Kollektion Alba, bestehend aus aufeinander abgestimmten Artikeln. Da wären beispielsweise die elegante Schreibtischunterlage, das funktionelle Mousepad inklusive Rechner, Notizzettelbox und Stift und das stilvolle Schreibtischset mit Uhr, Stifteköcher, Brieföffner und Visitenkartenhalter zu nennen. Auf Wunsch können die praktischen Bürohelfer durch verschiedene Techniken individualisiert werden.

41857 • Eurostyle – Emil Kreher GmbH & Co. • Tel +49 921 789520
info@eurostyle.eu • www.eurostyle.eu



burger
swiss
pen®

Eine Marke der BURGERGRUPPE

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



welcome to quality:

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.“



swiss made



SCHENKEN MIT HERZ

Mit einigen Neuheiten wartet die CD-Lux GmbH auf, die nicht nur zum Valentinstag für Aufmerksamkeit sorgen. Ein echtes Highlight sind dabei die neuen Herz-Anhänger mit Schleifenband und süßem Schokoladenherz. Neu sind auch die Herz-Promo-Briefchen. Im Frischeblistert dieser süßen Grüße ist der Inhalt optimal geschützt, wodurch der Einsatz in Mailingaktionen möglich wird. Ein Präsent hat inzwischen geradezu Kultstatus erreicht: der Goldhase von Lindt und Sprüngli auf Werbekartonage mit Frischeblistert. Auch hier sorgen himmlische Schokoladengenüsse für positives Feedback. Alle Artikel werden ab 100 Stück individuell bedruckt.

45452 • CD-Lux GmbH • Tel +49 9971 85710
info@cd-lux.de • www.cd-lux.de

EXQUISITE DRUCKQUALITÄT

Büroausstattung mit individuellen Motiven in hochwertiger Fotoqualität, kurzfristig produziert, in kleinen Stückzahlen und trotzdem preiswert – das verspricht die heidemann plastik GmbH, Spezialistin für Schweißartikel aus PVC-Folie. Möglich wird dies durch eine brandneue digitale Druckmaschine, die Schreibtischunterlagen, Klemmmappen, Klemmbretter und Ringordner präzise und in exquisiter Qualität bedruckt. Vom einzelnen Logo bis hin zu vollständigen Bildern – alles ist möglich. Sogar Einzelpersonalisierungen können gefertigt werden.

41054 • heidemann plastik GmbH & Co. KG • Tel +49 521 970540
info@heidemann-plastik.de • www.heidemann-plastik.de



ÖKOLOGISCHER ANSPRUCH

Die Firma eco-promo, Spezialistin für innovative, faire Werbeartikel mit ökologischem Anspruch, präsentiert eine Zweitverwertung der besonderen Art: Steckkugelschreiber mit Gehäusen, die zu 100 Prozent aus wiederverwertbaren Materialien bestehen. Jeweils zu 70 Prozent wird recycelter Kunststoff eingesetzt. Die restlichen 30 Prozent stammen aus verschiedenen Bereichen. Beim Modell Tyre Stick Pen aus Altreifen, beim Denim Stick Pen aus Jeansstoff und beim Money Stick Pen sogar aus Banknoten. Die Schreiber mit der schwarzen Kappe bieten eine Werbefläche von 60 x 20 Millimetern. Eine überzeugende und nachhaltige Werbeidee für ökologisch bewusste Kunden und Geschäftsfreunde.

47503 • eco-promo GmbH • Tel +49 9369 980423
sales@eco-promo.eu • www.eco-promo.de



Die große Artenvielfalt.



Neues entdecken:

Für jede Anwendung und jeden
Anspruch den passenden
Stift – das zeichnet das
neue STAEDTLER Sortiment aus.

 **STAEDTLER®**
PROMOTIONAL PRODUCTS



IM WELTALL BEWÄHRT

Die berühmten, weltalltauglichen Fisher Space Pens können durch die Standardgraph Zeichentechnik GmbH jetzt auch in besonderer Ausführung geliefert werden: Bei einigen Modellen wurden nämlich verschiedenfarbige Swarovski-Kristalle am Schaftende appliziert. Selbstverständlich haben die so veredelten Modelle alle typischen Schreibeigenschaften der Fisher Space Pens: Die Mine schreibt über Kopf, auf fettigem Untergrund, bei minus 35 Grad und bei plus 120 Grad Celsius. Das heißt, auch die neuen Modelle können bei Weltraumflügen eingesetzt werden.

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



STARKE ERSCHEINUNG

Die Neuheit Delta von burgerswisspen kommt als modernes Schreibgerät daher, ausgestattet mit einer sachlichen, klaren Kontur. Der Kugelschreiber der Oberklasse hat das Zeug, durch seine ausgewogene Erscheinung zum begehrten Designobjekt zu werden. Drücker und Spitze sind aus massivem Metall gefertigt, das Mattchrom-Finish harmonisiert perfekt mit den seidenmatten Oberflächen. Der Clip ist dagegen hochglanzpoliert und liefert dadurch einen starken Kontrast. Daher kommt eine Werbebotschaft hier besonders gut zur Geltung. Die Großraummine schreibt sage und schreibe 6000 Meter.

45956 • burger pen AG • Tel +41 26 4959470
info@burgerpen.com • www.burgerswisspen.com



BÜROHELPER FÜR UMWELTBEWUSSTE

Seit Januar 2009 bietet eco-promo als kompetenter Partner von Wiederverkäufern ausgewählte Produkte für ökologisch interessierte Zielgruppen an. Dabei stehen konsequent nachhaltige Gesichtspunkte im Vordergrund. Auch Artikel aus Biokunststoffen befinden sich im Sortiment, wie beispielsweise der Bio-Stapler. Dieser besteht aus PLA (Polymilchsäure) und heftet bis zu vier Blätter aneinander – ohne Metallklammer! PLA steht herkömmlichen Kunststoffen aus fossilen Rohstoffen in nichts nach, ist aber vollständig biologisch abbaubar. Ein Aufdruck weist auf das innovative Material hin.

47503 • eco-promo GmbH • Tel +49 9369 980423
sales@eco-promo.eu • www.eco-promo.de

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 STICKS

USB-Sticks haben sich längst als attraktive Give-aways einen Namen gemacht. Aber nicht immer halten die Minispeicher das, was sie versprechen. Im Äußeren ähnlich, gibt es im Inneren manchmal gravierende Unterschiede. Diesem Manko begegnet die KMS GmbH mit ihren neuen Sticks, die bereits bei der Produktion von zertifizierten Kontrolleuren auf Herz und Nieren geprüft werden. Das Aufspielen der Daten findet in Deutschland unter Einhaltung aller aktuellen Sicherheitsbestimmungen statt. KMS entrichtet bei der Herstellung auch die gesetzliche Elektrokleingeräte-Abgabe. Daher müssen Kunden und Anwender mit keinen unangenehmen Nachzahlungen rechnen.

48108 • KMS Kafitz Medienservice GmbH • Tel +49 2234 99080
rk@kms.eu • www.kms.eu

SCHLICHTE ELEGANZ

Die klassische Schreibmappe ist auch im Zeitalter digitaler Datenverarbeitung nach wie vor beliebt, wissen die Verantwortlichen bei Bühring und bieten verschiedene Modelle an. Darunter findet sich eine Mappe, die durch ihre schlichte und doch elegante Erscheinung sofort gefällt. Das Modell mit dem Namen Bovo kommt ohne jeden Schnickschnack daher und ist in den Formaten DIN A4 oder A5 zu haben, mit oder ohne Reißverschluss. Als Material wurde leicht genarbttes Vollrindleder verwendet, das der Hand besonders schmeichelt. Zur Werbeanbringung wird Blindprägung empfohlen.

40807 • Bühring • Tel +49 4154 795400
vertrieb@buehring-shop.com • www.buehring-shop.com



EXAKTES TIMING

Nicht zu übersehen ist die digitale Wanduhr WS 8009 von technoline, die bei der Technotrade GmbH geordert werden kann. Mit einem 14,8 Zoll LCD informiert sie im Büro oder zu Hause nicht nur über die funkgesteuerte Uhrzeit, sondern gleichzeitig auch über das Raumklima (Temperatur und Luftfeuchte). Ein weiteres Highlight ist der Dauerkalender, der bis in das Jahr 2069 reicht. Auf dem silbernen Rahmen steht eine große Fläche zur Positionierung von Werbeaussagen zur Verfügung.

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



RUBIK LÄSST GRÜSSEN

Der Rubik's USB-Stick von e!xact ist nicht nur eine Hommage an den Erfinder des legendären Zauberwürfels, sondern gleichzeitig ein Artikel, der sich auf dem Weg zum Kultobjekt befindet. Da die Seitenflächen in Fotoqualität bedruckt werden können, bietet der Würfel zahlreiche Möglichkeiten, Werbung wirkungsvoll zu präsentieren. Damit ist der Rubik's USB unter den vielen Modellen auf dem Markt einzigartig. Die Sticks sind mit Kapazitäten von 1 bis 8 Gigabyte erhältlich. Unter www.e-xact.de/rubikusb kann eine kostenlose 3D-Animation erstellt werden.

44457 • e!xact Internationale Werbemittel GmbH • Tel +49 6126 951175
psi@e-xact.de • www.e-xact.de



Herzlich Willkommen in 2011!

Die neue
PCollection
bringt wieder Farbe
in Ihr Geschäftsleben.

Erleben Sie mit
unserer Qualität
Made in Germany
Ihr persönliches
Frühjahrs-Highlight.
Also - schnell für den
neuen Katalog vor-
merken lassen oder
im Internet schon
den ersten Blick
risikieren.

Wir freuen uns auf
Ihren Besuch.

F. Pecher GmbH
Fabrik für Schreibgeräte
Fon: +49 52 22/94 20 0
Fax: +49 52 22/94 20 22
Mail: info@pcollection.de
www.pcollection.de

P.COLLECTION





JETZT AUCH IN DEUTSCHLAND

Die schwedische Firma Ballograf gehört international zu den bekanntesten Lieferanten von hochwertigen Schreibwaren. In mehr als 45 Ländern ist die Marke Ballograf seit langen Jahren bestens eingeführt, nun soll auch der deutsche Markt bereichert werden. Unter anderem ist hier ab sofort der offizielle Fifa-Kugelschreiber Epoca zu haben. Das Modell war bei der letzten Fußball-WM bei jedem Spiel dabei und hat sich bestens bewährt. Ebenfalls neu in Deutschland sind die Modelle Rondo plus und Opus II. Wie der Epoca auch, sind diese mit Metallschäften und hochwertigen Minen aus Edelstahl ausgestattet. Damit kann eine Schreiblänge von 8000 Metern erreicht werden, wobei die Tinte dokumentenecht ist.

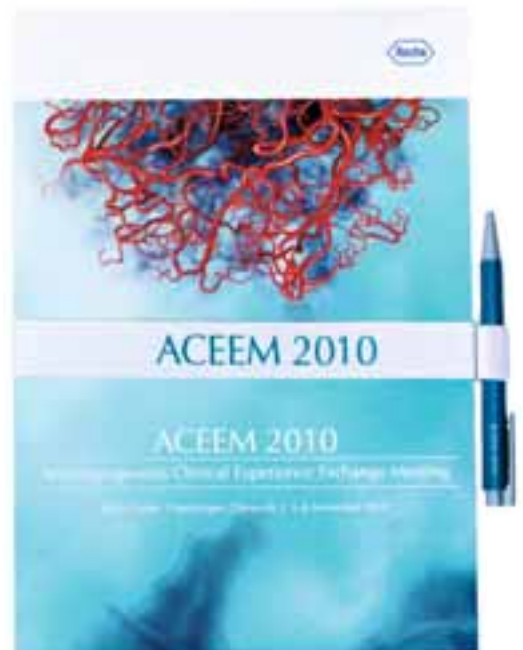
47779 • Ballograf AB • Tel +46 31 7691440

info@ballograf.se • www.ballograf.se

KOMBINATIONSSICHER

Das flexible und praktische Kombiband banduo von DNS Design ist vielseitig einsetzbar und verbindet geschickt Dinge, die zusammengehören. Zum Beispiel bleiben so Kugelschreiber und Notizbuch immer beieinander. Den Artikel gibt es in verschiedenen Bandlängen, wodurch eine Anpassung an bestehende Werbekonzepte optimal möglich ist. Sofort lieferbar sind die Standardlängen DIN A4, DIN A6 und DIN A8 (beispielsweise für Visitenkarten). Ab Bestellmengen von 250 Stück ist banduo individuell bedruckbar und in jeder Farbe zu haben.

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



GLÄNZENDER AUFTRITT

Mit dem Kugelschreiber Glossy von Ritter gelingt nicht nur jeder Auftritt auf Messen, Veranstaltungen oder bei Werbekampagnen perfekt, er macht auch im Büro oder privat eine gute Figur. Der Stift mit Drehmechanik gefällt durch sein hochglänzendes Outfit. Ausgestattet ist Glossy mit einem robusten Metall-Clip und einer vernickelten Metallspitze. Im Inneren sorgt eine Budget-Großraummine für sehr langes Schreibvergnügen.

44508 • Ritter-Pen GmbH • Tel +49 6161 8080

info@ritter-pen.de • www.ritter-pen.de

Bildkalender Glanzfolienkaschierung Terminkalender
Fälzelverarbeitung **Machen Sie keine** Heißfolienprägung Design
Fotografie **halben Sachen!** Tampondruck
Sonderkalender **Werbemittel aus Papier** Offsetdruck
Wire-O-Bindung Rückstich-Heftung
Versandservice Pantone
Microperforation

ECKENFELDER!
Kalender und mehr...

www.eckenfelder.de

SPENDE VON WINTERKLEIDUNG

DAIBER UNTERSTÜTZT WAISENKINDER

Für Geschäftsführer Rolf Daiber war es keine Frage zu helfen. Mit hochwertiger Winterkleidung macht der Promotionwear- und Veredelungsspezialist, die Gustav Daiber GmbH aus Albstadt, Weihnachten für Waisenkinder im westukrainischen Bergbau-Dorf



Das 24-köpfige Kiese Wetter-Team hilft bereits zum dritten Mal bei der Weihnachtspäckchen-Aktion.

Sosnivka zu einem ganz besonderen Freudentag. Kiese Wetter, die Markenagentur, die Daiber seit vielen Jahren betreut, engagiert sich bereits zum dritten Mal für die ukrainischen Kinder. Als Rolf Daiber und sein Team von der Aktion hörten, waren sie sofort begeistert und spendeten für die Kinder hochwertige Kleidung.

Die Renate-Merkle-Stiftung unterstützt seit Jahren das Bergbau-Dorf, das unter Umweltschäden und bitterer Armut leidet, mit verschiedenen praktischen Hilfsprojekten. Anschaffungen für das örtlichen Krankenhaus, die Sanierung des Kindergartens und regelmäßige Brotspenden sind nur einige davon. Um sicherzustellen, dass die Hilfe auch tatsächlich bei den Bedürftigen ankommt, beschäftigt die Stiftung in Sosnivka eine eigene Sozialarbeiterin.

Das 24-köpfige Kiese Wetter-Team hilft bereits zum dritten Mal bei der Weihnachtspäckchen-Aktion. In jedes Paket kommen verschiedene Markenprodukte. Das Päckchen Kaffee, das jedes Kind bekommt, dient in der Region als Zahlungsmittel und ermöglicht so beispielsweise einen Arztbesuch. Außerdem bekommen die Kinder Zahnbürsten und Zahnpasta, um die durch Umweltschäden verursachten Zahnkrankheiten einzudämmen. Für besondere Freude werden in diesem Jahr die Kleidungsstücke von Daiber sorgen. Stiftungsgründerin Renate Merkle ist begeistert von der Hilfsbereitschaft von Daiber und Kiese Wetter: „Solche Menschen und Unternehmer, die kurz entschlossen und unbürokratisch helfen, sind Gold wert. Gerade die Winterkleidung wird die Kinder glücklich machen und ihnen helfen, gesund über den harten ukrainischen Winter zu kommen“, freut sich die Stiftungsgründerin. www.daiber.de

Sosnivka zu einem ganz besonderen Freudentag. Kiese Wetter, die Markenagentur, die Daiber seit vielen Jahren betreut, engagiert sich bereits zum dritten Mal für die ukrainischen Kinder. Als Rolf Daiber und sein Team von der Aktion hörten, waren sie sofort begeistert und spendeten für die Kinder hochwertige Kleidung.

Die Renate-Merkle-Stiftung unterstützt seit Jahren das Bergbau-Dorf, das unter Umweltschäden und

AM BEWÄHRTEN STANDORT

GIDUTEX INTERNATIONAL MIT NEUEM FIRMENSITZ

Am 1. Januar 2011 bezog das Unternehmen für Textilveredelung Gidutex International neue Büro-, Lager- und Produktionsräume im Gahlingspfad 53 in Krefeld. Der Mittelständler mit internatio-



Der neue Gidutex-Firmensitz.

naler Ausrichtung bleibt seinem bewährten Standort, der Textilstadt Krefeld, treu. Nur rund ein Kilometer von den bisherigen Räumen entfernt hat der Spezialist für Bestickung und Bedruckung von Corporate Fashion nun Flächen gefunden, die der Unternehmensentwicklung der letzten Jahre sowie den zukünftigen Expansionsbestrebungen Rechnung tragen. „Mit diesem Umzug schaffen wir die Voraussetzung, mit unserer Dienstleistung auf höchste Kundenanforderungen einzugehen und gleichermaßen individuelle wie standardisierte Lösungen zu entwickeln. Ein zusätzlicher Showroom für bestickte und bedruckte Textilien gewährt einen noch besseren Einblick in die Qualität unserer Arbeit. Außerdem haben wir auf der jetzigen, deutlich erweiterten Bürofläche Arbeitsbedingungen für unsere mittlerweile zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter allein im kaufmännischen Bereich geschaffen, die für den Vertrieb und damit eine bestmögliche Kundenbetreuung sorgen“, so Geschäftsführer Dr. Hagen Dutzi.

DIE NEUE ADRESSE:

Gidutex International GmbH
Gahlingspfad 53
D-47803 Krefeld
www.gidutex.de

GUSTAV SELTER GMBH & CO. KG

OLIVER GECK VERSTÄRKT DEN AUSSENDIENST



Oliver Geck verstärkt seit dem 3. Januar 2011 den Außendienst der Gustav Selter GmbH & Co. KG aus Altena. Er folgt Vanessa König nach, die sich beruflich verändert hat und nun in einer anderen Branche im Innendienst arbeitet. Oliver Geck ist neu im Werbeartikelgeschäft, weshalb man beim Werkzeugspezialisten Selter alle Kundenpartner und Neukunden bittet, „ihm die Tür zu öffnen, wenn er anklopft“. www.selter.com

UMZUG

CREARTIV IN NEUEN
GESCHÄFTSRÄUMEN

Nach 11 Jahren erfolgreicher Entwicklung hat Thorsten Haumann, Geschäftsführer der Creativ GmbH, mit seinem gesamten Team neue Geschäftsräume bezogen. Das neue Creativ-Haus konnte ganz nach den Erfordernissen des Essener Werbemittelhändlers umgebaut werden. So bietet das Erdgeschoss nun ausreichend Platz für eine noch umfangreichere Produktpräsentation. Hierbei gelang es, eine neue thematische Gliederung umzusetzen, die den Besucher „zum Schauen und Staunen animieren und somit Inspiration vermitteln soll“, erklärt Thorsten Haumann. Die Büroräume in der ersten Etage wurden nach den Bedürfnis-



Die helle Fassade des Gebäudes prangt weiterhin gut sichtbar mit dem blauen Firmenlogo.

sen der Mitarbeiter gleichermaßen „ergonomisch wie gemütlich“ gestaltet. „Viele Fenster und Glasflächen – auch im Inneren – sollen kommunikationsfördernd wirken und somit auch die Nähe zum Kunden intensivieren“, so Haumann. Sowohl das Grundstück, als auch das bestehende Gebäude ließen noch „viel Raum für zukunftsorientiertes Handeln und betriebliches Wachstum“. Für den Sommer 2011 ist geplant, die Events des Creativ-Jahrs 2011 in die grüne Außenanlage auszudehnen. <

DIE NEUE ADRESSE:

Creativ GmbH
Werrastraße 29a
D-45136 Essen
www.creativ.de

KANDINSKY DEUTSCHLAND GMBH

VERSTÄRKUNG FÜR DAS KANDINSKY TEAM

Die Kandinsky Deutschland GmbH, Spezialistin für Werbeartikel-Full-Service, hat sich personell verstärkt. Michaela Henke übernimmt die Betreuung von Full-Service-Kunden. Zuvor sammelte sie im gleichen Bereich 10 Jahre Erfahrungen. Britta



Michaela Henke



Britta Schott



Peter-Paul Thomas

Schott war die vergangenen 10 Jahre bei der Ampark Werbeagentur, Essen, unter anderem für den Kunden Coca-Cola zuständig, für den Ampark die Umsetzung der Werbemittel als Produktionsagentur betreute. Bei Kandinsky übernimmt sie die Betreuung von Key Accounts. Peter-Paul Thomas kommt von Präsenta in Solingen, wo er bislang im Einkauf für Full-Service-Kunden zuständig war. Die gleiche Aufgabe übernimmt er bei Kandinsky. „Nachdem wir im ‚Krisenjahr‘ 2009 kein Personal abgebaut haben, um die Kundenorientierung und unseren hohen Servicelevel aufrechtzuerhalten, gibt uns ein Zuwachs von über 50 Prozent im ersten Halbjahr 2010 mehr als recht“, so Kim Köhler, Geschäftsführer der Kandinsky-Gruppe: „Und auch das 2. Halbjahr sieht sehr gut aus.“ Aufgrund des guten Neugeschäftes sucht Kandinsky weitere Vertriebsverstärkung im Innen- und Außendienst für Hamburg und Düsseldorf. www.kandinsky.de <

JUBILARFEIER BEI DER RASTAL GMBH & CO. KG

RASTAL EHRT 63 LANGJÄHRIGE MITARBEITER

Die Jubilarfeier des Jahres 2010 bei der Rastal GmbH & Co. KG wartete mit einem Superlativ auf: Nicht weniger als 63 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen von Rastal konnten 10, 20, 25, 30, 35 und sogar 40 Jahre Zugehörigkeit zum Höhr-Grenzhausener Unternehmen feiern. Insgesamt brachten es die Jubilare auf 1395 Jahre Rastal-Erfahrung. Stefan Sahm-Rastal, geschäftsführender Gesellschafter von Rastal, würdigte im Rahmen eines Festaktes das Engagement und die Leistungen der Jubilare. „Es ist wie im Fußball. Man kommt nur als Mannschaft zum Ziel. Ohne Wir-Gefühl gibt's keinen Liga-Erhalt. Einzelne Spieler können Spiele gewinnen, aber als Team gewinnst du den Titel. Anders als viele andere Unternehmen, mussten wir keine Arbeitsplätze abbauen. Uns gelang es auch, gute Aufträge an Land zu ziehen und unsere Produktion wieder auszulasten.“ Mit über 485 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zählt Rastal zu den größeren mittelständischen Unternehmen in Rheinland-Pfalz. www.rastal.com <



TROTEC LASER GMBH

SIEGER DES MUSTERWETTBEWERBS GEKÜRT



Die glücklichen Gewinner: (v. l.) Alfred Mikolajetz, André Schreiber, Inan Ünal.

Die Trotec Laser GmbH hat die Gewinner des im Sommer 2010 ausgelobten Musterwettbewerbs gekürt. Die Preise wurden nun im Rahmen einer Feierstunde am Firmensitz des in Ismaning beheimateten Spezialisten für Lasersystemlösungen und Lasergeräte zum Beschriften, Schneiden und Gravieren von verschiedensten Materialien und Werkstoffen und lasergravierbare Materialien verliehen.

Über den ersten Platz freute sich Architekturstudent André Schrei-

ber aus Dresden und erklärte: „Im Architekturstudium nimmt der Modellbau einen wesentlichen Platz ein. Im Zuge dessen hat sich die Lasertechnologie als ideales Werkzeug zur Herstellung dieser Modelle erwiesen, weshalb die Universität in Dresden ihren Studenten mit mehreren Lasersystemen ermöglicht, diese Technologie zu nutzen.“ Den zweite Preis belegte Inan Ünal aus Lauf, der sich seit knapp zwei Jahren in seiner Firma Lasertech24 die Lasertechnologie zunutzen macht, um seine kreativen Ideen umzusetzen. Dritter Preisträger war Alfred Mikolajetz aus Altdorf. Bereits seit mehreren Jahren stellt der technische Betriebsleiter der Firma Renner Werbemittel detailgetreue Fahrzeug- und Werbemodelle für die Industrie mittels Laser her und weiß die exakten Bearbeitungsmöglichkeiten dieser Technologie zu schätzen.

Trotec-Geschäftsführer Ralf Bretz: „Wir haben das Ziel erreicht! Mit den unterschiedlichsten Ideen haben Laseranwender aus Deutschland, Österreich und der Schweiz gezeigt, dass es nur eine Frage der Kreativität ist, was mit einem Laser zeit- und kostensparend umgesetzt werden kann. Wir waren froh, dass wir nicht selbst die Wahl aus den wirklich guten Ideen treffen mussten. Um so mehr freut uns natürlich, dass in dieser neutralen Wahl durch die Internetbesucher zwei dieser drei Muster mit einem Trotec-Laser bearbeitet wurden.“ www.troteclaser.com

SANDERS IMAGETOOLS GMBH & CO. KG

NEUE AUSZUBILDENDE IN MEDIENGESTALTUNG

Sanders Imagetools begrüßt Anna-Katharina Regler als neues Teammitglied. Die Ausbildung zur Mediengestalterin mit Fachrichtung „Planung und Beratung“ dauert drei Jahre. Die Auszubildende freut sich auf „eine spannende Zeit und neue Herausforderungen“. Anna-Katharina Regler wird dem Werbemittelhandel als kompetente Ansprechpartnerin rund um die Auftragsabwicklung zur Verfügung stehen. In der Firmengeschichte von Sanders Image-tools ist sie bereits die fünfte Auszubildende, allerdings zum ersten Mal im Bereich Mediengestaltung. www.imagetools.com



Anna-Katharina Regler

KAAI KALENDER GMBH

NEUER INTERNETAUFTRITT

Kaai Kalender stellt seinen Werbemittel-Vertriebspartnern die breite Palette an Werbekalendern und Werbemitteln auf einer neuen, überarbeiteten Homepage vor. Die Partner finden jetzt online noch übersichtlichere Produktdar-



stellungen: Informationen zu technischen Details und Produktalternativen sind schnell und einfach zu finden.

Auch die neutralen Versionen für die Werbemittelhändler wurden angepasst. Kaai Kalender stellt allen Werbemittel-Vertriebspartnern ein neutrales Kalenderportal zur Verfügung. Mit geringem Aufwand kann der Werbemittelhändler die Kaai-Produkte in seine eigene Webseite einbinden – und dies auf Wunsch sogar mit einem Kalkulations-Modul für die empfohlenen Industrie-Abverkaufspreise. Kalender-Interessenten finden hier gut strukturiert umfangreiche Informationen über Ausstattung, technische Daten und Lagerbestand zu jedem Kalender. Die Händler präsentieren sich mit eigenem Logo, eigenem Impressum und individualisiertem Kontaktformular.

Außerdem kann der Werbemittel-Händler verfolgen, ob Angebote kalkuliert werden und gegebenenfalls direkt mit dem Interessenten Kontakt aufnehmen. Es ist also – entgegen anderen Shops – kein anonymer Bestellshop. Kaai Kalender übernimmt auch die redaktionelle Datenpflege für den Werbemittelhändler. So sind alle Daten immer auf dem aktuellen Stand. www.demo.kalender-sortiment.de
www.kaai-werbekalender.de

VELTEN & ROMAN NEU BEI PSI

NEUWIEDER KALENDER VERLAG
STELLT SICH VOR

Unter der PSI Nummer 48129 präsentiert sich die Veltens & Roman Neuwieder Kalender Verlag GmbH seit Ende letzten Jahres als neues PSI Mitglied. Die Geschäftsführerinnen Martina Veltens und Sabine Roman blicken gemeinsam auf jahrzehntelange Vertriebs- und Produktionserfahrung im Bereich Werbekalender bei renommierten deutschen und international tätigen Unternehmen zurück. Der Verlag setzt seinen Schwerpunkt im Bereich Organisationskalender wie zum Beispiel Tisch- und Taschenkalender, Streifen- und Wandkalender rund um den Büroalltag. Durch die breiten Variationsmöglichkeiten



an Gestaltungsvarianten sowie Einbänden und Veredelungstechniken erlaubt der klassische Kalender eine sehr genaue und zielgruppenspezifische Ansprache über 365 Tage im Jahr. Der Verlag bietet „ein Höchstmaß an Flexibilität von der individuellen Kundenberatung bis zur Auslieferung und Realisierung von Einzelverpackung oder Einzelversand an wechselnde Empfängeradressen sowie spezielle Konfektionierungswünsche“, heißt es aus Melsbach. Der Katalog kann angefordert werden unter:

VELTEN & ROMAN

Neuwieder Kalender Verlag GmbH
Friedrich-Ebert-Str. 31 a
D-56581 Melsbach
info@neuwieder-kalender-verlag.de
www.neuwieder-kalender-verlag.de



EXPO RECLAM 2011

AUSSTELLUNGSFLÄCHE NAHEZU BELEGT

Einen bemerkenswerten Erfolg meldet Reed Exhibitions Iberia: Schon Anfang Dezember waren bereits 90 Prozent der verfügbaren Ausstellungsfläche der Expo Reclam 2011 (ER11) belegt, die vom 15. bis 17. Februar 2011 auf dem Messegelände Ifema in Madrid stattfinden wird. Damit präsentiert sich die ER11 erneut als größte Fachmesse für Werbeartikel in Südeuropa.

Insgesamt hatten zu diesem Zeitpunkt schon 207 Aussteller ihre Anwesenheit bestätigt. Die große Anzahl ausstellender Unternehmen offeriert einen Überblick über nahezu alle Produktbereiche der Branche. Dies, so Reed Exhibitions Iberia, bestätigt die führende Rolle der Expo Reclam als Hauptevent für die Werbemittelprofis auf der Iberischen Halbinsel. Weiterhin bemerkenswert ist die Präsenz zahlreicher Spezialisten für Promotionstextilien. Zudem unterstreicht die Teilnahme von Ausstellern aus neun verschiedenen Ländern den internationalen Fokus der Expo Reclam. Der Ablauf der Standvergabe für die ER12 wird 2011 in Barcelona stattfinden. Einige der Regularien für die Vergabe werden dann geändert werden, um diese für ausstellende Firmen einfacher und komfortabler zu gestalten. Bereits am ersten Tag der Online-Besucherregistrierung, am 26. November 2010, meldeten sich binnen nur fünf Stunden 1200 Besucher an. Bis Ende November



2010 waren es schon 2000. Die Organisatoren rechnen mit mehr als 9000 per Voranmeldung registrierten Fachbesuchern. Letztlich werden darunter Vertreter von über 3500 Werbemittelunternehmen erwartet.

Die neue Auflage der Expo Reclam wird sowohl vertraute wie auch neue Services bieten. In neuer Aufmachung erscheint die Internet-Zone. Envialia übernimmt den Versand von auf der Messe gesammelten Werbetaschen und Produktmustern. Außerdem werden sich die spanischen Werbeartikelverbände Fyvar und Aimfap auf vergrößerter Fläche mit ihren Services präsentieren. Die Organisatoren bereiten weiterhin ein Areal vor, auf dem Spezialisten der Branche verschiedene Techniken der Werbeanbringung live demonstrieren. Ständig aktualisierte Informationen dazu sowie zu allen anderen Services sind auf der komplett neu gestalteten Webseite der Messe abrufbar: www.exporeclam.es





49. PSI 2011

EIN ENERGIESCHUB FÜR DIE BRANCHE

Was sich bereits im zweiten Halbjahr 2010 andeutete, hat sich nun bestätigt: Die Werbeartikelwirtschaft hat die Krise überwunden und startet kraftvoll ins neue Jahr. Dies zeigt die PSI Messe, die mit 849 Ausstellern und 17 122 Besuchern wieder deutlich zugelegt hat. Alles spricht dafür, dass die Werbeartikelbranche vom Aufschwung weiter profitieren wird.

Mit der Wirtschaft geht es aufwärts – europaweit und ganz besonders in Deutschland. Wie wir es von vorhergehenden Krisen kennen, spiegelt sich dieser Aufschwung auch in der Werbeartikelbranche wider: Der aktuelle Monitor des Gesamtverbands der Werbeartikelwirtschaft (GWW) zeigt, dass sich die Branche im Rekordtempo von der Rezession

erholt hat. Die Ergebnisse der jährlich zur PSI vorgestellten Erhebung weisen für 2010 einen Branchenumsatz von 3,43 Milliarden Euro aus. Damit wurde das Vor-krisen-Niveau von 2008 (3,21 Milliarden Euro) sogar überschritten. Gemessen an der allgemeinen konjunkturellen Entwicklung, aber auch im direkten Vergleich zu vielen anderen Werbeformen legte die Wer-

beartikelwirtschaft damit überproportional zu. Im Werbeartikelmarkt stehen die Zeichen also wieder auf Wachstum. Für PSI Geschäftsführer Michael Freter Grund genug, „nach einem ereignisreichen, herausfordernden und ermutigenden Jahr wieder mehr Zuversicht zu wagen“. In seiner Rede zur Messeeröffnung mit Pressekonferenz sagte Freter weiter: „Wir, das sind die Unternehmen, die Verbände und das PSI, sind gefordert, die Leistungsfähigkeit des Werbeartikels noch deutlicher herauszuarbeiten und der Branche in ihrer Außendarstellung mehr Profil und Professionalität zu verleihen.“

ZEICHEN STEHEN AUF WACHSTUM

Die 49. PSI, die vom 12. bis 14. Januar in Düsseldorf stattfand, hat erneut einen großen Schritt in diese Richtung getan. Als europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft hat die PSI den jüngsten wirtschaftlichen Aufwärtstrend bestätigt und die neue Aufbruchsstimmung der Branche eindrucksvoll deutlich gemacht. Nachdem die PSI infolge der europaweiten Krise bei der Vorveranstaltung Einbußen hinnehmen musste, bekommt die Messe den konjunkturellen Aufwind nun ebenfalls zu spüren.



849 Aussteller aus über 30 Nationen dokumentierten überzeugend die Leistungsfähigkeit einer lebendigen Branche voller Ideen und Dynamik. Auf über 35 000 Quadratmetern Fläche präsentierten sie Neuheiten und Klassiker aus allen Produktgruppen, vom Streuartikel bis hin zum wertigen Präsent. Mit 17 122 Besuchern verzeichnete die PSI einen deutlichen Besucherzuwachs gegenüber dem Vorjahr. Ein Rekordergebnis war es nicht, aber das konnte man nach der gerade vergangenen Rezession auch nicht erwarten. Doch zeigt der Trend eindeutig aufwärts. Dies belegt auch der Branchenindex, der von einem unabhängigen Marktforschungsinstitut jährlich in einer repräsentativen Befragung erhoben wird. Auch er zeigt eine deutlich bessere Stimmung und optimistischere Erwartungshaltung als im Vorjahr: Knapp 70 Prozent der befragten Unternehmen aus Deutschland erwarten eine steigende Tendenz der Branchenkonjunktur. Lediglich 6,6 Prozent der Unternehmen befürchten eine Verschlechterung der Lage. Zu einem ähnlich positiven Ergebnis kommt auch die jüngste Konjunkturumfrage des Kölner Instituts für Handelsforschung, die der GWW

gemeinsam mit anderen europäischen Branchenverbänden vierteljährlich auf europäischer Ebene durchführt.

AUFBRUCHSSTIMMUNG UND ZUVERSICHT

Die Aussteller verzeichneten kräftige Zuwächse aus dem Inland sowie eine wieder spürbar einsetzende Auslandsnachfrage. Unsere Interviews ergaben ein fast durchweg positives Stimmungsbild. Die Aussteller waren sowohl mit der Kontakthäufigkeit wie auch der Qualität der Gespräche zufrieden. Optimismus und gute Laune waren überall zu spüren und neue Energien wurden freigesetzt. Die PSI Messe, seit nunmehr fast 50 Jahren ein Stimmungsbarometer der Branche, das intensiv nach außen wirkt, hat also zum Jahresbeginn wieder ein starkes positives Zeichen gesetzt, das auf weiteren Aufschwung einstimmt. Wie erste Statistiken zeigen, vergaben fast 40 Prozent der Werbeartikelhändler bereits im Verlauf der Messe Aufträge im Wert von über 100 000 Euro. Fast 10 Prozent der Besucher orderten sogar Waren im Wert von mehr als einer Million Euro. Die am stärksten nachgefragten Produktgruppen waren Textilien, Taschen und Reise-

gepäck, Schreib- und Lederwaren, aber auch Uhren sowie elektronische Artikel. Nach wie vor stehen „grüne“ und nachhaltig produzierte Produkte hoch im Kurs. Immer größer und vielfältiger wird das Angebot in diesem Bereich, denn viele Themen lassen sich mit diesen Artikeln wirkungsstark umsetzen.

DAS PSI IM DIALOG

Dass das PSI sein Leistungsspektrum für seine Mitglieder immer wieder ausbaut – auch das war auf der diesjährigen PSI deutlich zu erkennen: Thematische Messerundgänge, auf spezielle Interessen zugeschnittene Sonderflächen, aber auch neue Services wie die offene Geschäftsführer-Sprechstunde oder das New Members Breakfast sind neue Services, die das Werbeartikel-Business beflügeln können. Auch das erweiterte Online-Angebot mit dem neuen Product Finder 2.0, dem PSI Daten-Aggregations-System, dem PSI Marktplatz sowie den virtuellen Showrooms wurde in täglichen Präsentationen vorgestellt. Auch auf der 49. PSI erlebten die Mitglieder ein lebendiges PSI, das den Dialog mit seinen Mitgliedern sucht und die zentralen Themen der Branche konstruktiv angeht.



AKTUELLE BRANCHENTHEMEN IM FOKUS

Zu diesen Themen, die auch in der Eröffnungspressekonferenz aufgegriffen wurden, gehören neben der aktuellen Lage der Werbeartikelwirtschaft auch die Problematik der steuerlichen Absetzbarkeit in Deutschland, die geplante Werbewirkungsstudie sowie die Entwicklung des internationalen Marktes mit Schwerpunkt China. „Werbeartikel haben ihre dritte Position bei den Werbeausgaben nach Print und TV-Werbung eindrucksvoll ausgebaut“, interpretierte der GWW-Vorsitzende Patrick Politze

anlässlich der Pressekonferenz die jüngsten Marktforschungsergebnisse. Allerdings seien werbetreibende Unternehmen zunehmend verunsichert durch die aktuelle Gesetzeslage, die nach wie vor die Wertgrenze der steuerlichen Absetzbarkeit auf 35 Euro festschreibt. 17 Prozent der Unternehmen würden bei einer höheren Freigrenze verstärkt auch höherwertige Werbeartikel einsetzen. Daher forderte Politze im Namen des GWW: „Die Entscheidungswillkür der Finanzbehörden in Bezug auf etwaige Aufzeichnungspflichten muss ein Ende haben. Wir brauchen eine

bundeseinheitliche Preisgrenze, ab der Verwendungsnachweise zu führen sind. Sachzuwendungen bis zehn Euro sollten als Streuwerbeartikel anerkannt werden. Die Neupositionierung im Steuerrecht mit der Anerkennung als Betriebsausgabe ist längst überfällig.“ Politze appellierte an die anwesenden Branchenvertreter, mit diesen Anliegen an die regionalen Politiker heranzutreten und den Beitrag von 50 Euro für die Lobbyarbeit an das PSI zu entrichten.

WERBEWIRKUNGSSTUDIE LIEFERT ARGUMENTE

Dass Werbeartikel direkter und nachhaltiger wirken als andere Werbeformen, ist das Ergebnis der explorativen Vorerhebungen zur ersten repräsentativen Werbewirkungsstudie. Wie Frank Diesing, Geschäftsführer der Mannheimer DIMA Marktforschung GmbH, die mit der Durchführung beauftragt ist, darlegte, wird die Studie erstmals konkrete Reichweiten liefern, anhand derer Werbeartikel mit anderen Werbeformen vergleichbar werden. Demnach wird die Branche in naher Zukunft über schlagkräftige Argumente „pro Werbeartikel“ verfügen, die sie gegenüber der Politik und in Kundengesprächen einsetzen kann. Wie sehr der Werbeartikel neben der konjunkturellen Entwicklung der Euro-Zone auch von internationalen Handelspartnern abhängt, zeigte Thomas Selter im Rahmen der Messeeröffnung auf. Am Beispiel Chinas erläuterte der Branchenkenner, wie die steigenden Löhne und Sozialstandards in Asien als Preistreiber bei Importen wirken.



Michael Freter,
PSI Geschäftsführer



Frank Diesing,
DIMA Marktforschung



Patrick Politze,
GWW-Vorsitzender



Thomas Selter,
Gustav Selter GmbH & Co. KG

JAMES &
NICHOLSON

FASHION TUNES

agentur-kiesewetter.de

TEAM

Teamwear und Accessoires für Torwart,
Spieler, Trainer – für Kids und Erwachsene.
Mehr im neuen Doubleface-Katalog
Compilation 2011 ab Seite 102.

Oder im **Team Collection**-Katalog.
Order now!

A brand of 

Hotline: +49 7432/7016-800

www.daiber.de

20 JAHRE SOL'S**SPEKTAKULÄRER JUBILÄUMS-EVENT**

SOL'S, Frankreichs größter Hersteller für Werbetextilien, hat anlässlich seines 20-jährigen Firmenjubiläums die Champagnerkorken knallen lassen und am Abend des zweiten Messtages zusammen mit über 2000 Kunden eine rauschende After-Fair-Party gefeiert. Mit der Auswahl der angesagten Nobellocation „Nachtresidenz“ hatte die Crew der Textilprofis aus Paris

den passenden Rahmen gefunden. Mitreißende Tanzmusik, aufgelegt durch einen der besten DJs Europas, Champagner und köstliche Coniserie-Desserts waren die Zutaten für ausgelassene Partystimmung bis tief in die Nacht. Für Begeisterung in der architektonisch einzigartigen Event-Diskotheek, die in würdiger Fortführung der Tradition des Residenz-Theaters steht, sorgte zudem eine Fotoecke, in der sich Besucher in Schwarz-Weiß selbst fotografieren konnten: Die größtenteils gelungenen Ergebnisse waren wenig später in einer Diashow auf einer Großleinwand im Kuppelsaal sowie an verschiedenen Bildschirmen in der Bar zu sehen. <

**10 JAHRE GIVING EUROPE****SCHWUNGVOLLE STANDPARTY**

Ein Jahrzehnt Giving Europe – ein Jubiläum, das gefeiert werden wollte: Auf seinem Stand in Halle 12 hatte der niederländische Werbeartikel-Importeur an den Abenden des ersten und zweiten Messtages rund 850 Kunden und Freunde eingeladen, um seinen zehnten Geburtstag gebührend zu feiern. Mit dem Auftritt der deutschen Kultband Makkas sorgten Firmenchef Stef van der Velde und seine Mannschaft für ausgelassene Stimmung unter den Gästen. Beim Genuss von Wein und anderen Getränken sowie vielen kulinarischen Köstlichkeiten vom reichhaltigen kalten Buffet nutzte man die Gelegenheit zu entspannten Gesprächen. Mit dem frisch eingeführten Partner-Points-Programm kreierte Giving Europe zudem eine attraktive Möglichkeit, bei jedem Auftrag Punkte zu sammeln und diese gegen eine große Auswahl an Geschenken und Erlebnissen einzutauschen. Das Kundenbindungsinstrument beinhaltet zusätzlich exklusive Vergünstigungen für Geschäftspartner des Unternehmens. <

keiten vom reichhaltigen kalten Buffet nutzte man die Gelegenheit zu entspannten Gesprächen. Mit dem frisch eingeführten Partner-Points-Programm kreierte Giving Europe zudem eine attraktive Möglichkeit, bei jedem Auftrag Punkte zu sammeln und diese gegen eine große Auswahl an Geschenken und Erlebnissen einzutauschen. Das Kundenbindungsinstrument beinhaltet zusätzlich exklusive Vergünstigungen für Geschäftspartner des Unternehmens. <





Mit einem zauberhaften Abend unter dem Motto „Imagine ...“ bedankte sich PF Concept bei seinen Kunden.

PF CONCEPT PARTY OF IMAGINATION

Es war ein Event der Superlative: die Party von PF Concept am zweiten Messtag, zu der sich rund 900 geladene Gäste im Swissôtel in Neuss eingefunden hatten. Dass das Unternehmen die Krise erfolgreich gemeistert hat und mit frischer Energie und neuen Services ins neue Jahr startet, war für die Niederländer Anlass genug, sich bei Kunden und Freunden mit einem glanzvollen Abend zu bedanken. Mit dem Konzept der Veranstaltung hatte PF den aktuellen Slogan „Imagine ...“ aufgegriffen und so stand der Abend ganz im

Zeichen von Fantasie und Imagination. Auch Chairman Philippe Varnier knüpfte an dieses Motto an und ließ in seiner Begrüßungsansprache die Gedanken durch die Firmengeschichte bis zur Gegenwart schweifen: „Stellen Sie sich vor – imagine ... – dass wir 1979 zum ersten Mal auf der PSI waren, dass wir vor 30 Jahren den ersten Katalog aufgelegt haben und dass das Unternehmen 30 Jahre lang ohne Unterbrechung gewachsen ist. Die weltweite Finanzkrise 2009 hat diesen Trend erstmals in unserer Geschichte unterbrochen. Doch

wir haben die Krise genutzt, um uns neu zu strukturieren und noch mehr zu professionalisieren. Wir haben massiv in Manpower und Werbeanbringungstechnik investiert und werden stärker denn je aus der Krise hervorgehen.“ Varnier versprach den Kunden, als führender Lieferant auch künftig alles für ihr erfolgreiches Business zu tun. In diesem Sinne wandte sich auch Cees Martens, seit März 2010 CEO von PF Concept International, an die Gäste: „Stellen Sie sich vor, Sie bekommen von uns fertig bedruckte Produkte innerhalb von drei Tagen. Das wird 2011 Wahrheit werden, wenn wir unser neues Werk in Betrieb genommen haben. Ich bin überzeugt, 2011 wird ein Jahr, in dem wir unsere Power beweisen können.“ Nach den Ansprachen ließen sich die Zuschauer von einer märchenhaften Show mit Akteuren in kostbaren bunten Gewändern und voller ausgefallener Sound- und Lichteffekte verzaubern. Höhepunkt war eine Artistik-Einlage in schwindelnder Höhe. Zwischen den einzelnen Teilen der Show wurde ein mehrgängiges Menü serviert. Anschließend sorgte Live-Dance-Music für Partystimmung bis tief in die Nacht.



Gute Laune beim PF-Event: (v. l.)
Hans-Joachim Erbel, Geschäftsführer Reed Exhibitions
Deutschland, Cees Martens, CEO PF Concept International,
PSI Geschäftsführer Michael Freter.



Philippe Varnier, Chairman und CEO
Polyconcept, mit PSI Chef Michael
Freter.



PSI NIGHT 2011

PARTY-HIGHLIGHT

Mit dem Schwung eines fulminanten Auftakts im Rücken feierte die PSI Family am Ende des ersten Messetags die PSI Night in neuer Location. Die Feier im exklusiven Ambiente des Düsseldorfer Clubs „Nachtresidenz“ entwickelte sich zum absoluten Party-Highlight dieser rundum erfolgreichen 49. PSI.

Dass eine dynamische Branche wie die der Werbeatikelpromis auch eine ebensolche Dynamik entwickelt, wenn das geschäftige Treiben an den Messeständen ruht, war erneut während der PSI Night 2011 zu erleben; zumal ein erfolgreicher erster Messetag besten Anlass gab, den Abend in ausgelassener Stimmung zu verbringen. Ideale Voraussetzungen dafür bot die „Nachtresidenz“ in der Düsseldorfer City. Das ehemalige Kino avancierte nach seiner Neugestaltung zur architektonisch

eindrucksvollen In-Location mit imposantem Saal und exklusiven Lounges: ein Rahmen wie geschaffen für Networking in entspannter Runde.

MITREISSENDER SOUND

Rund 1000 Gäste waren der Einladung des PSI gefolgt und verbreiteten prächtige Laune bis tief in die Nacht. Als Höhepunkt eingebettet in die PSI Night demonstrierte die Gewinner-Kür der PSI – Campaign of the Year 2010 einmal mehr die Innovationskraft der Branche (Bericht folgt in der März-

Ausgabe). Anschließend sorgte die Band Live House mit starken Stimmen und mitreißendem Drive für super Stimmung auf der Tanzfläche. DJ Vince ergänzte die Performance durch perfekt gemixten Sound. Die Open Bar versorgte die Feiernden und Tanzenden mit ausgewählten Drinks. Auch der eigens zu diesem Anlass kreierte und von CROW'n'CROW servierte PSI Cocktail fand begeisterten Zuspruch. Alles in allem ein Abend, den man auch auf künftigen Messen nicht mehr missen möchte. <



Car Sunshades Autosonnenblenden | Parasoleil

An ad that stands out !!



More than 20 different car sunscreen models



Compact Standard* 130 x 60 cm

Metallic car sunscreens of high quality

Jumbo 800
130 x 75 cm



clippy@clippy.com

Tel.: +34 91 523 82 06

www.clippy.com





EVENTS UND FUSSBALL

DER WERBE-BALL ROLLT

Die ideale Form in der Natur ist die Kugel. Auch unsere Erde hat nahezu Kugelform. Kein Wunder also, dass der Menschen liebstes Spielgerät kugelförmig ist. Unter all den Ballspielarten, die je entstanden sind, genießt der Fußball die größte Popularität. Und diese weiß auch die Branche zu nutzen.

Kein Spiel, sei es in der Freizeit oder organisiert in Vereinen, vermag die Massen so sehr in seinen Bann zu ziehen wie der Fußballsport. Die Ursprünge dieses Spiels liegen hunderte von Jahren zurück und teilweise hat es sogar kultische Funktion. Seine heutige Form erhielt der Fußballsport im England des späten 19. Jahrhunderts, als sich das Spiel als Wettkampf zweier Mannschaften mit jeweils elf Spielern mit seinen Regeln herauskristallisierte. Von dort aus trat der „moderne“ Fußball seinen Siegeszug durch die ganze Welt an. Und deshalb gibt es auch Weltmeisterschaften. In diesem Jahr ist Deutschland Gastgeber der Frauenfußball-WM. War der Frauenfußball vor 40 Jahren noch offiziell verboten, ist er heute die am schnellsten wachsende Mannschaftssportart der Erde. Ob die Zukunft des Fußballs weiblich ist (wie manche Experten orakeln), sei einmal dahingestellt. Sicher ist, dass die Werbeartikelbranche wieder jede Menge neue Ideen für eine erfolgreiche Promotion zum Thema (Frauen-)Fußball zu bieten hat – und auch in Sachen Events zahlreiche Innovationen bereithält. <

ALLES ZUR FRAUEN-WM 2011

Im Frauen-WM-Special 2011 präsentiert elasto form zahlreiche Produkte rund um den deutschen Fußballsport für die weiblichen Fans. Für die Fußballhäschen unter den Frauen darf der mit schwarzem Stoff überzogene Haarreif mit Bunny-Ohren im Deutschland-Design nicht fehlen. Dazu empfehlen sich verschiedene Accessoires mit Laolablumen in schwarz-rot-gelbem Design, wie zum Beispiel ein Arm- und Haarband, Stirnband oder Bikini. Sogar die Fingernägel erstrahlen in vollem Glanz mit der Nagelfolie im Deutschland-Design. Weitere Artikel finden sich im Online-Katalog auf www.elasto-form.de.

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



LUFTIGER SCHLAGABTAUSCH

Im wahrsten Wortsinne unschlagbar werbewirksam sind die aufblasbaren roten Boxhandschuhe Knock out von Inspirion. An der Unterseite der Sportartikel befindet sich ein Handeingriff mit Belüftungslöchern. Und da der eine nicht ohne den anderen kann, lässt sich das Duo nach dem Schlagabtausch mit einem weißen Kordelband zusammenbinden. Ob Boxkampf oder Sportevent, wer die Boxhandschuhe überzieht, braucht mit seinem Werbeslogan nicht in Deckung zu gehen. Neben diesem mittels Transferdruck zu veredelnden Werbeträger ist eine große Auswahl weiterer schlagkräftiger Produkte im aktuellen Inspirion-Katalog PromotionTops 2011 zusammengefasst.

42907 • Inspirion GmbH • Tel +49 421 5227-0
info@inspirion.eu • www.inspirion.eu

STILVOLL GESCHNÜRTE WERBEPAKETE

Individuell bedruckte Geschenk- und Dekorationsbänder offeriert die Sopp Industrie GmbH als sympathische Werbeträger, die bereits beim Auspacken das CI des werbenden Unternehmens ins Bewusstsein des Kunden transportieren. Von Beginn an entsteht durch die kunstvoll inszenierte Botschaft ein emotionaler Rahmen. Besonders hoch auflösende Druckverfahren realisieren auch auf schmal gewebten Textilbändern ein klares Bild. Die aktuelle Dekogena-Fashion-Band-Kollektion greift aktuelle Farbthemen auf und entwickelt auch die Standardbänder, die ab kleinen Auflagen von 1000 Stück erhältlich sind, zu effektvollen Umsatzgaranten für die Umsatzpartner permanent weiter. Lieferbar sind zudem fertig gebundene Schleifen aus personalisiertem Band mit pfiffigen Befestigungsmöglichkeiten wie Clips, Umbänder oder Klebemarken.

47677 • Sopp Industrie GmbH • Tel +49 2191 567-119

dohle@sopp.de • www.sopp.de



WOHL BEHÜTET

Das volle Potenzial an bisher geheimnisvoll im Verborgenen gehüteter Werbewirksamkeit entfalten auf internationalen Events wie Fußball, Handball oder Skispringen die Falt-Fanhüte von 3D Kommunikation. Sie entfalten sich von selbst, sobald sie aus der Nylontasche gezogen werden. Gefertigt aus leichtem, wasserabweisendem Nylon, schützen die Kopfbedeckungen nicht nur vor Regen, sondern auch vor aggressiven Sonnenstrahlen. Der Werbeaufdruck kann sowohl auf der Tasche als auch auf dem Hut erfolgen, den es in verschiedenen Flaggen-Designs und in nahezu allen Pantone-Farben gibt. Die flachen, leichten und massentauglichen Produkte sind preisgünstig und eignen sich auch für Mailings.

46618 • 3D Kommunikation GmbH • Tel +49 30 29047147

info@3dimport.de • www.3dimport.de

KLEINE KICKER-STARS

Für die Frauen-Fußball-WM 2011 fertigt Alfred Fischer verschiedene Fußballartikel, darunter Schlüsselanhänger in Form von Fußballschuhen und -spielerinnen, die es überdies auch als Standfiguren gibt. Auch eine große Fußball-Spardose mit Schloss und Metallschlüssel hat Alfred Fischer parat. Alle Artikel können auch in kleineren Auflagen in Sonderfarben sowie in Sondertrikots und ausgestattet mit Vereinseemblemen sowie sonstigen Logos hergestellt werden. Die Sportprodukte werden in Deutschland fabriziert, womit für kurze und zuverlässige Lieferzeiten gesorgt wird.

41002 • Alfred Fischer • Tel +49 9561 60729

fischeralfi@t-online.de • www.alfred-fischer.de



WE ARE SPECIALIZE IN
CUSTOMIZED LANYARD
AND ACCESSORIES
MADE IN ITALY

CUSTOMIZED CORPORATE CONCEPT

RAXYLINE®

PROTECT YOUR LAPTOP, iPad and Samsung GALAXY.

DYE SUBLIMATION

High quality graphics using a special dye sublimation.



for Samsung
GALAXY



Customize it
with your logo!

Excellent quality
and details,
for reproducing
gradients, graphic
and small text.



for iPad



RAXYLINE S.r.l.

Via Volta 5, 31027 Sarnano TREVISO Italy - Tel. +39 0422 725691 - +39 0422 861470 Fax +39 0422 861918 - write for price quotation or 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.

CMYK or up to 6 colours printable
CMYK / Pantone / RGB / Hex
Pantone / RGB / Hex

WEMBLEY WOMAN

Was die Stars im Aktuellen Sportstudio können, können die Tipp-Kick-Damen von Troika schon lange: ins Schwarze treffen. Das Tipp-Kick-Spiel Wembley besteht aus einer Torwand aus Aluminium in Anthrazit, einer handbemalten Metallfigur sowie drei Bällen und zwei Spielkarten für den Punktestand. Erst wird getippt, dann gekickt – der richtige Kick und die perfekte Einstimmung auf jede Fußball-Partie.

46311 • Troika Germany GmbH • Tel +49 2662 9511-0
d.roether@troika.de • www.troika.de

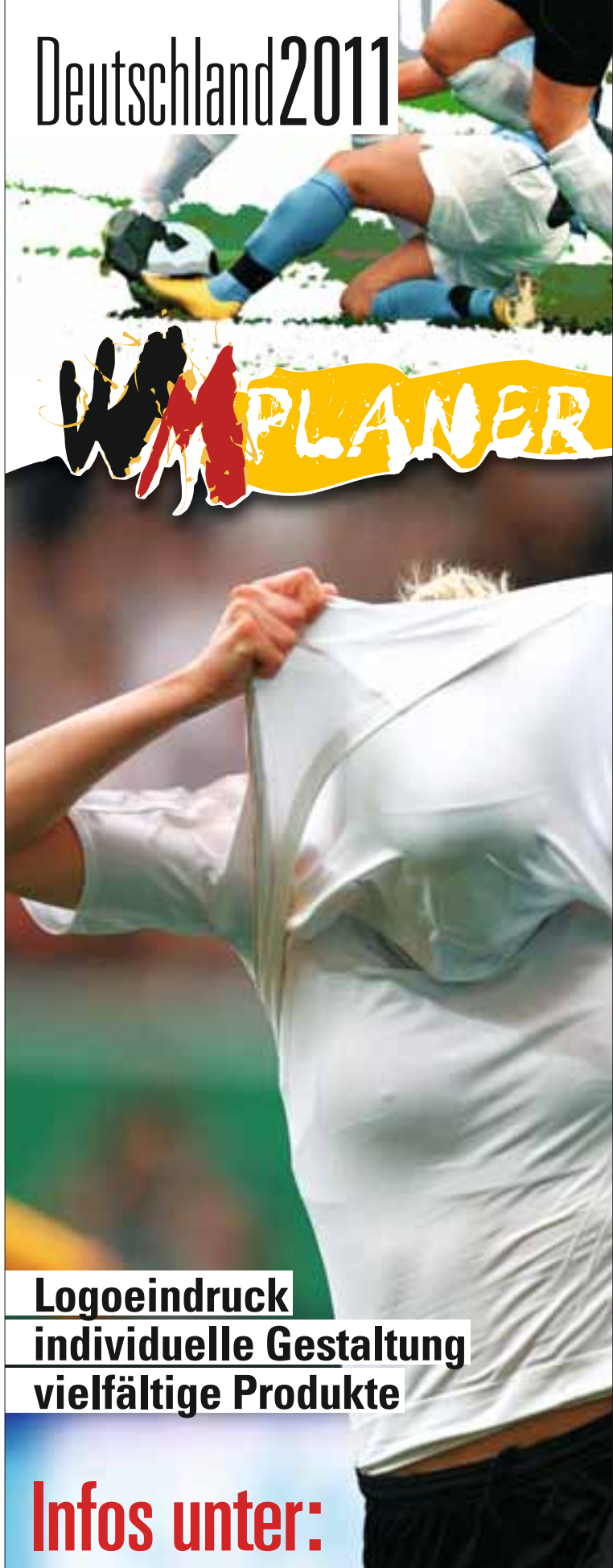


EQUIPE-EQUIPMENT

Teamline heißt die farbenfrohe Teamsportkollektion, die das Sportbekleidungsangebot von Promodoro neuerdings ergänzt. Frisches Design und strapazierfähiges Material mit 3M-Scotchgard-Moisturemanagement-Ausrüstung kennzeichnen die Kollektion. Die Trainings- und Turnierausrüstung ist konzipiert für den Spielbetrieb sowie für den Trainings- und Präsentationsbedarf. Insgesamt 22 verschiedene Produkte in bis zu sechs Farbekombinationen stehen in den Größen S bis XXL sowie in diversen Kindergrößen zur Verfügung.

45471 • Promodoro Fashion GmbH • Tel +49 211 9090015
info@promodoro.de • www.promodoro.de

Deutschland 2011



WM PLANER

**Logoeindruck
individuelle Gestaltung
vielfältige Produkte**

Infos unter:

in.takt
musik | medien | marketing

Telefon
+49 (0)2381 30703-0
info@intakt-media.de

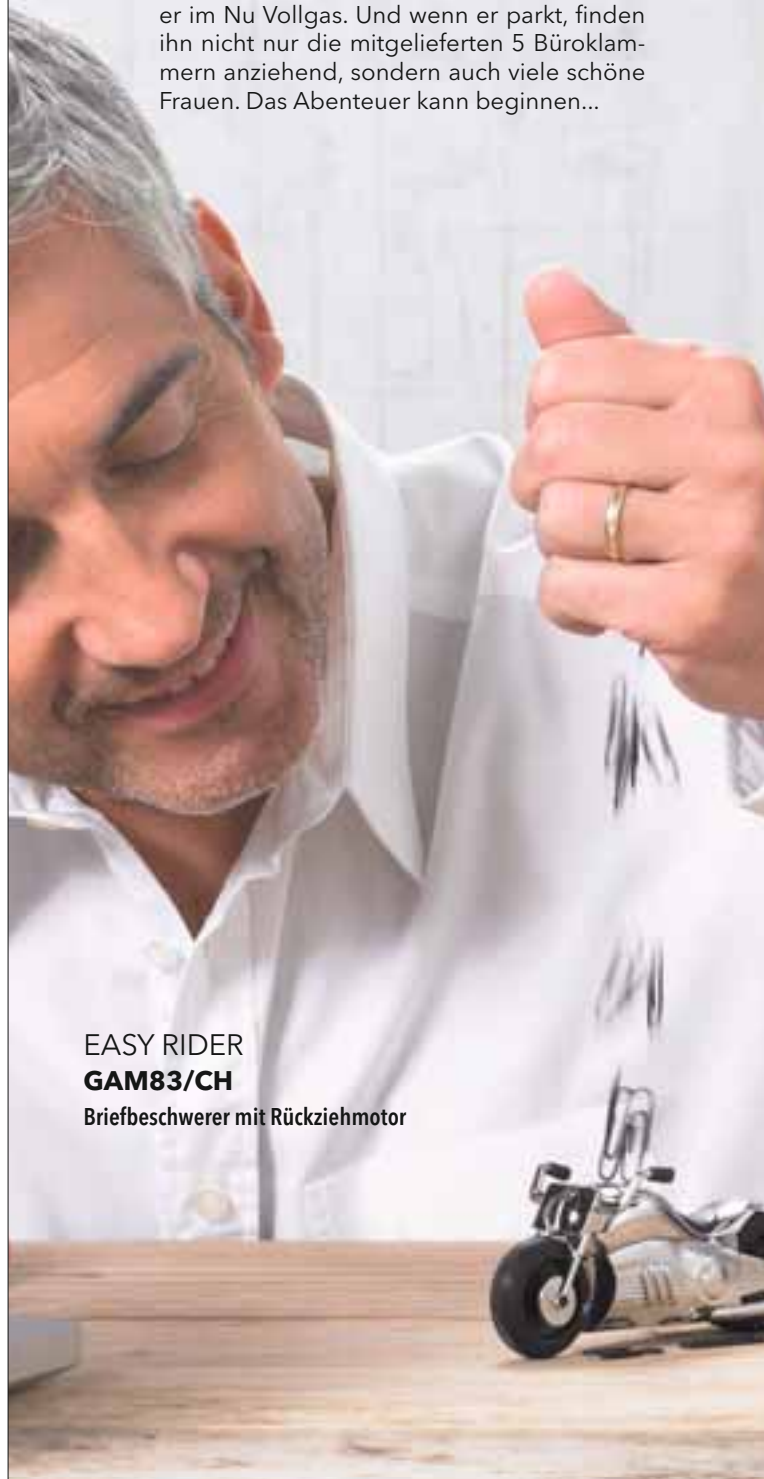
www.planer-wm-2011.de

ABGEFAHREN

So ein Chopper ist ja kein gewöhnliches Motorrad. Er ist das Symbol für grenzenlose Freiheit, Abenteuer und richtig viel Spaß. Alles Dinge, die man auch im Alltag nicht vergessen sollte. Der EASY RIDER erinnert Sie daran. Mit seinem kräftigen Rückziehmotor gibt er im Nu Vollgas. Und wenn er parkt, finden ihn nicht nur die mitgelieferten 5 Büroklammern anziehend, sondern auch viele schöne Frauen. Das Abenteuer kann beginnen...

EASY RIDER
GAM83/CH

Briefbeschwerer mit Rückziehmotor



Weitere Informationen finden Sie hier
<http://business.troika.de/easyrider>

www

TROIKA®



RASENSPORT

Werbung mit viel Ballgefühl vermittelt Multiflower mit dem rasenden Fußball. Die Idee funktioniert ganz einfach: Den Deckel des Sportgeräts abnehmen, ansäen und wachsen lassen. Schon nach gut zwei Wochen kann der mit dem unter der Artikelnummer 1076 geführten Produkt Beschenkte mit dem ersten Rasenschnitt beginnen. Platz für den Logoaufdruck mittels Tampondruck ist genug auf dem Ball.

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

ALLES IM BLICK

Pünktlich zur Frauen-Fußball-WM 2011 hat in.takt aus Hamm einen langfristig werbewirksamen WM-Planer im Sektor lanciert. Neben einem umfangreichen, gehefteten Planer gibt es einen kompakten Leporello-Planer sowie den übersichtlichen, großformatigen Wandplaner. Jeder Artikel aus diesem Trio hat seine Vorzüge, ob als Streuartikel, Mailingverstärker, Messepräsent, On-Pac oder klassisches Give-away am POS. Für das individuelle Branding können Eindrücke, eigene Gestaltungen, verschiedene Sprachversionen und vieles mehr realisiert werden.

45228 • in.takt musik und media marketing GmbH • Tel +49 2381 688-259
info@intakt-media.de • www.intakt-media.de



DER COUNTDOWN LÄUFT

Der von Swiwa entwickelte EventCountdowner mit LCD-Anzeige sorgt dafür, dass die Fans jederzeit im Blick haben, wie lange sie noch auf den Start zur Frauen-Fußball-Weltmeisterschaft warten müssen. Die Zeit läuft: nur noch wenige Monate, Wochen, Tage, Minuten bis zum Anstoß in Deutschland. Nach Beginn des Großereignisses kann die ideal als Marketingmaßnahme sowie als Merchandising-Artikel für Sponsoren und als Präsent für Teilnehmer, Gäste und Journalisten gedachte Tischuhr auf einen neuen Countdown eingestellt werden. Die Funkuhr-Version wechselt automatisch zwischen Sommer- und Winterzeit. Ab 50 Stück ist der EventCountdowner mit Logodruck lieferbar. Noch mehr Gestaltungsspielraum bietet die Bedruckung im Offset-Verfahren.

46156 • Swiwa • Tel +49 89 3306671-0
info@swiwa.de • www.swiwa.de



VALUEWEIGHT

IST MEHR ALS NUR EIN

T-SHIRT

ES IST EIN SORTIMENT, DAS IMMER WEITER UND WEITER WÄCHST.

Europas meistgekauftes T-Shirt, das auch gleichzeitig unser Spitzenprodukt ist, wird immer stärker. Es sind drei neue Artikel für 2011 hinzugekommen – ein unverwechselbares Tank Top, ein Lady-Fit Valueweight V-Neck T und ein Lady-Fit Valueweight Long Sleeve T.

Wie bei all unseren Valueweight Ts ist das beste Garn gerade gut genug. Wir benutzen das weltberühmte Belcoro® Garn für einen weicheren Griff und unschlagbare Bedruckbarkeit.

Mit den ergänzenden Styles für Männer, Frauen und Kindern kann man nicht mehr von einem T-Shirt verlangen.

.....
FÜR WEITERE INFORMATIONEN BESUCHEN SIE UNS AUF WWW.FRUITOFTHELOOM.EU
ODER KONTAKTIEREN SIE DEN KUNDENSERVICE UNTER : +49 (0)631 3531-330.



FRUIT OF THE LOOM®



HITS AUS DER KONSERVE

Neunzehn Top-Hits, darunter „La Copa de la Vida“ oder „We are the Champions“, hat Brisa Entertainment in seine Designerdose für Fans gepackt. Der Fanartikel für alle Fußballbegeisterten liefert beste Stadionstimmung für zu Hause. Sowohl die CD in der Dose als auch das Gefäß selbst lassen sich individuell gestalten. In kleiner Auflage ab 250 Stück gibt es das Set mit Sticker oder Logoauddruck. Vollständig individualisierte Dosen für den großen Event gibt es sogar mit Informationen, wie wichtige WM-Daten und Spielpläne, im Booklet zum Einlegen.

47749 • Brisa Entertainment GmbH • Tel +49 8122 972739
 promotional@brisa.com • www.brisa.com

DAS SPIELGERÄT IM FOKUS

Pünktlich zur bevorstehenden Frauen-Fußball-WM haben Kasper und Richter das Profi-Falt-Fernglas Quest 12 x 32 mit zwölfacher Vergrößerung und einem Quickfokus zum Scharfstellen im Repertoire. So entgeht dem Anwender nichts, was sich unten am Spielfeldrand ereignet. Das Objektiv hat einen Durchmesser von 32 Millimetern und ein Sehfeld von 94 Metern bei 1000 Metern Entfernung. Auch für alle anderen Events wie Theater- oder Opernbesuch fungiert Quest als zuverlässiger Begleiter.

40043 • Kasper und Richter GmbH & Co. KG • Tel +49 9131 50655-0
 info@kasper-richter.de • www.kasper-richter.de





WACHSENDE FUSSBALL-ARENA

Eine Schablone in der Form eines Fußball-Spielfeldes nebst Wachstumsschale aus Kunststoff und Saatgut hat Multiflower entwickelt. Der Clou: Die Grassamen lassen innerhalb weniger Wochen einen Zimmerrasen entstehen. Und bei gewähltem eigenem Logo, das es bereits ab 1000 Stück gibt, reckt sich die gewünschte Botschaft dem Beschenkten entgegen und sorgt so buchstäblich für wachsendes Interesse.

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560

info@multiflower.de • www.multiflower.de

KOMPAKTER WETTERSCHUTZ

Sollte der Regen im Verlauf der nahenden Sommererevents wie Frauen-Fußball-WM oder Open-Air-Festivals der Veranstaltung einen Strich durch die Rechnung machen, hat die österreichische Inside Out mit ihren Regenponchos die passende Lösung. Diese sind in vielen Farben, Größen und Materialstärken lieferbar, individuell bedruckt oder unbedruckt. Ob in Handtaschen, im Wanderrucksack oder im Auto – der leichte und werbewirksame Regenponcho lässt sich immer leicht und stets griffbereit nahezu überall verstauen.

14468 • Inside Out • Tel +43 676 3836252

office@regenponchos.at • www.regenponchos.at



GRASGRÜNE ÜBERRASCHUNG

Die originalen US-Fußball-Grasköpfe von Brisa lassen buchstäblich das Gras wachsen: Die witzige grüne Fan-Idee von Brisa sorgt garantiert überall für Fußball-Stimmung. Geliefert wird das Fußball-Graskopf-Set mit Papierfähnchen, das – individuell bedruckt – für höchste Aufmerksamkeit sorgt. Weitere Informationen gibt es direkt beim Anbieter.

47749 • Brisa Entertainment GmbH • Tel +49 8122 972739
promotional@brisa.com • www.brisa.com



SPORTLICHES GEPÄCK

Einen vollständig aus Holz gefertigten Aktenkoffer für Fußballfans hat Reiner Fichtner entwickelt: Optisch von außen Koffer, liefert er in seinem Innern mit rasengrüner Innenausstattung im Stile des 16-Meter-Raumes jedem Fan erstklassige Werbevorlagen. Zudem sind die Innenseiten werblich nach Manier von Werbebanden am Spielfeldrand individualisierbar. Lieferbar ist das Gepäckstück in Mahagony, Nusswurzelmaser, Rüstermaser, Rosenholz sowie Vogelaugenahorn. Pfiffig: Der Druckknopf auf der Lasche, die innerhalb des Kofferdeckels angebracht ist, markiert den Elfmeterpunkt. Darüber hinaus gibt es die Modellneuheiten 54 und 74, deren Lederausstattung im Innern den legendären Lederfußbällen aus den fünfziger und siebziger Jahren nachempfunden ist.

41782 • Reiner Fichtner • Tel +49 921 789510
info@holz-fichtner.de • www.holz-fichtner.de



FUSSBALL-LANYARDS

Exklusiv zur bevorstehenden Frauen-Fußball-WM im eigenen Land hat TRIK Lanyards neu gestaltet und damit ein geeignetes Give-away zum Großereignis kreiert. Für echte Fans gedacht sind die praktischen Schlüsselbänder inklusive Mini-Fußball, erhältlich mit flachem Soft-PVC-Fußball, rundem PU-Ball sowie als auffallende Plüsch-Lanyards inklusive Fußball. Alle Schlüsselbänder können überdies individuell gebrandet werden.

45741 • TRIK Produktionsmanagement GmbH • Tel +49 30 820 82400
info@trik.de • www.trik.de



DANKE. THANKS. MERCI. GRACIAS.

Für Ihren Besuch an unserem Stand der PSI Düsseldorf.



Katalog 2011

NEU



PP Woven Tasche

NEU



Microfasertuch

NEU

Auch nach der Messe gibt es viele gute Gründe,
bald wieder bei uns hereinzuschauen.

Ein bunter Strauß farbenfroher Produkte für
Ihre Frühjahrs-Werbebotschaft.

Let the sunshine in....

Asia Pins Direct
Erfahrung hat Zukunft.





WELTMEISTERLICHE HANDSCHRIFT

Fifa-Ausstatter Ballograf aus Schweden launcht sein Sortiment an Premium-Schreibgeräten jetzt auch in Deutschland.

Edelstahlminen, dokumentenechte Tinte und eine Schreiblänge von bis zu acht Kilometern machen die Stifte zu echten Dauerbrennern. Highlight der Kollektion ist der offizielle Fifa-Kugelschreiber Epoca, der bei der letztjährigen Fußball-Weltmeisterschaft in Südafrika allen Schiedsrichtern und Funktionären zur Hand ging. In Deutschland kommen die Schweden jetzt zunächst mit einem mehr als 200 Produkte und 15 Serien umfassenden Premium-Sortiment aus Kugelschreibern, Druckbleistiften und Markern im mittleren Preisbereich.

47779 • Ballograf AB • Tel +46 31 7691440

info@ballograf.se • www.ballograf.se

VOLL IM TREND

Trendartikel Ralf Knoll hat eine Reihe interessanter sowohl lizenzierter als auch nicht lizenzierter Fanartikel zur bevorstehenden Frauen-Fußball-WM im Programm. Teil der großen im Gesamtkatalog der Schwaben zusammengefassten Produkte ist etwa die Vuvuzela-Fanfare von 2010, jetzt modifiziert, da kleiner, leiser und frauenfreundlich. Wer noch nach im Trend liegenden Artikeln für das Sportjahr 2011 sucht, findet neben einem Stempel in den deutschen Nationalfarben auch Tattoos, Kopftücher, Haarschmuck, Leibchen, Überzieher für die Kopfstützen der Autositze, Wimpernaufsetzer, Armbänder und vieles mehr – alles gestaltet in der Farbkombination Schwarz-Rot-Gold.

48145 • Trendartikel Ralf Knoll • Tel +49 711 4791133

info@trendartikel-knoll.de • www.trendartikel-knoll.de



RUNDUM ROLLENDE WERBUNG

Als SA 8000 zertifiziertes Unternehmen steht Bola Gema aus Pakistan für Qualität und lanciert pünktlich zur Frauen-Fußball-WM in Deutschland einen Fußball mit extra großer Werbefläche für den Aufdruck von Kundenlogos. Der neue Tribal etwa bietet gleich auf acht Feldern die Möglichkeit für den Logoaufdruck. Noch aufmerksamkeitsstärker dürfte der Over-Size-Werbeball sein: Mit deutlich größerer Werbefläche glänzt das überdimensionale Sportgerät, misst es doch vom Boden bis zur Oberkante eine Höhe von zehn Fuß und ist damit ideal geeignet für größere Werbekampagnen rund um König Fußball. Darüber hinaus stehen umweltfreundliche Bälle zur Auswahl, neben vielen weiteren Artikeln vorgestellt im Katalog 2011 Promotional Balls.

47566 • Bola Gema • Tel +92 52 3550426

sales@bolagema.com • www.bolagema.com



TEAM SPORT

In Qualität und Look herausragend: die neue Teamline-Kollektion. Die optimale Wahl für Mannschaftssportler, die eine leistungsstarke, strapazierfähige wie auch modische Trainings- oder Turnierausrüstung verlangen. Besonderes Qualitätsmerkmal für alle Teamline-Produkte: sie sind mit neuester **3M Scotchgard™** Technologie ausgerüstet! Das Protector Moisture Management System reguliert in optimaler Weise die Weiterleitung der Feuchtigkeit an die Stoffoberfläche sowie die Atmungsaktivität der verwendeten Materialien. Die Haltbarkeit der Textilfasern wird durch die spezielle Ausrüstung ganz besonders gut unterstützt.



22 verschiedene Produkte, darunter Trikots, Trainingsanzüge, Shirts, Sweater, Shorts und vieles mehr – ab sofort von der F-Jugend bis zur Seniorenmannschaft in allen Größen lieferbar.



**promodoro-Teamline –
bestens ausgerüstet mit
3M Scotchgard™ Protector**



promodoro®

Corporate Fashion
since 1989.



PARADIES DER FRAGEN

Der Kreativfächer Ideenrausch von Lardon nimmt seinen Namen wörtlich und präsentiert 111 originelle Fragen, die Geist und Fantasie gleichermaßen anregen sollen. Ob allein oder in der Gruppe – der Fächer stellt jedes Thema auf den Kopf, beleuchtet es aus einem ungewöhnlichen Blickwinkel und hilft so über gedankliche Barrieren hinweg. Ideenrausch kommt im handlichen Querformat mit beidseitig bedruckten Karten, gegliedert nach Themengruppen, zum Kunden. In der ausführlichen Anleitung wird erklärt, wie Haupt- und Unterfragen richtig eingesetzt werden und die neuen Lösungsansätze optimal zu nutzen sind.

48116 • Lardon • Tel +49 30 20056690

claudia.lardon@lardon-media.com • www.lardon-media.com

NA LOGO!

Mehr Sport in den Alltag bringt die türkische Firma Gorenler mit ihrem Sortiment an pfiffigen Sportartikeln. Zu den Produkten für energiegeladene Sportfreunde zählen neben Kopf- und Armbändern auch Tube Bandanas, Schals, Wimpel, Beanies, Sitzkissen, Handytaschen, Gürtel, Schlüsselanhänger oder Schnürsenkel. All diese Produkte lassen sich werblich effektiv mit einem Logo individualisieren. Nähere Informationen gibt's direkt bei Gorenler.

46517 • Gorenler A. S. • Tel +90 258 3721355

marketing@gorenler.com • www.gorenler.com



EIN SPORTLICHES PROSIT

Anlässlich des 150. Geburtstages des Melbourne Cups, einem renommierten australischen Pferdesportwettbewerb, hat Werbepartner Asia Incentives 50 000 Geschenksets als Sonderedition mit je einem Bier- und Champagnerglas mit TAB-Logo aufgelegt. Die Gläser sind ebenso wie das dazugehörige Paar vollfarbig gebrandeter Untersetzer in eine Geschenkbox verpackt. Außerdem erhältlich ist eine weitere auf 500 Stück limitierte Edition von VIP-Geschenksets, ausgestattet mit je zwei individualisierten Champagnergläsern aus Kristallglas und Biergläsern, verpackt in einer satinierten Präsentationsbox. Im Rahmen der Fußball-WM in Südafrika hatte Asia Incentives bereits eine groß angelegte Kampagne für TAB mit offiziellen Lizenzprodukten für das Team Australiens realisiert.

46856 • Asia Incentives • Tel +44 208 4455500

sales@asiaincentives.com • www.asiaincentives.com





NEUE REZEPTE FÜR DEN GRILLMEISTER

Für alle Würstchen-Verweigerer gibt es mit der Kochbox BBQ von Lardon eine echte Alternative. 35 neue Rezepte für den Grillmeister lassen sich blicken, wenn der Nutzer die BBQ-Box aufgeschoben hat und die Rezepte wie beim Kartenspiel aufgefächert hat. Jede Rezeptkarte ist gleichzeitig auch eine Einkaufsliste, schließlich sind alle Zutaten auf der Vorderseite aufgeführt. Die BBQ-Kochbox ist die sechste aus der Kochbox-Serie von Lardon, im Aussehen ähnlich einer überdimensionierten Streichholzschachtel. Sie enthalten außer BBQ auf Wunsch auch zündende Ideen für Suppen, Pasta, Asiatisches, schnelle Küche und Süßes, aus denen sich sogar ein individuelles Menü zusammenstellen lässt.

48116 • Lardon • Tel +49 30 20056690

claudia.lardon@lardon-media.com • www.lardon-media.com



Duschöl



Handreinigung



Badetabs



Duschgel



Energy Drink



Sun Lotion



Shots



Power Pearls



Sekt



Aroma Roll On



Handbalsam



Colourgy



Handseife



Secco Gold



Quellwasser

Sanders Imagetools GmbH & Co. KG

Traunreuter Straße 16

D-93073 Neutraubling

Tel: +49 (0)9401 / 60798 - 0

Fax: +49 (0)9401 / 60798 - 99

welcome@imagetools.com

www.imagetools.com



STEUERN UND RECHT

WAS SICH 2011 FÜR UNTERNEHMEN ÄNDERT

2011 haben auch die Unternehmer der Werbeartikelbranche wieder eine Reihe an neuen Vorschriften und Gesetzen zu beachten. Die Industrie- und Handelskammer Stuttgart hat auf ihrer Website die wichtigsten Neuerungen zusammengestellt.

Zum Jahreswechsel sind wieder vielfältige neue Rechts- und Steuerregelungen in Kraft getreten. So sind Unternehmer etwa ab 2011 dazu verpflichtet, ihre Umsatzsteuer-Jahreserklärung elektronisch an das zuständige Finanzamt zu übermitteln. Lesen Sie im Folgenden, was in diesem Jahr in puncto Steuern und Recht zu beachten ist.

1. ELEKTRONISCHE BILANZ UM 12 MONATE VERSCHOBEN

Wegen der Kritik aus der Wirtschaft wird das Vorhaben der digitalen Bilanz (E-Bilanz) auf Wirtschaftsjahre verschoben, die nach dem 31. Dezember 2011 beginnen. Dabei soll auch der kritisierte Datenumfang überprüft werden.

2. ELEKTRONISCHES VERFAHREN STATT LOHNSTEUERKARTE

Ab dem Jahr 2012 werden die Lohnsteuerkarten durch ein elektronisches Verfahren ersetzt (ELStAM – Elektronische Lohnsteuerabzugsmerkmale). Für das laufende Jahr sind daher keine neuen Lohnsteuerkarten ausgegeben worden. Die Karten des Jahres 2010 sind auch 2011 gültig.



3. VEREINFACHUNG BEI DIENSTREISE-ABRECHNUNGEN

Insbesondere der Ersatz von Mahlzeiten auf Dienstreisen wird einfacher: Für den steuerfreien Ersatz unter Ansatz der Sachbezugswerte wurden die Anforderungen erheblich reduziert, teilweise bereits rückwirkend zum 1. Januar 2010.

4. STEUERPFlicht VON ERSTATTUNGSZINSEN BEACHTEN

Erstattungsinsen sind nunmehr als Kapitaleinkünfte steuerpflichtig. Dies gilt für alle Fälle, in denen die Steuerfestsetzung noch nicht bestandskräftig ist, also auch für Altfälle.

5. NUR NOCH LINEARE ABSCHREIBUNG FÜR BEWEGLICHE GÜTER

Bewegliche Wirtschaftsgüter des Anlagevermögens konnten in Reaktion auf die Krise vorübergehend bis zum 31. Dezember 2010 degressiv abgeschrieben werden. In den ersten Jahren nach der Anschaffung konnte so ein höheres Abschreibevolumen

die Steuerlast drücken, das in den Folgejahren abnahm. Bewegliche Wirtschaftsgüter, die ab dem 1. Januar 2011 angeschafft worden sind, müssen wieder linear, das heißt gleichmäßig über die gesamte Nutzungsdauer, abgeschrieben werden.

6. HÄUSLICHES ARBEITSZIMMER UNTER UMSTÄNDEN ABSETZBAR

Die alte Regelung zu den Aufwendungen für ein häusliches Arbeitszimmer erachtete das Bundesverfassungsgericht in bestimmten Punkten für verfassungswidrig. Neu ist nun, dass in Fällen, in denen kein anderer Arbeitsplatz zur Verfügung steht, Aufwendungen bis zu 1250 Euro abgezogen werden können. Die Regelung greift rückwirkend für alle noch offenen Fälle bis zum Jahr 2007.

7. VERLAGERUNG DER BUCHFÜHRUNG INS AUSLAND VEREINFACHT

Die Verlagerung ist nunmehr auch in Drittstaaten möglich. Voraussetzung ist, dass der Datenzugriff in vollem Umfang möglich ist, der Steuerpflichtige keine Mitwir-

kungspflichten verletzt hat und die Besteuerung nicht beeinträchtigt wird. Eine Zustimmung zum Datenzugriff durch den Staat, in den verlagert wird, ist nicht mehr nötig.

8. INVESTITIONSABZUGSBETRAG UNTER ALTEN VORAUSSETZUNGEN

Krisenbedingt wurden die Anforderungen, die Unternehmen erfüllen müssen, um in den Genuss der Vergünstigungen zu kommen, heruntergeschraubt. Ab 2011 gelten wieder die Schwellenwerte von maximal 235000 Euro Eigenkapital beziehungsweise 200000 Euro Jahresgewinn.

9. ERMÄSSIGUNGEN BEI ENERGIE-STEERN SINKEN

Als Sparmaßnahme wird die Ermäßigung bei den Steuersätzen von 40 Prozent auf 25 Prozent gesenkt und der Sockelbetrag von 512,50 Euro auf 1000 Euro erhöht. Der Spitzenausgleich deckt nunmehr nicht mehr 95 Prozent, sondern 90 Prozent der Nettobelastung ab.

10. EU-VORSTEUERVERGÜTUNG AUS 2009 NOCH BIS 31. MÄRZ 2011

Wer noch Umsatzsteuervergütungsansprüche aus 2009 hat, kann diese bis zum 31. März 2011 über das Bundeszentralamt für Steuern einfordern. Die Frist verstreicht regelmäßig am 30. September, wurde aber einmalig wegen technischer Probleme verlängert.

11. ELEKTRONISCHE ÜBERMITTLUNG DER UMSATZSTEUER-JAHRESERKLÄRUNG

Ab dem laufenden Jahr müssen Unternehmer ihre Umsatzsteuer-Jahreserklärung elektronisch an das zuständige Finanzamt übermitteln. Nur in Ausnahmefällen kann die Umsatzsteuererklärung weiterhin nach amtlichem Muster eingereicht werden.

Neben den genannten Änderungen hat die Bundesregierung ein Maßnahmenpaket zur Steuervereinfachung beschlossen, das allerdings noch im Projektstatus verharrt und erst umgesetzt werden muss. Mehr Informationen dazu erhalten Sie unter www.bundesregierung.de <



Der innovative „Back to me“-Service ist ein attraktives Service-Angebot für Werbeartikel.

CODE-NO.COM GMBH: BACK TO ME

CLEVERE INCENTIVES UND PRÄSENTE

Werden Wertgegenstände verloren oder gestohlen, greifen Wut und Verzweiflung um sich. Hoffnung, das abhanden gekommene Gut zurückzubekommen, bringt eine clevere Geschäftsidee der CODE-No.com GmbH: Das Tool identifiziert Produkte mit Hilfe einer onlinebasierten Codierung, schützt so vor Diebstahl und bringt verlorenes Eigentum zurück.

Pro Jahr gehen aufgrund einer Sita-Studie etwa 30 Millionen Koffer und Taschen an Flughäfen verloren – und mehr als 200 000 davon tauchen nie wieder auf. Laut Statistik des Bundeskriminalamts werden in Deutschland rund 300 000 Handy- sowie rund 400 000 Fahrraddiebstähle gemeldet. Unwiederbringlich verloren, für immer? Nicht, wenn der verloren gegangene Wertgegenstand mit einer sogenannten Code-Nummer versehen ist: Für seine ebenso clevere wie effektive Geschäftsidee, Markenprodukte mit einer onlinebasierten Produkt-Codierung zu kennzeichnen, erhielt Markus Krechting, Firmengründer und Geschäftsführer von CODE-No.com, im November 2009 den „Hessischen Gründerpreis“ in der Kategorie „Intelligente Geschäftsidee“. In der Laudatio wurde CODE-No.com insbesondere für die expansionsorientierte Strategie sowie für den hohen Nutzen für Geschäfts- und Endkunden gewürdigt.



Wertsachen aller Art können codiert werden.

ÜBERZEUGENDE GESCHÄFTSIDE

Die CODE-No.com GmbH (engl. Code-Number) mit Sitz in Frankfurt am Main identifiziert mit Hilfe einer onlinebasierten Produkt-Codierung Markenprodukte, schützt vor Diebstahl und bringt verlorenes Eigentum zurück. „Dazu vertreibt die CODE-No.com einerseits Lizenzen an Markenhersteller zur Integration von CODE-Nummern in Produkte, wie beispielsweise Fahrräder, Gepäck, Handys, und das bereits innerhalb des Produktionsprozesses“, erläutert Krechting. Andererseits können Besitzer von Notebooks, Handys und Kameras selbst CODE-No.com-Labels erwerben, die sie an ihren Wertgegenständen anbringen können. „Gleiches gilt für Gepäck und Schlüssel, für die CODE-No.com-Anhänger zur Verfügung stehen“, ergänzt Markus Krechting.

NAMHAFTE KUNDEN

Die Geschäftsidee überzeugt: Das 2007 gegründete Internet-Unternehmen hat mitt-



Eine aufmerksamkeitsstarke Produktidee: Anhänger oder Aufkleber mit dem Code, der Verlorenes auf anonymem Wege zuverlässig zurückbringt.

lerweile viele namhafte Kunden, darunter Porsche Design, TUI und den Fahrradhersteller Kreidler, der seit Anfang 2010 alle Fahrräder mit je einer CODE-Nummer ausliefert. Neue prominente Partner sind Luftansa City Center und Samsung. Samsung hat mit der NX10 eine neue Premium-Ka-

mera auf den Markt gebracht, die bei CODE-No.com registriert werden kann. Die jüngste Kooperation wurde erst im Herbst 2010 mit einem US-amerikanischen Hersteller für Junioren-Golfequipment geschlossen. Erfahrungsgemäß lassen viele Kinder ihre Schläger im Clubhaus stehen oder verlie-



Dr. Markus Krechting wurde für seine intelligente Geschäftsidee 2009 mit dem „Hessischen Gründerpreis“ ausgezeichnet.

CODE-No.com
back to me



Die CODE-No.com GmbH (engl. Code-Number) mit Sitz in Frankfurt am Main identifiziert mit Hilfe einer onlinebasierten Produkt-Codierung Markenprodukte.

ren sie auf dem Grün. Mit der kostenlos im Schlägerkopf eingravierten Nummer hat der Golfer die Möglichkeit, seinen Schläger auf der Internet-Plattform www.CODE-No.com kostenlos zu registrieren. Damit wird eine Rückgabe anonym und weltweit jederzeit problemlos möglich.

AUCH BRILLEN EFFEKTIV CODIEREN
Anfang dieses Jahres hat CODE-No.com mit einem namhaften Optiker aus Baden-Württemberg eine Kooperation geschlossen, die den Kunden des Optikers einen hohen Schutz vor Verlust oder Diebstahl

ihrer Brille bietet. „Gegenstand der Kooperation ist, dass Brillenträger ihr Gestell künftig mit einer einmaligen Code-Nummer versehen lassen können“, erklärt der findige Geschäftsführer des Frankfurter Unternehmens. Vor allem die Träger hochwertiger Brillen und wertvoller Sonnenbrillen profitieren von dieser einfachen und anwenderfreundlichen Lösung: Die Brillenfassungen erhalten auf Kundenwunsch entweder eine hochwertige Lasergravur oder ein exklusives Label im Bügel mit der individuellen Code-Nummer. Auf der Web-

site www.CODE-No.com kann der Besitzer sein Markengestell in der Folge mit wenigen Mausklicks registrieren, sodass bei Verlust der Brille eine Rückgabe weltweit anonym möglich ist. Bei Verlust der Brille kann sich der Finder über diese weltweit zugängliche Online-Plattform melden. Das Unternehmen sendet die Brille dann zuverlässig dem jeweiligen Eigentümer zurück – ohne, dass persönliche Daten des Besitzers preisgegeben werden müssen. Krechting: „Zusätzlich schützt die im Innenbügel sichtbare Registrierung der Brille auch vor Diebstahl, weil die Statusprüfung einer Code-Nummer auf der Internet-Plattform Gegenstände sofort als Fehlerware entlarvt und diese damit nur schwer veräußerbar sind.“ Dieses Angebot ist für Brillen bislang deutschlandweit einmalig.

INNOVATIVES INCENTIVE ODER PRÄSENT

Für Kunden ist das Anbringen der Code-Nummern kostenfrei. Mit dem innovativen „Back to me“-Service erhalten auch Werbeartikel ein attraktives Service-Angebot. Als innovatives Incentive oder Präsent unterstützen CODE-No.com-Artikel die Neukundengewinnungs- und Kundenbindungsmaßnahmen der Nutzer. „Maßgefertigt im Corporate Design der Anwender, transportieren die Produkte mit der Nummer beispielsweise als Anhänger an Schlüsseln, Taschen und Koffern den Markennamen über Jahre hinaus“, beschreibt Krechting den Nutzen für Kunden aus der Werbemittelbranche. Markenhersteller anderer Branchen greifen schon länger auf die Dienstleistung von CODE-No.com zurück. Denn oft bedeutet das Verschwinden persönlicher Wertgegenstände nicht nur einen monetären, sondern auch einen immateriellen Verlust. „Über die Code-Nummer wird die Chance um ein Vielfaches erhöht, einen verloren gegangenen Gegenstand dem Besitzer wieder zurückbringen zu können“, so Markus Krechting, der nach der erfolgreich abgeschlossenen Finanzierungsrunde im Herbst 2009 mit CODE-No.com auf dem Weg ist, das Unternehmen international auszubauen.

www.CODE-No.com





aimfap

AIMFAP
The importers'
wholesalers' and
promotional goods
manufacturers'
association

Visit our new web page
www.aimfap.com

*** Contact with the
100 most important
companies of the
promotional sector**



- A.F.A.M.S.A.
- ACCESORIOS CUHER
- AFISA
- AMODOU INTERNACIONAL, S.L. (MINIPHOTOSTUDIO)
- ANDA PRESENT IBERICA, S.L.
- ANYAN PROMOTIONAL TRADING, S.L.U.
- ARAIA IMPORT GROUP, S.L.
- ARTIMETAL, S.L.
- ASLEON, S.L.
- BOHORQUEZ 1918, S.L.
- BORDADO STUDIO SL
- BUSINESS EUROPEAN PUBLICITY, S.L.
- CAELCA
- CAMILO VILAS, S.L.
- CAMISETAS SANTOMERA, S.L.
- CARCHIDEA S.L.
- CASTALLA IMPORT, S.L.
- CATAL IMPORTACIONES, S.L. (MAKITO)
- CEM MONTERO, S.L.
- CIFRA, S.L.
- CLIPY (ARTUR BEGIN, S.L.)
- CRISJOPLAST, S.L.
- CUKA DESING
- DIGITAL CAMERAS, S.L.
- DISEÑO Y APLICACIONES DEL NO TEJIDO
- EMILSA, S.A.
- ENCENDER Y ESCRIBIR
- ENDULZARTE EN BOCA DE TODOS, S.L.
- ENFIOS BORDADOS PUBLICITARIOS
- ETITECNIC, S.L.
- EUROGIFTS SL
- FALK & ROSS SPAIN, S.L.
- FORMATOS COLOR Y DISEÑO SL
- FUSTABLOC SL
- GIVING EUROPE
- GLOBAL MARKETING TRADE SERVICES, S.L.
- GLOBOLANDIA
- GRP, GISPRT REGALOS PUBLICITARIOS, S.L.
- GRUPO PUNZON
- HISARNOX, S.L.
- IBER DREAMS, S.L.
- IMPORTACIONES AMBER, S.L.
- INDUSTRIAS LOPEZ Y ESTEBAN SA
- INDUSTRIAS Y DESARROLLO GAMAX, S.L.
- INSPIRION ESPAÑA
- INUES PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN SLU
- FUNDICIÓN INYECTADA IRK XXI, S.L.
- ITALOAGENDAS SA
- JHK TRADER, S.L.
- J.M. BROSS
- JURADO MARIN, S.L.
- LA BOULE OBUT S.A.S.
- L & D, S.A.
- LEBI BAGS
- LIDERTIME COMPANY, S.L.
- LINITEX MERCHANDISING, S.L.
- LM ACCESSOIRES GMBH
- LPS SISTEMAS DE TRANSFERENCIAS, S.L.
- LUXPRINT (JOHNNY BOY, S.L.)
- MANUFACTURAS METÁLICAS PUBLICITARIAS, S.A. (SEDESMA)
- MANUFACTURAS VG SL
- MISTER MARSHALL, S.L.
- MONOGRÁFICO, S.L.
- MUNDIAL IMPORT, S.L.
- MUROPUBLIC, S.L.
- NKH ESPAÑA
- NORWOOD PROMOTIONAL PRODUCTS EUROPE S.L.U.
- OK TEXTIL (TEXTIL 50 50, S.L.)
- PAD'S WORLD, S.L.
- PIXIKA, S.A.S.
- POESSA PROMOTION, S.L.
- POSTERFIX, S.L.
- PRADOPIEL, S.L.
- PROMOTACHI, S.L.
- PUBLIGIFTS, S.L.
- RECLAMOS DEL NOROESTE
- RECLAMOS PUBLICITARIOS S'PAMAY, S.L.
- RG. PUBLICIDAD Y REGALOS DE EMPRESA, S.L.
- RPZ GROUP
- SDS DEONET
- SENANDE, S.L.
- SERIAN CENTRODIST, S.L.
- SERIPAFAER SL
- SHIRTS AND STICKERS, S.L.
- SIEGE SL
- SIGNO TRABAJOS AUXILIARES (PEMEL FORTUNA)
- SPACE GIFT
- STAEL, S.A.
- STARVINOS, S.L.
- STYB, S.A.
- SUPRAIMPORT REGALOS, S.L.
- TEC 1 ELECTRONICS GROUP, S.A.
- TEMPUS REGI
- TENLLADO, S.L.
- TRONICA INTERNACIONAL SA
- TROPPO REGALO SL
- VARDENOD ASOCIADOS
- ZIRAKETAN SRL



aimfap

ARBOLEDA, 14 - LOCAL 41 • 28031 MADRID

TELF./FAX: 91 301 34 00 • www.aimfap.com • aimfap@aimfap.com

ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES, MAYORISTAS Y FABRICANTES DE ARTÍCULOS PROMOCIONALES



UNIVERSAL S.P.A.

DIE GANZE WELT DER FARBEN

Das Mitte der 1950er-Jahre von Alexander Frola in Torino Settimese gegründete Unternehmen Universal hat sich zum bedeutenden Schreibgerätehersteller entwickelt. Seit Ende der 1990er-Jahre liefert Universal auch Schreibgeräte für die Werbeartikelindustrie und ist heute weltweit auf über 60 Märkten präsent. Die Geschichte des Unternehmens macht deutlich, warum es so erfolgreich ist.

Mitte der 1950er-Jahre wird das provinzielle Torino Settimese – die kleine Schwester Turins im Piemont – zu einem bedeutenden Standort der Schreibwaren-Industrie. Dieser überraschende Erfolg ist kein Zufall und keine Laune der Geschichte, sondern erklärt sich aus dem visionären Unternehmergeist solcher Entrepreneure wie Alexander Frola. Dem Gründer von Universal S.p.A. gelang es nicht nur, als

Hersteller von Kugelschreibern, Füllern, Markern & Co auf dem internationalen Schreibwarenmarkt Fuß zu fassen, sondern er schrieb mit Universal eine beispiellose Erfolgsgeschichte: Er schuf eine bedeutende Marke, unter deren Dach jedes Jahr dreißig Millionen Kugelschreiber des Typs „Slalom“ und „Mambo“ produziert werden. Ebenfalls ein Verkaufsschlager von Universal sind die Kinderstifte der

Marke Carioca – allen voran der Carioca Maxi 10 Colori, der klassische Zehn-Farben-Stift. Um der Explosion der Nachfrage begegnen zu können, eröffnete das Unternehmen 1964 eine weitere Fabrik in Spanien und schon bald die nächste in China. Das norditalienische Traditionsunternehmen ist bis heute in Hand der Familie Frola und vertreibt seine Produkte in mehr als 100 Ländern.



Die große Bandbreite an Schreibwaren und Sets macht Universal auch zum interessanten Partner des Werbeartikelhandels.



Gut gelaunt und voller Ideen: Das Team des Werbeartikelbereichs.



Vor allem bei Schreibwaren für Kinder setzt Universal auf Innovationen.

DEN WERBEARTIKELMARKT AUSGEBAUT

Die Turiner hatten schon immer ein Auge für die Werbeartikelbranche, doch erst Ende der 1990er-Jahre entwickelte man eine dezidierte Marketingstrategie und widmete dem an Bedeutung gewinnenden Geschäftsfeld eine eigene Marketingabteilung. 1997 holte man sich qualifizierte Verstärkung an Bord, um die kommerzielle Entwicklung dieses Sektors voranzutreiben. Mit seiner Erfahrung im Werbeartikelbereich überantwortete man Gianfranco Tria die Gestaltung der neu gegründeten Abteilung und begann mit der Eroberung ausländischer Märkte. Heute ist Universal auf 60 nationalen Werbeartikelmärkten präsent. Darunter sind große und wichtige Märkte wie die Vereinigten Staaten, Russland, Frankreich oder Deutschland, aber auch Schwellenmärkte wie die Tschechische Republik, Ungarn, die Ukraine oder Bulgarien. „Nach dreizehn Jahren ist die Bilanz sehr positiv und ich kann sicher sagen, dass wir heu-

te zu den Top 3 des Sektors gehören“, erklärt Gianfranco Tria.

STARK DURCH LEISTUNGSFÄHIGKEIT

Manche Zahlen sagen mehr als viele Worte: Auf 50 000 Quadratmetern seiner neuen Turiner Fabrik kann Universal insgesamt bis zu vier Millionen Stifte am Tag produzieren. Das Gelände beherbergt die Büros sowie die Hightech-Produktion. Herstellung, Montage mit integrierter Qualitätskontrolle sowie das Packaging sind vollautomatisiert, um eine konstante und effiziente Produktivität zu garantieren. Mit seiner modernen und leistungsfähigen Produktion ist das Unternehmen der Konkurrenz einen Schritt voraus, meint Gianfranco Tria: „Dies bedeutet einfach, dass wir allen Kundenanfragen ohne Probleme nachkommen können. Wir können Sonderanfertigungen auch in großen Stückzahlen anbieten – das können nur wenige Unternehmen. Und das gilt auch für die Ad-hoc-Solutions, etwa in den Bereichen Technik und Design. Es gibt kaum



Sicherheit wird groß geschrieben: Ein firmeneigenes Labor prüft alle Erzeugnisse auf Qualität und die Konformität.

einen Wunsch, den wir nicht erfüllen können.“ Universal ist eines der wenigen Unternehmen, die neben den traditionellen Druckmethoden eine Personalisierung der Produkte durch digitale Drucktechnik anbieten. Auch in Sachen Warenlieferung drückt sich die besondere Leistungsfähigkeit aus: Standard-Produkte werden am Folgetag geliefert, personalisierte Produkte innerhalb einer Woche.

AUF KREATIVITÄT UND SICHERHEIT GESETZT

Mit der Gründung von Carioca hat sich Universal erfolgreich im Segment der Schreibwaren für Kinder etabliert. Die Marke Carioca hat einen Anteil von rund 80 Prozent

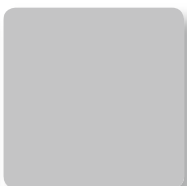
am Gesamtumsatz von Universal: Dies zeigt, dass Kinder auch im Bereich Werbeartikel eine interessante Zielgruppe darstellen. Gian franco Tria bringt das auf den einfachen Punkt: „Wem würden Sie ein Geschenk, eine Freude machen wollen? Die meisten Leute denken zuerst an ihre Familie und vor allem an ihre Kinder.“ Im Land der „Bambini“ klingt diese kommerzielle Strategie nach einem Erfolgsrezept. Und dieser Ansatz hat weitreichende Konsequenzen für die Marketing- und Produktionsstrategie der Firma. Bei Carioca gilt das Credo: „Sicherheit und Kreativität“ – made in Italy. In Worten Gianfranco Trias: „Kinder sind neugierig und kreativ. Viel schnell-

er als Erwachsene sind sie von einem Produkt gelangweilt. Deswegen setzen wir bei Produkten für Kinder auf Innovationen.“ Doch mit der kindlichen Neugier kann man in Turin gut Schritt halten. Mit durchschnittlich zehn Neuheiten pro Jahr stellen sich die Marketing- und Innovationsabteilungen als Kernbereiche des Unternehmens auf diese Anforderungen ein. Ein weiterer Schwerpunkt der Unternehmenspolitik ist die Sicherheit der Produkte. Im Herzen der Fabrik befindet sich ein firmeneigenes Labor, wo man die Produkte auf Qualität und Sicherheit prüft – bei laufender Produktion. Diese Idee garantiert ein optimales Verhältnis von Sicherheit und Effizienz: „Einerseits können wir im Vorfeld der Produktion mit den Ingenieuren zusammenarbeiten, um die Qualität und die Konformität der Produkte zu gewährleisten. Andererseits können wir während der Produktionsprozesse jederzeit kontrollieren und gegebenenfalls die nötigen Anpassungen vornehmen“, erklärt Fabio Bertgaglia, Chemie-Ingenieur bei Universal.

DIE RICHTIGEN PARTNER

Das A und O des Erfolgs von Universal liegt in der Wahl des richtigen Partners. Die Turiner haben es geschafft, dauerhafte und erfolgreiche Geschäftsbeziehungen aufzubauen. „Damit haben wir gezeigt, dass unsere Produkte in vielen verschiedenen Situationen geeignete und aufmerksamkeitsstarke Werbeträger sind.“ So findet man die Carioca-Stifte ebenso als klassisches Geschenk in einem Osterei als auch in personalisierter Verpackung in einem berühmten italienischen Erlebnispark. Parallel wächst auch die Nachfrage nach Produkten, die bei Veranstaltungen wie zum Beispiel Sportturnieren, zum Einsatz kommen. Es gibt eben kaum einen Ort, an dem der klassische Buntstift nicht willkommen wäre. So bekam dieses Jahr beim Fest des heiligen Grabtuchs in Turin jedes Besucherkind einen Zehn-Farben-Stift. <

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**



PLANTANAS GROUP GMBH

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.

Die Idee zu „Werben mit Tee“ kam Henry Böck, Geschäftsführer von Plantanas, schon vor vielen Jahren. Dabei stellte sich der passionierte Teetrinker die Frage „Warum schenkt mir niemand einen guten Tee?“ Daran etwas zu ändern, war Henry Böck mehr als geeignet. Stammt der diplomierte Business-Manager doch aus einer Unternehmerfamilie, die schon seit knapp 60 Jahren im direkten Kontakt

zu exklusiven Tee- und Gewürzplantagen steht und zu den führenden Import- und Herstellungsfirmen in Europa gehört. Anfang 2010 verwirklichte das Unternehmen diese Idee und eröffnete den neuen und erfolgreichen Unternehmenszweig „werben-mit-tee.de“. Mit einer Herstellungskapazität von bis zu fünf Tonnen pro Tag möchte das Unternehmen aber auch den kleinsten Firmen die Möglichkeit ge-

ben, ihre Kunden oder Mitarbeiter mit dem Genuss eines exklusiven Tees zu verwöhnen. So werden bereits Bestellungen ab einer Stückzahl von 100 Dosen oder Päckchen individuell gefertigt und das Design kann ebenfalls durch hauseigene Designer kostenlos erstellt werden.

EINE IDEE DIE SCHMECKT

Tee ist als Werbemittel nicht nur besonders attraktiv, er schmeckt auch noch rich-



Plantanas-Geschäftsführer Henry Böck: „Die Liebe und Begeisterung für das Produkt Tee sind unsere wichtigsten Erfolgsparameter.“

DIE LEISTUNGEN VON PLANTANAS AUF EINEN BLICK

- Individuelle Teemischung oder wahlweise einen der hochwertigen Tees aus dem umfangreichen Sortiment
- Hauseigene Designer gestalten das Etikett nach Vorschlägen. Logo oder komplettes Corporate Design
- Exklusive Weißblechdose oder Schmuckpäckchen
- Auf Wunsch wird auch der Direktversand an Partner und Kunden übernommen
- Mindestabnahme 100 Dosen oder Päckchen à 100 g
- Keine Klischeekosten, da die Firma Plantanas mit einer hauseigenen Etikettendruckerei arbeitet
- Festpreis

ist der Drucker HP Indigo. Damit können wir für unsere Kunden einen individuellen und professionellen Etikettendruck ermöglichen und das in Kleinstauflage und ohne Klischeekosten“, betont Böck.

DIE WERTE

Die Firma Plantanas hat einen individuellen Wertekanon entwickelt, der ihrem Tun und Handeln zugrunde liegt. Ihre Werte definieren die Ansprüche, die an ihre Produkte, Dienstleistungen, Partner und Mitarbeiter gestellt werden. „Nur dann, wenn diese Werte umfassend erfüllt werden, werden auch unsere Marken lebendig“, so Böck und konkretisiert: „Unsere Werte sind: liebenswert, einzigartig, überraschend, hochwertig, emotional. Wenn sich Kunden für eine Marke der Plantanas Group GmbH entscheiden, erleben sie eine spürbare Umsetzung dieser Werte. Wenn sich Partner bei Plantanas bewerben, müssen sie diese Werte konsequent inkorporieren und deren Einhaltung gewährleisten. Wenn sich Mitarbeiter bewerben, um in die Familie der Plantanas Group aufgenommen zu werden, müssen sie die Werte verstehen und deren Interpretation in ihrem Verantwortungsbereich verbindlich leben.“

www.plantanass.com



tig gut. „Kaum ein Kunde wird dieser Versuchung widerstehen können. So haben Firmen damit nicht nur die Möglichkeit, für ihr Unternehmen zu werben, sondern bereiten gleichzeitig ihren Kunden und Mitarbeitern eine wahre Freude“, ist sich Böck sicher. „Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft, Tee vertieft sie noch“, so Böck weiter. „Eine schöne Teedose wird niemals fortgeworfen, sondern findet immer einen schönen Platz in jedem Haushalt und wer seine Mitarbeiter beschenkt, möchte damit seine Anerkennung zeigen. Was wäre dazu besser geeignet als ein wohl-schmeckender und exklusiv verpackter Tee?“, fragt Böck und ergänzt: „Die Liebe und Begeisterung für das Produkt Tee sind unsere wichtigsten Erfolgsparameter. Gute Produkte mit allen Sinnen erleben, das ist bei einer fachkundigen Beratung ein Garant für uneingeschränkten Genuss. Wir

stellen den höchsten Anspruch an die Qualität unserer importierten und hergestellten Produkte sowie an die Qualitätssicherung des Ursprungs.“

DIE QUAL DER WAHL

Bei über 1700 verschiedenen Teesorten von hochwertigen Grün-, Schwarz-, Roiboos-, Früchte- und Kräutertees finden Firmen für jedes Projekt etwas Passendes. Und sollte es doch noch individueller werden, dann wird einfach eine neue Teemischung kreiert. „Selbstverständlich ist die Leistung im Preis bereits inbegriffen“, so der Geschäftsführer. Schon ab einer Mindestabnahme von nur 100 Stück fertigt die Firma Plantanas individuelle Teeserien. Das Design kann entweder selbst gestaltet werden, oder die hauseigene Grafikabteilung übernimmt diesen Part und gestaltet das Etikett nach Vorgaben. Diese Leistung bietet Plantanas kostenfrei an. „Unsere neuste Errungenschaft



THOMAS BRECHT UND HANS-JOACHIM APPEL

EIN STARKES DUO

Die branchenspezifische Software KS1 der Offene Systeme Software! gehört für viele PSI Firmen zum Alltag. Uns hat die spannende Entstehungsgeschichte dieses Systems interessiert, die auf einer langjährigen, konstruktiven Kooperation des Chef-Entwicklers Thomas Brecht mit dem Werbeartikel-Großhändler Hans-Joachim Appel basiert. Ein Portrait des Duos, das auch ein Stück Branchenentwicklung dokumentiert.

KS1-Nutzer kennen Thomas Brecht als den kompetenten und pfiffigen Zweimeter-Mann von Offene Systeme Software!, der auf alle ihre Fragen zur branchenspezifischen Warenwirtschaft eine Antwort

weiß. Der Diplom-Informatiker, der sie von Anfang an beraten hat, ihre Bedürfnisse kennt und diese, wenn irgend möglich, ins System integriert. Der ihnen Neuerungen und Updates erklärt und immer dann wei-

terhilft, wenn es bei kniffligen Aufgaben einmal hakt. Nicht alle zufriedenen Anwender wissen, dass das System, das sie täglich nutzen, seinen Ursprung im Werbeartikelhandel hat, dass es also aus der Praxis heraus entwickelt wurde. Vor diesem Hintergrund wird der Erfolg von KS1 verständlich: von der Praxis für die Praxis.

35 JAHRE ERFAHRUNG

Die Praxis, das war in diesem Falle das Brühler Unternehmen Appel Promotion mit seinem Gründer und Inhaber Hans-Joachim Appel. Nach seiner Ausbildung als Industriekaufmann studierte Appel Betriebswirtschaft in Mainz. Schon nebenbei sowie anschließend sammelte er Erfahrung in der Markenartikelindustrie der Region, bis er zu Lamy nach Heidelberg ging, mit dem Auftrag, dort das Werbemittelgeschäft aufzubauen. Alles lief bestens, die Zahlen stimmten. Aber Appel, damals erst Ende 20, war im Innendienst und es fehlte ihm

die wirkliche Herausforderung. Also wollte er es wissen: Kann ich auch aktiv verkaufen? So machte er sich 1975 selbstständig und wurde Handelsvertreter für Lamy und Braun. Später kam der Werbeartikel-Großhandel dazu. Das Geschäft florierte. In den 35 Jahren Firmengeschichte gab es Höhen und Tiefen, auch ein Crash wurde überstanden, und heute ist die Firma gut für die Zukunft aufgestellt. Die Mitgliedschaft in der Werbegemeinschaft Ideen plus Marken ist dabei hilfreich. „Das Werbeartikel-Business ist ein Beziehungsgeschäft“, sagt Appel. Deswegen pflegt er auch seine Kundenkontakte selbst weiter, während sein Sohn Stefan, der seit sieben Jahren dabei ist, seinen eigenen Kundenkreis aufbaut. „Jede Generation spricht ihre eigenen Sprache, und es wird erwartet, dass man die gleiche Sprache spricht.“

CHANCEN DER EDV FRÜH ERKANNT

Hans-Joachim Appel ist nach eigener Aussage „datenverarbeitungsaffin“, und das schon seit den 1970er-Jahren. In einer Zeit, als die EDV noch in den Kinderschuhen steckte und sich niemand auch nur annähernd vorstellen konnte, was heutige Hard- und Software leisten können, waren Appel und sein Team schon auf der Suche nach einer Software, die auf die Bedürfnisse des Unternehmens zugeschnitten war, unter dessen Dach damals schon eine Handelsvertretung und ein Werbeartikel-großhandel bestanden. Das war nicht einfach, wie sich zeigte, denn die beiden Unternehmenszweige stellten unterschiedliche Anforderungen, denen kein Standardprogramm am Markt gerecht wurde. Also ließ sich Appel von Profis der Technologiefabrik Karlsruhe eine maßgeschneiderte Software entwickeln. Die begeisterte zunächst, denn sie erleichterte das Tagesgeschäft durch die elektronische Auftragsbearbeitung und Kundenverwaltung. Zunächst betreute Appel zusammen mit einem Junginformatiker die Software und passte sie den wachsenden Bedürfnissen an. So konnte man sich eine zeitlang weiterhelfen, bis mit MS Windows ein neuer Standard die Software-Welt bestimmte und die alte Lösung nicht mehr ausbaufähig war.

VOM BANKER ZUM INFORMATIKER

Inzwischen hatte auch Thomas Brecht die Bühne betreten, zunächst als Verstärkung, dann als Vertretung des Junginformatikers, der zu einem Auslandssemester aufgebrochen war. Zu diesem Zeitpunkt arbeitete der gelernte Bankkaufmann Brecht noch in einer Bank, doch das Angebot, sich um die EDV des Unternehmens zu kümmern, reizte ihn. Denn schon als Jugendlicher hatte er sich für die damals noch neue Welt der Computer begeistert, sich vieles beigebracht und auch an kleinen Programmen getüftelt. Diese Leidenschaft hatte er auch während seiner Banker-Zeit beibehalten und so war er technisch auf dem neuesten Stand. Die Herausforderung, eine Software zu entwickeln, nahm er also gerne an. Irgendwann wurde ihm bewusst, dass er zwar gerne bei der Bank war, sein Nebenjob aber seinen Interessen wesentlich näher kam. Also kündigte er und begann ein Informatikstudium in Mannheim. Nebenbei suchte er zusammen mit dem Appel-Team erneut nach einer leistungsfähigen Software-Alternative, mit der Werbeartikelunternehmen profitabler arbeiten können. Keines der angebotenen Pakete bestand den Zukunfts-Check. Nach inzwischen sieben Jahren fachspezifischer Programmiererfahrung konnte man dies beurteilen.

KS1: SOFTWARE FÜR DIE WERBEARTIKELWIRTSCHAFT

1996 schließlich gab man die Suche auf und fällte die Entscheidung: Das Appel-Team entwickelt seine Software selbst und benutzt die MS-Office-Welt als Plattform. Die Konzeptionsphase begann. Alle Parameter aus der Werbeartikel-Praxis und die Erfahrungen, die man mit der bisherigen Lösung gemacht hatte, wurden unter die Lupe genommen, bewertet und flossen in das neue Konzept ein. Es lag nahe, dass sich Thomas Brecht in seinen beiden Pflicht-Praxissemestern intensiv an der Konzeption und Entwicklung beteiligte. „Wir haben ein ganzes Jahr lang konzipiert und überlegt, was Sinn macht. Wie kann man die Abläufe gestalten, um den Werbeartikelhändler im Tagesgeschäft zu entlasten? Wichtig war uns auch, dass die Software

leicht zu bedienen ist. Deshalb bauten wir sie auf der damals noch neuen Office-Plattform auf, die ja dann Standard wurde und mit der sich fast jeder auskannte. Wer Office kannte, konnte auch mit unserer Software arbeiten – so ist es bis heute“, erinnert sich Brecht. 1997 schließlich war das Kind mit dem Namen KS1 geboren und wurde beim Appel-Team eingesetzt. Auch das hochgesteckte Ziel, ein zukunftscompatibles Produkt zu entwickeln, wurde erreicht, denn noch heute kann man auf dem damals erstellten logischen Gerüst aufbauen. „Die Grundkonzeption ist so gut, dass wir immer neue Anwendungen und Funktionen integrieren können, die der Entwicklung der branchenspezifischen Abläufe Rechnung tragen. Aktualität und Praxisnähe sind mit die größten Stärken von KS1“, so Brecht weiter.

IMMER AM PULS DER BRANCHE

Mit KS1 stand nun eine hervorragend funktionierende und praxiserprobte Software zur Verfügung. Der Bedarf am Markt war auf jeden Fall da – was lag also näher, als KS1 auch zu vermarkten? Deshalb wurde im Frühjahr 1998 der Bereich Softwareentwicklung vom Unternehmen Appel Promotion getrennt. Gesellschafter der Offene Systeme Software! waren Hans-Joachim Appel und Thomas Brecht, inzwischen diplomierter Informatiker. 2004 schied Hans-Joachim Appel als Gesellschafter aus, er kümmert sich aber weiterhin um das Marketing der Offene Systeme Software! Heute stehen Thomas Brecht als leitendem Entwickler zwei freiberufliche Diplom-Informatiker zur Seite. Im Vertrieb und Support wird er von Renate Gransee unterstützt, eine weitere Mitarbeiterin kümmert sich um Verwaltungsaufgaben. Ständig wird an der Erweiterung und Optimierung von KS1 gearbeitet. „Eine Software wird nie fertig“, sagt Brecht, und das gilt insbesondere für KS1. Denn die Ansprüche und Aufgaben in der schnelllebigen Werbeartikelbranche ändern sich permanent. Brecht und sein Team beobachten nicht nur laufend, was es technisch Neues gibt, sondern auch, was sich am Markt tut. Durch den ständigen Austausch mit den Anwendern von

THOMAS BRECHT IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Carpe diem.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn man den Tag gut genutzt hat.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Sehr zufriedene Kunden.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Der schlechte Umgang mancher Unternehmen mit Ihren Kunden.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Meine Schwächen.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

Beim Sport.

Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?

Zu Meer, Strand und Sonne.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für meine Lieben.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Nur wenn sie gut ist.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn ich ihn gerne haben will.

Der beste, den Sie je bekommen haben?

Eine Mini-LED-Leuchte.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Unnötiges und Sinnloses.

KS1 ist er stets informiert. „Wir haben eine enge Kundenbindung und sind daher immer am Puls der Branche. Die Anregungen, die von den Kunden kommen, zeigen uns, was die Branche braucht. Was sinnvoll ist, versuchen wir zu realisieren.“ Exklusiv-Entwicklungen für nur einen Kunden gibt es allerdings nicht. Denn Weiterentwicklungen sollen allen Kunden zugute kommen, sodass im Abo neben der Wartung auch die Updates enthalten sind.

GEFAHRLOS UMSTELLEN DANK IMPORTMODUL

Warenwirtschaft, Lagerverwaltung, Webshop, CRM-Tool, Telefonie, komfortable Produktsuche über den PSI Product Finder mit Datenimport – dies sind nur einige der Leistungen der schnellen, stabilen und dabei erschwinglichen Branchen-Software. Was KS1 sonst noch alles kann, wollen wir hier nicht im Einzelnen ausführen, auch wenn ihr Entwickler hier kaum zu bremsen ist. Er ist nicht nur ein kompetenter Fachmann, auch die enge Beziehung zu seinem „Kind“ ist nicht zu übersehen. Dabei fällt uns spontan ein: Was kann einem Kunden besseres passieren, als ein gutes Produkt zu bekommen und noch dazu so viel Engagement und Know-how von seinem Dienstleister? Dies wird honoriert, doch stellt Brecht immer wieder fest: „Die Umstellung auf eine neue Software macht manchen Unternehmen Angst. Denn sie fürchten, dass Daten verloren gehen könnten oder alles eine zeitlang nicht funktioniert. Deswegen haben wir ein komfortables Importmodul für Neueinsteiger entwickelt, das Altdaten gefahrlos übernimmt. Mit dem gleichen Werkzeug werden neue Lieferantenpreise nach Abgleich in die bestehenden Daten übernommen“, zerstreut er die Bedenken, die er ab und zu von Umstiegswilligen hört.

ZUKUNFT ZUM GREIFEN NAH

Was ist künftig von KS1 zu erwarten? Auch da hat das Team Appel/Brecht schon konkrete Vorstellungen: „Wir bereiten eine höchst komfortable Statusverwaltung für Aufträge und Angebote vor, die auf einen Blick sichtbar macht, was noch zu tun ist. Zudem können vom Anwender selbst definierte Statuseinträge ergänzt werden. Eine integrierte Terminverwaltung wird zuverlässig an alle Zwischen- und Endtermine erinnern. Eine SQL-Server-Anbindung wird realisiert.“ KS1 wächst also bald wieder weiter.

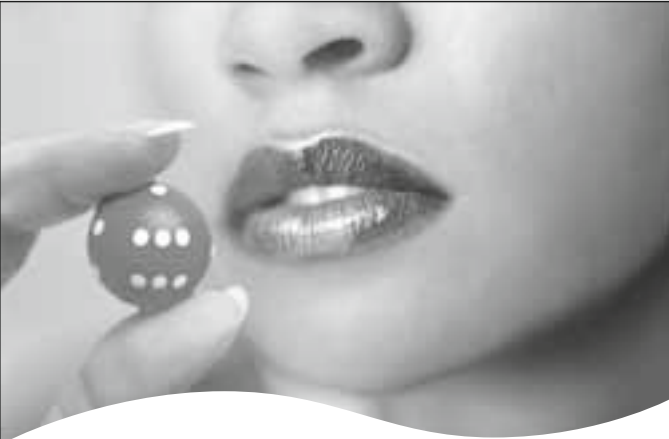
EIN GUTES TEAM

Was tun Thomas Brecht und Hans-Joachim Appel, um mal auf andere Gedanken zu kommen? Während Brecht sein Hobby zum Beruf gemacht hat und auch privat ein „Computerfreak“ ist, entspannt sich sein Kollege beim Kochen. Als Mitgründer der „Mediterranen Kochgesellschaft“ beschäftigt er sich mit Kochen nach ernährungswissenschaftlichen Prinzipien, hält Kochseminare und Ärztefortbildungen. Das dabei das Genießen nicht zu kurz kommt, liegt in der Natur der Sache. Ganz unterschiedliche Vorlieben haben die beiden also. Doch sie bilden ein Team, in dem sie sich schon viele Jahre hervorragend verstehen und ergänzen. <



Informationen
zu unseren
Sonderanfertigungen
erhalten Sie
unter

www.veloflex.de



LOVE ME. UNIKUS

Er ist der unwiderstehliche Sympathieträger für Ihre Werbung: **UNIKUS**, der einzigartige Rundwürfel. Zum Spielen, Verschenken, als Mailing, Give-away und und und. Die Möglichkeiten sind so vielfältig wie seine Farbauswahl. Mit Logoaufruck zeigt **UNIKUS** 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



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



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

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN

KOMPAKT UND KRÄFTIG

Wo es auf Geschwindigkeit und Schraubkomfort ankommt, sind Ratschenschraubendreher die erste Wahl. Werkzeugspezialist Wera stellt mit dem Modell Kraftform Kompakt 27 RA jetzt einen Ratschenschraubendreher vor, der besonders in engen Schraubsituationen seine Stärke ausspielt. Sechs in den Griff integrierte Bits sorgen für Unabhängigkeit und das hohe Drehmoment von bis zu 50 Newtonmetern macht das Werkzeug auch für Profis interessant. Weitere Highlights des Gerätes

sind der geringe Rückschwenkwinkel von acht Grad und die Feinverzahnung. Ein ergonomisch zu betätigender Richtungswechsler und eine arretierbare Mittelstellung für Feinjustierungen runden die Features ab.

48078 • Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co KG • Tel +49 202 4045144

matuschek@wera.de • www.wera.de



PS-STARKES KLEBEBAND

Den klassischen Klebebandabroller zum Verschließen von Paketen und anderen Packstücken hat Promowolsch jetzt in ein passendes Outfit gesteckt. Speziell für die Zielgruppe der Speditionen, Fuhrparks, Parcel-Service-Anbieter und alle, die etwas mit LKW zu tun haben, gibt es den LKW-Klebebandabroller in Brummi-Form. Auf beiden Seiten des Abrollers kann großflächig, quasi auf der Plane des LKW, eine individuelle Werbung aufgebracht werden. Aufmerksamkeitsstark transportiert das Hilfsmittel dann die Botschaft des werbenden Unternehmens bei jedem Einsatz zum Kunden. Das Produkt wird in Deutschland produziert.

44724 • Promowolsch Wolfgang Schmidt • Tel +49 2942 570201

info@promowolsch.de • www.promowolsch.de



DOPPELLASER SPART ZEIT

Mit dem Speedy 300 flexx stellt Trotec ein besonders effizientes Lasersystem vor. Erstmals wurden hier sowohl eine CO₂- und eine Faserlasersquelle in einem Gerät integriert. Beide Laser können dabei je nach Material abwechselnd aktiviert werden, was für den Anwender Zeitersparnis wie auch mehr Flexibilität bedeutet. Während der CO₂-Laser seine Stärken bei der Gravur von Kunststoff, Holz, Gummi, Glas, Leder und vielen weiteren Materialien ausspielt, ist der Faserlaser am Zuge, wenn es um die Beschriftung von Metallen oder die Verfärbung von Kunststoffen geht. Besonders interessant für Kunden, die momentan noch nicht beide Technologien nutzen müssen oder wollen: Das Modell Speedy 300 kann bei auftretendem Bedarf durch eine Aufrüstung zum flexx-Modell umgewandelt werden.

47804 • Trotec Laser GmbH • Tel +49 89 32299650

natalie.eichner@troteclaser.com • www.troteclaser.com





ESSEN MIT GEFÜHL

Mit der neuen Besteckserie Sensai für den Werbemittelmarkt verspricht Auerhahn exklusive Momente am Tisch. Das Unternehmen definiert Besteck-Design prinzipiell nicht nur über reine Schönheit, sondern auch über perfekte Ergonomie und sensible Sensorik. Das ist den Spezialisten auch mit Sensai wieder gelungen. Fließende Umrisse und hochwertiger Edelstahl 18/10 verleihen Kaffeelöffeln, Kuchengabeln, Espresso- und Latte-Macchiato-Löffeln eine unverwechselbare Silhouette. Tortenheber und Salatbesteck kombinieren spannende Optik mit erstklassiger Handhabung. Durch große Funktionsteile und kurzen Stiel generiert die Produktgestalterin Claudia Christl eine Aura kreativer Tischkultur.

45892 • Auerhahn Bestecke GmbH • Tel +49 7453 94680
info@auerhahn-bestecke.de • www.auerhahn-bestecke.de

KNABBERGLÜCK AM STIEL

Donuts und Waffeln am Stiel – Das ist mit dem neuen Multi Snack am Stiel von Unold kein Problem mehr. In das Gerät werden Wechsellatten-Sets für Donuts oder Waffeln eingelegt, der Teig hinzugefügt und schließlich die Holzstiele dazugegeben. Im Handumdrehen sind dann die leckeren Snacks für den kleinen Hunger zwischendurch fertig. Auch Figuren in Form von Mann und Frau am Stiel sind mit dem Gerät im Waffellook möglich. An den spülmaschinenfesten und antihaftbeschichteten Platten bleibt nichts hängen, verspricht der Hersteller. Die Temperatur lässt sich stufenlos regeln und ein Überhitzungsschutz sichert das Gerät vor zu hohen Betriebstemperaturen. Der Griff ist zudem wärmeisoliert.

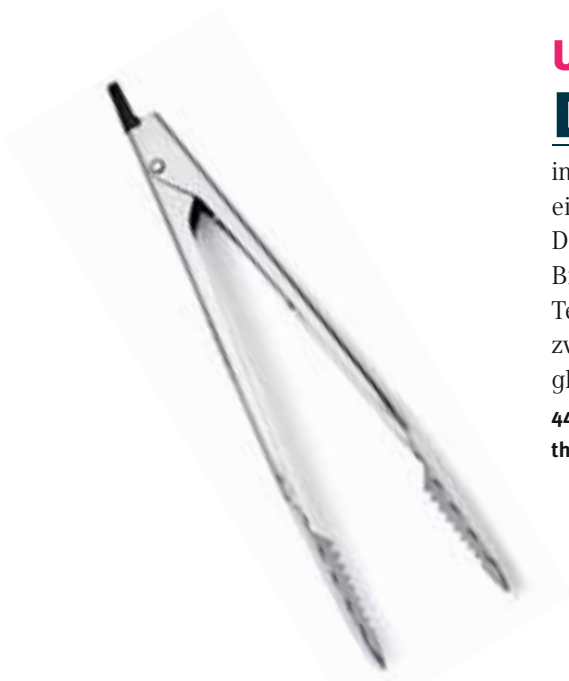
45598 • Unold AG • Tel +49 6205 94180
info@unold.de • www.unold.de



UNIVERSALHELPER IN DER KÜCHE

Die patentierten iSi Pro Tongs sind das jüngste Mitglied des Produktportfolios von iSi Deutschland. Die robusten Zangen aus hochglanzpoliertem Edelstahl gibt es in den Größen 22, 30 und 40 Zentimeter. Sie können zum Grillen und Servieren eingesetzt werden und verfügen über abgerundete Kanten an einer Zangenseite. Damit wird schonendes Wenden des Gargutes ermöglicht und das Perforieren von Bratenstücken verhindert. Die Spitze der Zange ist so konstruiert, dass auch kleine Teile gegriffen oder gar Gräten entfernt werden können. Feste Zacken auf der zweiten Seite ermöglichen das sichere Greifen von Gemüse, Salat und sogar Spaghetti. Zur Reinigung lässt sich die Zange schnell und einfach zerlegen.

44212 • iSi Deutschland GmbH • Tel +49 212 397253
thomas.saatz@isi.at • www.isideutschland.de





PLANBARE FREIZEIT

Zugeschnitten auf die unterschiedlichsten Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe sind die Freizeitkarten von Publicpress ein sinnvolles Accessoire für planbare Freizeitaktivitäten. Im optimalen Maßstab, GPS-genau, wetter- und reißfest sowie abwaschbar decken die über 500 verschiedenen Kartentitel aktuelle deutsche wie internationale Ziele ab. Das Sortiment wird natürlich ständig erweitert und bietet für nahezu jede Zielgruppe das passende Blatt. In die Kartografie können individuelle Standorte eingesetzt werden. Titel- und Rückseite der Produkte lassen sich zudem individuell als Werbefläche nutzen oder in den Unternehmensfarben gestalten. Grundsätzlich ist für nahezu jedes Gebiet eine Kartenerstellung möglich, bietet Publicpress an.

48027 • Publicpress Publikationsgesellschaft mbH • Tel +49 2942 988700

huewel@publicpress.de • www.publicpress.de

PIFFIGER KLASSIKER

Seit über 18 Jahren gibt es den Einkaufswagenchip vom Erfinder und Hersteller Eikachip Groß. Dieses pffiffige Produkt, wie der damalige Minister Möllemann die Erfindung einmal nannte, hat sich gerade im Bereich der Werbemittel einen festen Platz erobert und ist kaum noch vom Schlüsselbund oder aus der Geldbörse wegzudenken. Eikachip Groß bietet jetzt auf seiner Webseite wieder verschiedenste Ausführungen, Größen und Formen an. Bei der Gestaltung der Chips und deren Halterungen ist praktisch für jede Branche die passende Lösung dabei. Die Chips können individuelle Werbegestaltung an jeden Anlass angepasst werden. Von der Qualität können sich Besucher der PSI Messe in Düsseldorf direkt überzeugen: Sie finden den hilfreichen Chip in ihrer persönlichen Messetasche.

43837 • Eikachip Groß GmbH • Tel +49 821 2628990

info@eikachip.de • www.eikachip.de



BUNT AUF SCHWARZ UND WEISS

Direkt auf helle oder dunkle Textilien lässt sich mit dem T-Shirt-Drucker TexJet von Polyprint nahezu jedes beliebige Motiv aufdrucken. Der von BRS jetzt vorgestellte Digitaldirektdrucker bietet ideale Möglichkeiten, Bekleidung aus Baumwolle oder Mischgewebe, aber auch Polyester-Sportbekleidung individuell zu veredeln. Kräftig leuchtende Unifarben können dabei ebenso dargestellt werden wie Farbverläufe oder menschliche Hauttöne. Die Positionierung der Bilder ist in voller Größe bis zu 42 x 60 Zentimetern. Es können 15 bis 20 dunkle Textilien pro Stunde in Farbe bedruckt werden (Motivgröße DIN A4). Bei kleineren Brustlogos sind bis zu 30 Stück pro Stunde möglich. Eine optimale kontinuierliche Weißtintenzirkulation verhindert ein Sedimentieren der Tinte in den Schläuchen und ein Eintrocknen des Druckkopfes auch bei längerem Nichtgebrauch des Gerätes. Dieses garantiert hohe Produktionsstabilität sowie eine Langlebigkeit des Druckers.

48024 • BRS GmbH • Tel +49 2274 92240

brs@brs-repro.de • www.brs-repro.de





LECKERE GRATULATION

Wenn es was zu feiern gibt, beispielsweise ein Firmenjubiläum oder eine Neueröffnung, kann diese Nachricht jetzt mit einem echten Gaumenschmaus in die Zielgruppe gestreut werden. Der feine Bahlsen Butter-Rührkuchen mit Schokolade, den Jung ab sofort im Sortiment auftischt, schmeckt lecker und kann als Werbe-Produkt gleich in zwei Varianten eingesetzt werden. Zum einen in weißer oder transparenter Folie im 4-c-Digitaldruck, zum anderen in der kreativen Gratulationsbox. Kreativ deshalb, weil sich auf der Unterseite der Box eine perforierte Kerze befindet, mit der die Empfänger die Box dann zusätzlich dekorieren und den beworbenen Anlass gleich feiern können. Die Box ist im Digitaldruck 4-c schon ab 528 Stück lieferbar, der Kuchen in bedruckter Folie ab 1000 Stück.

41545 • Jung Bonbonfabrik • Tel +49 7042 9070
zentrale@jung-europe.de • www.jung-europe.de

RUND UMS SCHREIBEN

In der Kategorie Writing Accessoires hat Senator gleich eine ganze Serie von Schreibmappen und Accessoires eingeführt. Neben den gewohnten Blind- und Farbprägungen lassen sich diese attraktiven Werbemittel auch plakativ in einem neuen digitalen Druckverfahren branden. Bis auf einen kleinen Rand ringsum steht die komplette Außenfläche für Bilder, Farbverläufe, Logos oder Fotos zur Verfügung. Die kostenintensive Erstellung von Sieben und Druckfilmen entfällt hier völlig. Die Bedruckung erfolgt im CMYK-Farbraum und ist so individuell steuerbar, dass sogar die Personalisierung der Mappen mit einzelnen Namen der jeweiligen Empfänger möglich ist. Damit eröffnen sich neue Freiräume für die Gestaltung spektakulärer Markenauftritte mit hoher Werbewirkung, heißt es bei Senator.

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



KUGELSCHREIBER ZUM ABHEBEN

Wer fleißig arbeitet, darf sich in der Pause auch stärken. Beides gemeinsam ermöglicht der neue patentierte Metall-Kugelschreiber Ohh-Pen von Impuls Marketing mit seinem integrierten Kapselheber. Das stabile Schreibgerät liegt zunächst bei seiner ursprünglichen Bestimmung, dem Schreiben, sehr gut und anschmiegsam in der Hand. Gleichzeitig verwandelt er sich auf Wunsch in einen vollwertigen Kapselheber für alle Getränkeflaschen mit Kronkorkverschluss. Selbstverständlich kann der Kugelschreiber mit der leichtgängigen Drehmechanik auch nach Kundenwunsch individualisiert werden.

47162 • Impuls Marketing Roland Meissner • Tel +49 7231 562718
kontakt@werbemittelagentur.de • www.werbemittelagentur.de





FROTTEE ALS WEICHER BOTSCHAFTER

In Sachen Unternehmensdarstellung mit Qualität, neuen Ideen und nützlichen Artikel ist Emmebiesse ein leistungsfähiger Partner. Mit seinen 43 Jahren Erfahrung in der Werbemittelbranche finden die Spezialisten für alle Arten von Frotteergewebe für Bad, Küche, Sport, Freizeit und Beachwear eine passende Lösung. Möglich ist sowohl eine Anpassung der angebotenen Artikel mit Jacquard, als auch Veredelungen mit Stickerei, Druck oder Meißeltechnik. Unterschiedliche Gewebearten wie Loop Frottee, Velours Frottee oder Waffel in nahezu allen gewünschten Farben, Gewichten, Größen und Modellen stehen zur Verfügung. Eine flexible Fertigung ermöglicht zudem eine besonders individuelle Abstimmung bezüglich Sondermengen oder Lieferzeiten.

45079 • Emmebiesse S.P.A. • Tel +39 0142 -74391

info@emmebiesse.it • www.emmebiesse.com

FÜR JÄGER UND SAMMLER

Einen Ostereierkorb, bei dem das Sammeln der süßen Füllung entfällt, bietet Multiflower als absolute Top-Neuheit an. Die Schoko-Eier sind bereits in dem Klappkorb enthalten und finden sicher schnell ihre Abnehmer. Ist der Korb dann leer, bietet er seine Dienste als Aufbewahrungsort für Bad-Utensilien, Büromaterial, Werkzeug oder all die anderen kleinen Dinge des täglichen Lebens an. Der Korb ist außerdem auch ohne Füllung und ohne die Präsentkartonage lieferbar. Der Karton kann mit einem Werbeeindruck auf dem Standardmotiv versehen oder ab 250 Stück komplett individuell gestaltet werden. Erhältlich ist der 155 x 110 Millimeter große Korb auch mit Fruchtbombon-Füllung als Früchtekorb.

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560

info@multiflower.de • www.multiflower.de



TOOLS AM GÜRTEL

Mit seinen 16 verschiedenen, 89 Millimeter langen Bits sowie einem hochergonomischen Kraftform-Griff ist das praktische Tool für alle Schraubarbeiten gerüstet. Das Kraftform Kompakt-Set von Wera findet in einer flachen Gürteltasche Platz. Gedacht hat man bei der Konzeption des Sets auch an die Situationen, bei denen sich erst während des Arbeitens entscheidet, ob Handschraubendreher oder Akkuschrauber zum Einsatz kommen. Die hochwertigen Bits sind für beide Einsätze geeignet und lassen sich mit einem Handgriff austauschen. Über Individualisierungsmöglichkeiten berät der Hersteller gerne im persönlichen Gespräch.

48078 • Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co KG • Tel +49 202 4045144

matuschek@wera.de • www.wera.de

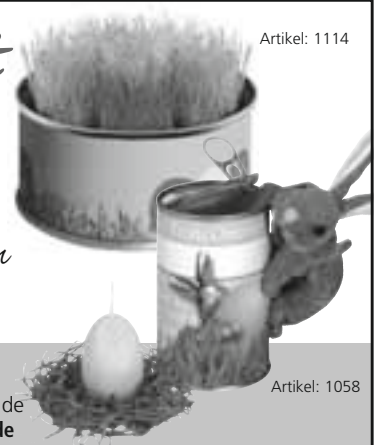




Artikel: 1056

Für ein grünes Osterfest

öffnen, gießen und schon wächst
das saftig grüne Osternest,
frische Kresse oder andere Überraschungen
verbergen sich in der Dose



Artikel: 1114

Artikel: 1058

... 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

**FIFA Women's World Cup 2011 TM
OFFICIAL LICENSED PRODUCTS**
Baseball Caps, Polo Shirt, Fußbälle,
Lanyards, Flip flop, Maskottchen Karla Kick
Schweißbänder u.v.m.
Nicht lizenzierte Fanartikel
Schweißbänder, Fanschminke, Cowboyhut,
Fanfare, Fahnen, Tattoos, Autospiegelflagge, Wimpern, Bunny-Ohren u.v.m

Trendartikel
Ralf Knoll
Friedrichstr. 27/2
73760 Ostfildern
Tel. +49-711-4791133
info@trendartikel-knoll.de
www.trendartikel-knoll.de

KALENDER so individuell wie die Wünsche Ihrer Kunden!

Velten & Roman

Neuwieder Kalender Verlag GmbH
56581 Melsbach • Friedrich-Ebert-Straße 31 a
Tel.: 02634/940606-0 • Fax: 02634/940606-33
www.neuwieder-kalender-verlag.de
info@neuwieder-kalender-verlag.de

www.eitech.de
Made in Germany



ERFRISCHENDES IM BAD

Eine ganze Reihe neuer und erfrischender Produkte für den Wellnessbereich Bad stellt Sanders Imagetools in diesem Frühjahr vor. Bade-Tabs, Handbade-Tabs, ein Aroma-Badesalz und Himalaya-Salz sorgen für Entspannung und Erfrischung nach einem anstrengenden Tag. Die Bade-Tabs zum Beispiel gibt es in den vier attraktiven Duft- und Wirkstoffkombinationen Orange-Minze, Granatapfel, Honig oder Vanille. Als Form steht neben der klassischen runden Variante auch ein Herz zur Verfügung, das gerade zum Muttertag oder Valentinstag für eine Extra-Überraschung sorgt. Natürlich sind alle Kosmetik-, Hygiene- und Wellnessprodukte von Sanders Imagetools dermatologisch als „sehr gut hautverträglich“ getestet.

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

LEBEN IN BALANCE

Unter dem Motto „Feeling is Believing“ stellt Isengard Holdings seine neuen Promobalance-Produkte vor. Die schmucken Armbänder oder hilfreichen Schlüsselanhänger verbessern, so der Hersteller, deutlich das Balancegefühl und verleihen Sicherheit und Stärke. Beide Produkte werden in verschiedenen Farben je nach Kundenwunsch angeboten. Die jeweils eingearbeiteten Balancechips können mit individuellen Werbebotschaften oder Logos bedruckt werden.

47783 • Isengard Holdings B. V. • Tel +31 40 8513900
info@bigbanginternational.com • www.bigbanginternational.com



EIERBAUM ÜBERRASCHT ZU OSTERN

Nicht nur zu Ostern dürfte der selbst herangezogene Eierbaum von Multiflower für Gesprächsstoff im Kollegenkreis sorgen. Allein das originalgetreue Metall-Eimerchen mit Holzgriff am Henkel macht auf dem Schreibtisch was her. Wenn dann noch aus dem Tontopf, der im Eimer untergebracht ist, ein kleiner Eierbaum heranwächst, ist die Überraschung perfekt. Die Erdtablette und der Samen gehören natürlich zum Lieferumfang. Als mögliche Werbeflächen stehen Eindruckmöglichkeiten auf dem Deckel oder an der Seite des Eimers zur Verfügung. Ab einer Auflage von 250 Stück ist auch die komplett eigene Gestaltung der Banderole möglich.

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

INDIVIDUELLE MARZIPAN-SONDERANFERTIGUNGEN



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

Preise PSI Membership
2011 / 2012



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

- ... Professional & 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



Der elegante und praktische Werbebotschafter
auf dem Schreibtisch!

MADE IN GERMANY



KRISTALLKLARE, ZEITLOS-
ELEGANTE ACRYL-OPTIK



Gutter



Kunststofftechnik Papierverarbeitung

EUROPNOTE®

GUTTER GMBH & CO. KG
Max-Planck-Str. 89 · 40699 Erkrath/Germany
Fon +49(0)2104-31048 · Fax +49(0)2104-31595

Weitere hochtransparente
Werbeideen finden Sie unter
WWW.GUTTER.DE



SICHERHEIT IM FALL DES FALLES

Mit einem gellenden Alarmton macht der kompakte Taschenalarm PA 6 von Indexa im Notfall auf sich aufmerksam. Durch Ziehen einer Handschlaufe löst er mit 115 Dezibel unüberhörbaren Alarm aus und verscheucht so oft schon im Ansatz dunkle Gestalten. Der Taschenalarm ist mit einer zusätzlichen LED als Orientierungslicht ausgestattet. Seinen Energiebedarf decken die mitgelieferten Batterien. Das Gehäuse kann auf Wunsch auf der silberfarbigen Vorderseite mit einem individuellen Aufdruck versehen werden. Für eine kurzfristige Verfügbarkeit sorgt, so der Anbieter, ein großer Lagerbestand.

44531 • Indexa GmbH • Tel +49 7136 98100
info@pentatech.de • www.pentatech.de

STRESSKILLER MIT AROMA

In der Kategorie Aromatherapie hat Sanders Imagetools ein komplett neues Produktsegment für den Werbemittelmarkt geschaffen. Hier warten originelle und frische Wellnesskompositionen auf Entdecker. Eine besondere Stellung nimmt hier der neue Aroma Roll-On ein. Speziell ausgewählte Duftkompositionen sorgen für einen unmittelbaren stresslindernden Effekt. Ein tiefes Entspannungsgefühl tritt ein, verspricht der Anbieter. Der Aroma Roll-On Cool Mind verleiht einen wohligen Energie-Kick und beruhigt bei Kopfschmerzen oder Migräne. Die zweite Variante des Sticks namens Feel Good sorgt mit Orangen-, Limetten-, Eukalyptus-, Lavendel- und Nelkenöl für innere Ruhe und Ausgeglichenheit. Natürlich sind alle Kosmetik-, Hygiene- und Wellnessprodukte von Sanders Imagetools dermatologisch als „sehr gut hautverträglich“ getestet.

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



KUSCHELIG UND WARM

Nilpferd, Giraffe und Co. machen nicht nur im Zoo eine gute Figur, sondern auch als wärmende Kuscheiltiere. Besonders dann, wenn man sie, wie die Hausschuhen von Vedeve Oirschot, in der Mikrowelle aufheizen kann. In nur 90 Sekunden erwärmt sich der Inhalt der Hausschuhe so nachhaltig, dass die Füße für bis zu zwei Stunden mollig warm bleiben. Nach dem gleichen Prinzip arbeiten auch die Halswärmer, Stiefel oder Hotpacks des Anbieters. Diese Hotpacks lassen sich praktisch an jeder beliebigen Körperstelle anwenden und sorgen für wohlige Wärme im Nacken, am Hals, auf dem Bauch oder wo immer Entspannung gefordert wird. Der Duft von Lavendel oder Minze unterstützt die Wellnesswirkung noch zusätzlich. Alle Produkte entsprechen der CE-Norm und der DIN EN71 1/2/3/9 und sind für Kinder zugelassen.

12479 • Vedeve Oirschot B.V. • Tel +31 13 5134545
info@vedeve.nl • www.vedeve.nl



www.prom-prod.eu



**BEST PRICES,
BIG STOCK,
FAST DELIVERY**

Labopak®



**Damen
WM 2011
Die Top
Werbeideen
für sofort!**



www.heg-trendcenter.de

Hegenberg Trendcenter Dorfstraße 27 24649 Fuhlendorf Germany Tel: +49 4192 201320

BÜHRING - Ihr Spezialist für Sonderanfertigungen

Materialien:

Wollfilz - Leder - Kunstleder - Polyester - Kunststoffolie - Feinpappe



Tel.: (04154) 795 40-0

vertrieb@buehring-shop.com • www.buehring-shop.com



FOTOS AUF DEM COASTER

Durch die Entwicklung einer neuartigen Digitaldruckmaschine ist es bei DVN jetzt möglich, auch einlagiges Soft-Airlaid-Material digital zu bedrucken. Bereits ab einer Auflage von 100 Stück bietet das Unternehmen den Bilderdruck. Bei Tischsets und Coastern gibt es jetzt also keine Einschränkungen mehr, wenn es um die individuelle Gestaltung und die Farben der Tischdekorationen geht. Bei der Auswahl der bedruckbaren Formen gibt es nahezu keine Beschränkung und eine Reihe von Formatvorlagen bietet das Unternehmen unter dem Menüpunkt „Grafikvorgaben“ auf seiner Homepage zum Download an.

46947 • DVN Druck- & Verlagshaus Neckartailfingen GmbH • Tel +49 2644 808528
vertrieb@dvn-online.de • www.dvn-online.de

GEFRÄSSIGER ROBOTER

Als Weiterentwicklung der schon 2009 vorgestellten Klarstein Saugroboter präsentiert die Ceotra Vertriebs- und Handels GmbH jetzt ihren Saugroboter Cleanrazor Mob mit integrierter UV-Desinfektion. Der kleine Sauger benötigt keine Staubbeutel und kann über verschiedene Betriebsmodi gesteuert werden. Unter anderem ist eine Zeitsteuerung integriert, die ein selbstständiges Verlassen und Andocken an der Ladestation ermöglicht. Eine Fernbedienung gehört zum Lieferumfang. Der gefräßige Saugroboter mit einer Leistung von 15 Watt bei einer Arbeitszeit von 60 Minuten ist für alle gängigen Untergründe und Bodenbeläge geeignet. Eine Schrankeneinheit vermeidet zudem automatisch das Durchfahren geöffneter Türen und das Abstürzen an Treppenstufen. Sie legt auch die Reinigungsgrenzen fest.

47689 • Ceotra Vertriebs- & Handels GmbH • Tel +49 30 36424914
vertrieb@ceotra.de • www.ceotra.de



LEUCHTENDER MINI-STAR

Mit seiner neuesten Entwicklung im Lampenbereich sorgt HNC für Aufsehen. Die Smartlite Mini Star ist wahrscheinlich die kleinste Aluminium-Taschenlampe mit einer 1 Watt-Hochleistungs-Cree-LED. Sie überzeugt bei kleinster Größe mit einer überraschenden Lichtleistung. Betrieben wird die Lampe mit einer herkömmlichen AAA-Batterie, die im Lieferumfang bereits enthalten ist. Der Star wird, wie übrigens alle Aluminiumlampen aus der Smartlite-Serie, aus extrem robustem Flugzeugaluminium gefertigt, um auch hohen Ansprüchen gerecht zu werden. Der absolute Clou ist die kompakte Größe. Bei gerade einmal 65 Millimetern Länge und 12 Millimetern Durchmesser kann die Lampe überall leicht verstaut werden – sogar in einer Damenhandtasche oder in der Westentasche.

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





MUSIK FÜR DIE KÜCHENCHEFS

Küchenneulinge, aber auch erfahrene Hobbyköche erleben mit Rosmarin-Rythm, Grill-Chill, Perfect Dinner-Music oder Feel-Good-Tracks ein vollkommen neues Küchengefühl. Ob mit Musik, Hörbüchern oder Movie-Specials von micx-media in concept bestückt: Bei allen Unterschieden wird immer deutlich, dass gutes Entertainment viele Konzepte kennt. Mit fein abgestimmten Zugaben und stimmungsvollen Inhalten treffen die Medienprofis immer den Geschmack der Zielgruppe. Die faszinierende Vielfalt individueller media-Sets stattet micx mit individuellen Grußeinlegern aus, die auf Wunsch auch personalisiert werden. Geschmackvolle und variantenreiche Arrangements finden sich jetzt im neuen Katalog.

45899 • micx – media in concept – gmbH & co. kg • Tel +49 5205 99100

info@micx-media.de • www.micx-media.de

SO LÄUFT DER HASE

Das Osterfest klopft mit einer starken Marke an die Tür: Mit dem 20-Gramm-Gubor-Schokoladen-Hasen im komplett gestaltbaren Display-Nest aus der Bonbonfabrik Jung macht ein lecker-sympathischer Werbeträger auf sich aufmerksam. Da die Individualisierung schon ab 532 Stück möglich ist, sind die Einsatzmöglichkeiten für jede Branche und Zielgruppe unbegrenzt. Ganz beliebt im Ostersortiment und vielseitig verwendbar sind auch das Promo-Briefchen mit dem fünf Gramm schweren Schoko-Häschen, die Fruchtgummi-Osterhasen in der Minitüte, der Frühlingsbote Schoko-Käfer, die bunten Jelly-Beans oder die Premium-Card als Give-away mit dem Schoko-Hasen.

41545 • Jung Bonbonfabrik • Tel +49 7042 9070

zentrale@jung-europe.de • www.jung-europe.de



LEBEN AUS DER TUBE

Ein außergewöhnliches Pflanzgefäß erregt Aufmerksamkeit, schon bevor der Empfänger sich mit dem eigentlichen Sinn beschäftigt hat. Die Pflanz-Tube aus dem Haus emotion factory besteht aus Aluverbund-Folie und bietet nicht nur rundherum Platz für eine spektakuläre Kommunikation. Die individuell gestaltete Tube wird einfach oben aufgeschnitten, die innen liegende Torf-tablette mit Wasser übergossen und der beigefügte Samen eingestreut. Im Nu wächst und gedeiht es aus der Tube und die Empfänger können – mit der Werbebotschaft im Blickfeld – der Natur ihren Lauf lassen.

45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 81550

info@emotion-factory.com • www.emotion-factory.com



Die PSI Messe – Europas wichtigster Branchentreff

- Jahresauftaktveranstaltung der Werbeartikelindustrie
- Führendes Innovations-Forum der Branche
- Werbeartikel-Professionals aus aller Welt
- Perfekte Plattform für internationales Neugeschäft
- Netzwerkpfege 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

13.1.2011

14.1.2011

15.3.2011

31.3.2011

Versand der Rebooking-unterlagen

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!

Um **9 Uhr** gehen alle nicht gebuchten Standflächen in den freien Verkauf. Ihre Chance, für eine neue Positionierung in 2012!

Versand der Zulassungs-/Anmeldebestätigung

Ab heute ist die Buchung Ihres Standes verbindlich. Eine kostenfreie Stornierung ist nicht mehr möglich.

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) 211-90 191-600 · Fax. +49 (0) 211-90 191-170
E-Mail: sales@psi-network.de

www.psi-network.de

PSI ROADSHOW

DIE NEUEN PSI ONLINE-SERVICES IM FOKUS



PSI möchte seinen Mitgliedern die neuen Online-Services näher bringen. Deshalb lädt das PSI Team im März zu einer Roadshow ein. In elf Städten haben Lieferanten und Händler die Möglichkeit, sich von der Leistungsfähigkeit der nützlichen Tools zu überzeugen. Im Fo-

kus der Informationsveranstaltungen stehen unter anderem die neue Online-Werbeartikelsuchmaschine PSI Product Finder 2.0, das PSI DAS (Daten-Aggregierungs-System), der PSI Marktplatz und die PSI Showrooms. Die Tour, die am 8. März 2011 in Amsterdam startet, macht in folgenden Städten Halt:

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

Eine verbindliche Anmeldung ist unter www.psi-network.de/roadshow möglich.

Weitere Informationen zur Roadshow erhalten Sie von Oliver Hansert

Telefon: +49 211 90191-254

E-Mail: oliver.hansert@reedexpo.de

PSI JOURNAL

NEUE ANZEIGEN- UND REDAKTIONSSCHLUSSTERMINE BEACHTEN

Seit diesem Jahr erscheint das PSI Journal statt am 10. bereits am 1. jeden Monats. So kann das PSI seine Mitgliedsunternehmen noch aktueller über das Branchengeschehen, Trends, Neuheiten, Unternehmen und Politik informieren. Wichtig für alle, die das PSI Journal aktiv mitgestalten möchten: Mit dem neuen Erscheinungstermin ändern sich auch die Termine für Redaktionsschluss und Anzeigenschluss. Daher bittet die Redaktion und das PSI Sales-Team alle Inserenten sowie Firmen, die ihre Produkte im Journal vorstellen möchten, die neuen Termine zu beachten. Für Inserenten gelten die Anzeigenschlusstermine, für den Eingang von Produktvorstellungen und Unternehmensnews die Redaktionsschlusstermine. Bitte schicken Sie uns Ihre Infos rechtzeitig zu den neuen Terminen, die Sie in der unten stehenden Tabelle finden.



PSI JOURNAL 2011

Ausgabe	Titelthemen	Redaktionsschluss	Anzeigenschluss
März	Textilien, Caps/Sport, Spiel, Freizeit	21. 01. 2011	04. 02. 2011
April	Sommer, Reise/Camping, Outdoor	18. 02. 2011	04. 03. 2011
Mai	„Grüne“ Werbeartikel/Fitness, Wellness, Gesundheit	18. 03. 2011	05. 04. 2011
Juni	Marken Design/Made in Germany	15. 04. 2011	05. 05. 2011
Juli / August	Weihnachten, Geschenksets/Schreibwaren, Leder	16. 05. 2011	05. 07. 2011
September	Geschirr, Küchenhelfer / Herbst-Neuheiten	15. 07. 2011	05. 08. 2011
Oktober	Digitale Speichermedien, Audio/Premiums, Uhren	19. 08. 2011	05. 09. 2011
November	Mailingverstärker, Streuartikel / Werbeartikel für Sie und Ihn/Best Ager	16. 09. 2011	05. 10. 2011
Dezember	Trends, Klassiker/Werkzeug, Do-It-Yourself	17. 10. 2011	04. 11. 2011
Januar 2012	Messeneuheiten 2012	04. 11. 2011	05. 12. 2011

PSI TALK DÜSSELDORF

NEUE PSI ONLINE SERVICES VORGESTELLT

Die Reihe der PSI Talks des Jahres 2010 fand ihren Abschluss mit einem „Heimspiel“ in Düsseldorf am Sitz der Reed Exhibitions Deutschland GmbH. Trotz der anhaltenden winterlichen Wetterkapriolen konnte immerhin ein Dutzend interessierter Gäste der Einladung in die Völklinger Straße folgen, um das Angebot zum unmittelbaren Austausch mit den PSI Mitarbeitern wahrzunehmen. PSI-Chef Michael Freter begrüßte die Anwesenden und informierte zunächst über die aktuelle Marktsituation innerhalb der Branche. Für die PSI Messe kündigte er sodann die Veröffentlichung neuer Marktforschungsergebnisse an. Im Fokus der sich anschließenden offenen Gesprächsrunde standen unter anderem die stets aktuelle steuerliche Behandlung von Werbeartikeln sowie ein



Aufmerksam folgten die Gäste den Ausführungen zu den neuen PSI Services.



(v.l.) Oliver Hansert, Daniel Rüben, Lydia Holeckova, Karolina Mosdorf und Michael Freter standen den Gästen Rede und Antwort.

Handungsleitfaden zum künftigen Umgang mit diesem Thema. Weiteres Thema war die kommende proPSI Messe vom 23. bis 25. August 2011 im RAI Exhibition Centre in Amsterdam. Hier gab es von Seiten Michael Freters ein klares Statement zugunsten dieser Veranstaltung. Abschließend lieferten PSI Produktmanager Oliver Hansert und Daniel Rüben, Geschäftsführer des PSI Partners promidata einen anschaulichen Überblick über die Leistungen der neuen PSI Online Services: den PSI Product Finder 2.0, das PSI Daten-Aggregations-System (kurz „DAS“), den PSI Marktplatz, die PSI Showrooms sowie den PSI Newsfeed für iPads und iPhones. Besucher der 49. PSI Messe hatten die Gelegenheit, sich am PSI Messestand via Live-Präsentationen über die neuen Online Tools eingehend zu informieren. <

15. BIS 17. FEBRUAR 2011

PSI AUSSTELLER-PAVILION AUF DER EXPO RECLAM



Sie möchten Ihre Präsenz im spanischen Werbeartikel-Markt stärken? Dann nutzen Sie die Möglichkeit, Ihr Unternehmen und Ihre innovativen Produkte im Rahmen des PSI Aussteller-Pavillons auf der Expo Reclam (ER) vom 15. bis 17. Februar 2011 vorzustellen. Viele neue internationale Geschäftskontakte mit rund 250 Ausstellern und mehr als 7000 nationalen und internationalen Besuchern erwarten Sie in Madrid. Ihre Standfläche von 12 oder 18 Quadratmetern befindet sich im gut platzierten PSI Pavillon, der auch eine gemeinschaftliche Cateringfläche und Hostess beinhaltet. Ebenfalls sind Leistungen wie Anmeldegebühr, Möbel, Teppichboden, Standreinigung und Elektrizität enthalten. Sichern Sie sich jetzt hier Ihr Erfolgspaket für die Expo Reclam zum Preis von 3.500 Euro (12 m²) beziehungsweise 5.250 Euro (18m²) inkl. spanischer MwSt. Bei Interesse und für nähere Informationen wenden Sie sich bitte an Frau Nina Schiffhauer, Tel. +49 211 90191-212 oder per E-Mail: nina.schiffhauer@reedexpo.de. <

DIE GEHEIMFORMEL

China gibt sich nach außen weiter marktwirtschaftlich und aggressiv. Der chinesische Binnenmarkt ist aufnahmestark und laut Vize-Premierminister Li Keqiang wird China in diesem Jahr Waren im Wert von 1,5 Billionen Dollar einführen. China wird vor dem Hintergrund der internationalen Finanzkrise und der Globalisierung weiter an seiner Öffnungsstrategie festhalten. Es geht aber noch einen Schritt weiter. China möchte den internationalen Austausch und die internationalen Kooperationen verstärken. Es möchte mit allen Völkern eine harmonische Welt dauerhaften Friedens und gemeinsamer Prosperität aufbauen. Das klingt pathetisch, ist aber immer noch nicht alles. China will die EU mit Paketen zur Finanzstabilität unterstützen und den betroffenen Ländern

zur Überwindung ihrer Schuldenkrise verhelfen. China hat offenbar die Geheimformel zur Lösung aller Probleme in der Welt!

Offenbar wird die Welt in diesem Jahr also nochmals kleiner und besser. Das wirtschaftliche Wachstum in China soll auch einhergehen mit besseren Arbeitsbedingungen, weiter steigenden Löhnen, kurzum, mit steigendem Wohlstand. Das dafür Tausende von Menschen von den ländlichen Regionen in die Städte zwangsumgesiedelt werden und dass nach wie vor der Maulkorb und die Zensur gelten, passt nicht unbedingt mit unseren Wertvorstellungen zusammen.

Die Frage ist, wie Europa darauf reagiert. Derzeit erleben wir in Europa, insbesondere in Deutschland, einen wirtschaftlichen Aufschwung. Die Werbeartikelwirt-

schaft, die stark vom Import aus Asien, insbesondere aus China lebt, zeigt sich so stark wie vor der Krise. Die Umsätze 2010 sind deutlich gestiegen. Gegenüber anderen Werbeformen haben wir überproportional zugelegt. Die Professionalität im Umgang mit dem Werbeartikel steigt ebenfalls. Die jüngsten Studien des PSI (PSI Panel) und des GWW (Werbeartikelmonitor und Werbewirkung) sowie der zunehmende Einsatz webbasierter Werkzeuge wie des Produkt Finder belegen dies eindrücklich.

Tut uns aber die Abhängigkeit von China gut? Wie sieht die Zukunft aus? Über das Thema „made in europe“ haben wir ja schon vielfach diskutiert. Wir sollten das aber weiter tun, da der Erfolg des Werbeartikels in Zukunft noch mehr von einer ausgeglichenen Kombination von Preis, Qualität und vor allem Nutzen bestimmt wird. Deshalb ein klares Pro und Plädoyer für den Werbeartikel. Und dazu haben wir auch eine Geheimformel für den Werbeartikel entwickelt: $P \times Q \times N = J$ (Preis x Qualität x Nutzen = erfolgreicher Werbeartikel).



» Die Werbeartikelwirtschaft zeigt sich so stark wie vor der Krise.«

Es grüßt Sie

Michael Freter
Herausgeber PSI Journal
Geschäftsführer PSI
michael.freter@psionline.de

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

NOVIDARTE



Sie sind es müde als erfahrener Verkaufs-Aussendienst mit einem beschränkten Sortiment fachspezifische begrenzte Märkte in der ganzen Schweiz anzufahren?
Zu Ihrem Erfolg stehen Ihnen mit uns alle Märkte zur Verfügung!

VERKAUF / TRADING / AUSSENDIENST

Wir suchen Sie - eine **kreative, dynamische, erfahrene, verkäuferisch talentierte** Persönlichkeit aus dem Innen- oder Aussendienst (Englischkenntnisse von Vorteil), die selbständig und mit Unterstützung eines kompetenten Back-Offices erfolgreich an bestehende und neue Kunden verkaufen will!

Unser innovatives und umfassendes Verkaufssortiment wird in Industrie, Pharma, Banken, Versicherungen u.v.m. eingesetzt und ist Teil einer sachorientierten, raffinierten und oft auch witzigen Marketingstrategie. **Ihr Ideenreichtum ist gefragt!** Als langjährige erfolgreiche Unternehmung stehen wir für Know How und Verlässlichkeit. Neben einem erfolgsorientierten Salär (Fixum/Provision/Spesen), bieten wir Ihnen ein Sortiment, welches kaum Grenzen kennt.

Von Ihnen erwarten wir Erfahrung im Verkauf B to B, gutes Deutsch und eine hohe Sensibilität verbunden mit einem überzeugenden gepflegten Auftritt.

Fühlen Sie sich angesprochen? Dann sollten wir uns kennenlernen!

NOVIDARTE GmbH
Herr Daniel Lauper
Fabrikweg 16
CH-5033 Buchs AG
daniel.lauper@novidarte.ch
www.novidarte.ch



MISSION POSSIBLE

TRIK ist eine Produktionsagentur für Werbeatikel, Printproduktion und Merchandisingprodukte. Seit 1993 erhalten unsere Kunden optimale und individuelle Lösungen von der Idee bis zur Verpackung Ihres Produktes.
Zum nächstmöglichen Termin suchen wir zur Verstärkung unseres Verkaufsteams eine(n)

Verkäufer / Kundenberater (m/w)

Sie verfügen über:

- kaufmännische Ausbildung oder Hochschulstudium
- Erfahrung in der Erstellung von Präsentationen und Angeboten
- Erfahrung und nachweisbare Abschlussstärke im Vertrieb (idealerweise in der Werbe-/ Werbemittelbranche)
- Empathie für Ihr Gegenüber
- Freude an Neukundengewinnung und Kundenbetreuung
- Teamfähigkeit und Humor auch am Ende des Tages
- Englischkenntnisse verhandlungssicher in Wort und Schrift
- Kenntnisse aller MS Office Programme
- Eloquenz im Gespräch und Ehrgeiz in der Zielerreichung

Wir bieten Ihnen einen sicheren Arbeitsplatz in einem jungen und dynamischen Umfeld mit flachen Hierarchien sowie ein attraktives Vergütungsmodell mit Grundgehalt plus Provisionen und die Möglichkeit sich weiter zu entwickeln. Ein wunderschönes Büro in einem der schönsten Bezirke Berlins mit aufgeschlossenen und hilfsbereiten Kollegen erwarten Sie.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit komplettem Lebenslauf und Zeugnissen unter Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung bevorzugt digital an:

TRIK GmbH • Königstraße 2 • 14163 Berlin • job@trik.de

Inserentenverzeichnis/Index of advertisers:

PSI Nr.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
	AIMFAP	065
44291	Araco Import & Export	075
45428	Asia Pins Direct GmbH	055
40807	Gabriele Bühring	085
45956	burger pen AG	023
45619	Clipy / Artur Begin, S.L.	043
45081	CREAS Vertriebs-GmbH	075
42819	Gustav Daiber GmbH	039
45720	DreamPen, Polish Ball-Point Pens Producer	U2
41430	Eckenfelder GmbH & Co KG	031
48023	Eichsfelder Technik eitech GmbH	081
46163	ExpoGraf CardKeep International AB	075
42743	Fruit of the Loom Limited	051
41048	Gutter GmbH & Co. KG	083
47511	Hegenberg Trendcenter	085
42907	Inspirion GmbH	U3
45228	in.takt musik und media marketing GmbH	049
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	U4
46091	KAAI Kalender GmbH	019
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	011
48145	Trendartikel Ralf Knoll	081
47597	Labopak System Sp.K.	085
40641	Mid Ocean Brands B.V.	005
45974	Multiflower GmbH	081
46376	Niederegger GmbH & Co. KG	083
6268	Novidarte GmbH Special Promotions	094
42809	F. Pecher GmbH	029
43417	prodir GmbH	001, 007
45471	Promodoro Fashion GmbH	057
	PSI Promotional Product Service Institute	
	NL der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	083, 088+089, 093
41980	Quatron Werbemittel GmbH	003
46434	Raxy Line Srl	047
	Rexpro International Exhibitions GmbH	069
46551	Sanders Imagetools GmbH	059
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	027
41108	STAEDTLER MARS GmbH & Co. KG	025
45328	Stilolinea Srl	021
41875	TFA Dostmann GmbH	019
45741	TRIK Produktionsmanagement GmbH	094
46311	TROIKA Germany GmbH	049
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	017
42161	VAERST-UHREN Inh. Marc Vaerst e.K.	002
43385	VELOFLEX Carsten Thormählen GmbH & Co.	075
48129	Velten & Roman Neuwieder Kalender Verlag GmbH	081

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 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:



FIVAR
Asociación de Fabricantes y Distribuidores de artículos de regalo

en
**Feria de
Madrid**



PIFFIFFIGE PRODUKTE RUND UM DEN SPORT

Als Ausgleich zum stressigen Berufsalltag erfreut sich Sport zunehmender Beliebtheit. Kein Wunder, schließlich wirkt er Krankheiten entgegen und setzt Glückshormone im Körper frei. In der März-Ausgabe finden Sie Neues aus der attraktiven Produktgruppe „Sport, Spiel und Freizeit“, die wegen ihrer Vielseitigkeit einen hohen Werbewirkungsgrad besitzt. Darüber hinaus stellen wir Ihnen die neuesten Textilkollektionen vor.

Bitte denken Sie schon jetzt an unser Titelthema der April-Ausgabe 2011 „Sommer und Reisen sowie Camping und Outdoor“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 18. Februar 2011 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechemer@edit-line.de.



WERBEIDEEN FÜR WACHSENDE BEZIEHUNGEN

Dekorativ und farbenfroh gedeihen sie auf den Schreibtischen der Empfänger: die lebendigen Werbeträger der emotion factory. Die Werbepflanzen des Vaihinger Unternehmens haben das gewisse Etwas, schließlich wächst mit ihnen täglich auch die Verbindung zum werbenden Unternehmen. Wir stellen Ihnen die emotion factory GmbH und ihre Produkte in der März-Ausgabe vor.



49. PSI 2011: ERFOLGREICHER MESSEVERLAUF

In Düsseldorf ist am 14. Januar die 49. PSI zu Ende gegangen. Auch diesmal führte die Leitmesse der Werbeartikelindustrie wieder eine große Zahl an Lieferanten und Händlern zusammen und setzte neue, richtungsweisende Trends. In der vorliegenden Ausgabe haben Sie bereits erste Facts und Informationen zur Messe erhalten. Diese ergänzen wir in der März-Ausgabe durch zahlreiche Impressionen der 49. PSI 2011.



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

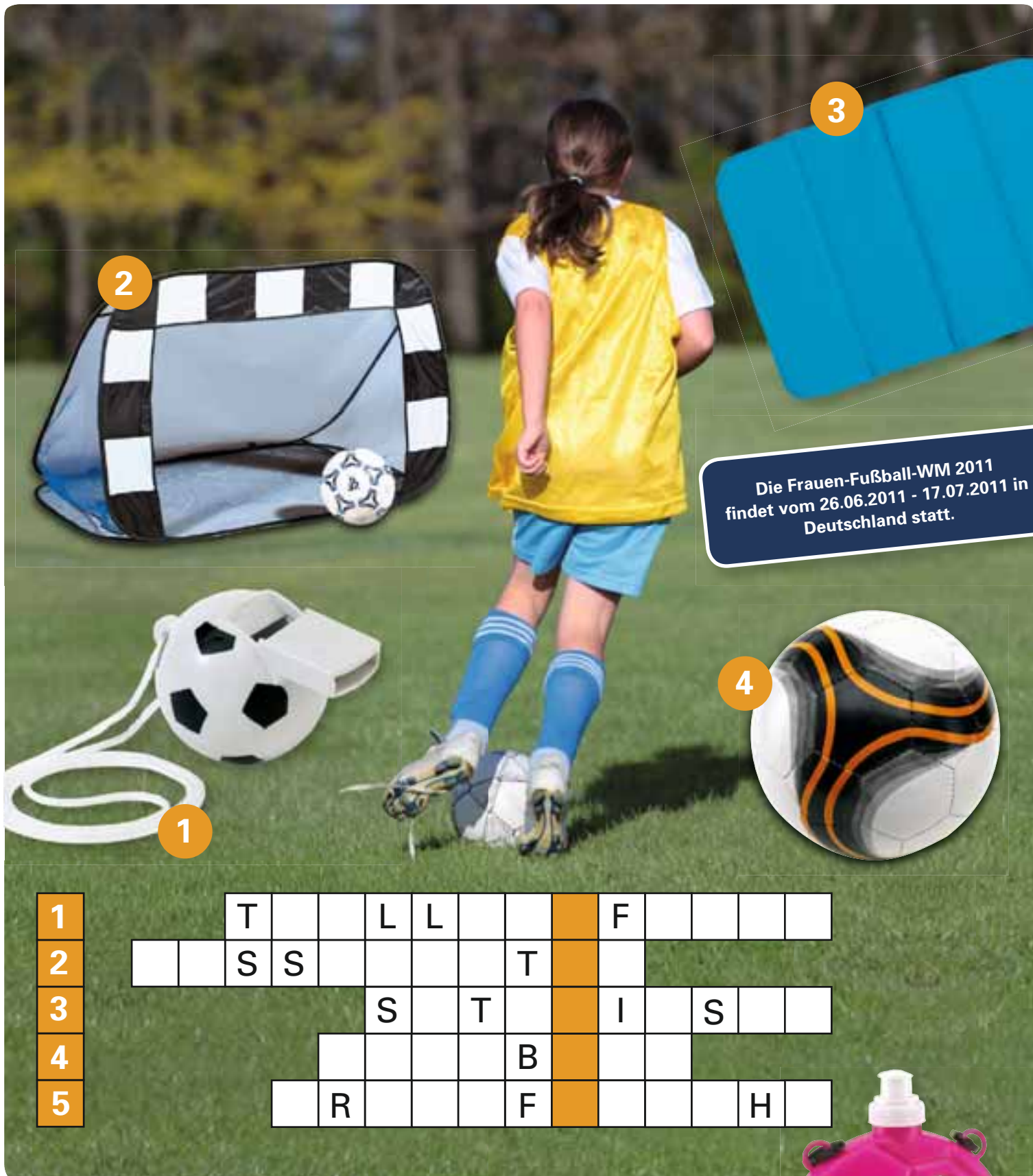
Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 43
vom 1. Januar 2011.

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



Die Frauen-Fußball-WM 2011
findet vom 26.06.2011 - 17.07.2011 in
Deutschland statt.

1			T			L	L				F				
2			S	S					T						
3						S			T			I		S	
4									B						
5				R					F					H	



Lösungswort per E-Mail an:
quiz@inspirion.eu

Die ersten 5 Einsendungen werden prämiert. Die Preis-
vergabe erfolgt unter Ausschluss des Rechtsweges.



Attraktive Sport- und Freizeitartikel finden Sie
im aktuellen Promotion Tops Katalog 2011.

Jetzt bestellen! Tel.: +49 421-5227-0, Fax: +49 421-5227-403
Oder unter www.promotiontops.com anfordern!

5



IN SPIRION
TRADING IDEAS



Infos und Muster unter media@jung-europe.de

Die bessere Art, auf Kundenbedürfnisse einzugehen.

Durch das **Logo-Display**, gefüllt mit Bonbons, Ritter SPORT Mini oder anderen leckeren Inhalten, bieten Sie Ihrer Zielgruppe zum optimalen Service auch gleich eine süße Aufmerksamkeit dazu. Der Werbaufleger des Displays ist in verschiedenen Formen und individuell gestaltet schon ab 100 Stück lieferbar! **Mehr Infos auf www.jung-europe.de**

