

➤ **PS1**

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

JOURNAL



**Wolf Rüdiger
Albene**
Der Ballkünstler



**Walburga
Husemann**
25 Jahre
Kompetenz in Textil

**Küchenartikel
aus Kunststoff**
EU verschärft Import-
bestimmungen

Werbeartikel-Guide
Marken, Design,
Made in Germany

FLURYpromotion
Einzigartige Werte
für wertvolle Kunden



INSTRUMENTE DER QUALITÄTSSICHERUNG
INSPEKTIONEN
GEBEN SICHERHEIT



Design ist für uns eine
untrennbare Einheit von
Funktion und Form

LED LENSER® K2L

Klein und für ihre Größe geradezu unverschämt hell:
Die K2L hat es in sich! Mit dieser Lampe sehen Sie und werden gesehen.
18 Gramm schwer und 60 mm lang, kaum größer als ein Streichholz und doch
von frappierender Helligkeit. Der Leuchtring verleiht der Lampe zudem einen
ganz besonderen Charme.

Art.-Nr. 8202-L

WERBEANBRINGUNG (mit Lasergravur)

Gravurplatte (ab 50 Stk.)

Länge: 14 mm

Höhe: 2,5 mm

Exklusiv-Artikel für Werbemittelhändler, nicht im Handel erhältlich.
Verkauf nur mit Werbeanbringung.

Einer der Weltmarktführer bei LED-Metalltaschenlampen

ZWEIBRÜDER® OPTOELECTRONICS

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

EDITORIAL

MADE IN EUROPE?

Die Welt ist im Wandel. Da werden schon viele Stimmen laut, dass wir als Werbeartikel-Wirtschaft diesen Wandel aufnehmen und für uns positiv gestalten müssen. Sollen China und die Länder drum herum weiter der große Lieferant für den globalen Werbeartikel-Markt bleiben? Gibt es neue Chancen in den demokratisierten Ländern Nordafrikas? Von Ägypten bis Marokko eine lange Werkbank für Textilien etwa? Nur zwei Flugstunden entfernt. Mit ganz kurzen Wegen. Gibt es Chancen in Ländern wie Portugal oder Griechenland? Auch Spanien hat eine Arbeitslosigkeit von über 20 Prozent. Könnten Arbeitsförderungsprogramme in den schwächelnden Ländern Europas neue Chancen für Produktionen eröffnen? Daran leiden doch diese Länder, dass sie kaum industrielle Produktion haben. Tomaten, Wein und Touristen sind oft die Säulen der Wirtschaft. Vielleicht hier und da noch eine entartete Bauwirtschaft.

Fest steht, dass sich einige Lieferanten – eher die Herstellerseite, weniger die Importeure – verstärkt in Europa umschauen. Rumänien steht verstärkt im Fokus, aber auch Länder, die noch weiter im europäischen Osten liegen. Die Löhne sind dort auf einem Niveau, welches Möglichkeiten eröffnet. Auch da sind die Wege kurz. Für Lieferung, aber auch für Kontrolle. Und was man nicht vergessen darf, bei allen Unterschieden gibt es doch eine große gemeinsame kulturelle und geschichtliche Basis. Handelswege und Zusammenarbeit sind oft über Jahrhunderte erprobt, mal weniger, mal mehr genutzt.

Aber die Märkte in Europa sind einfach zu klein, um eine wirkliche Massenproduktion wettbewerbsfähig gestalten zu können. China ist schließlich die Werkbank für die ganze Welt. Eine Werkbank, die aber immer stärker und immer kostspieliger kontrolliert werden muss. Auch darin liegt eine Chance für europäische Produktionen. Irgendwann werden Kameras in Fernost überwachen müssen, was dort in Fabriken geschieht, damit man den Kunden in Paris, Rom oder Berlin jede Angst vor Imageskandalen und negativen Presse-Schlagzeilen nehmen kann. Und wer weiß, wie sich die Transportkosten entwickeln? Können wir es uns noch lange leisten, T-Shirts und Kugelschreiber rund um die Welt zu karren?

Niemand weiß es wirklich. Schön ist auf jeden Fall, dass Europäer wieder an Europa denken, wenn es gilt, gute Produkte aus einem Umfeld zu beziehen, das auf europäischen Grundwerten und Sozialstandards basiert. Für höherwertige Produkte eröffnet das sicher neue Möglichkeiten.



Manfred Schlösser

Mit guter Hoffnung

Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal

The Youngster

ES1 LOUD LOOKS AND UNIQUE FEEL.



Frisch. Smart. Überraschend.

Ein frischer Look für junge Marken, die auf Farben und Details Wert legen. Die ergonomische Dreieckform macht den ES1 außerordentlich handlich. Ein spektakulärer Auftritt: Der großflächige Clip und der Druckknopf in Weiß setzen einen deutlichen Kontrast zu den Farben des Gehäuses und erweisen sich als idealer Untergrund für jedes Logo.

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®**

Ein Mann ein Bert®!



EU-weiter
Geschmacksmusterschutz



WERBEARTIKEL, DIE ZEICHEN SETZEN

18

Ein Werbeartikel mit Markenname kommt beim Empfänger „doppelt“ gut an. Ist das Produkt dann auch noch mit einem unverwechselbaren Design ausgestattet, erfährt der entsprechende Werbeträger weitere Aufwertung. Leserinnen und Leser dieser Ausgabe können sich davon selbst überzeugen. In unserem Titelthema ab Seite 18 präsentieren wir Ihnen jede Menge „markiger“ wie formschöner Produkte. Sie werden durch Werbeartikel „made in Germany“ ergänzt.



TRENDS & BRANDS	Viva Bavaria	4
	Eine Glücksformel: Schenken macht zufrieden	6
FOKUS	Instrumente der Qualitätssicherung (Teil 2): Inspektionen geben Sicherheit	8
	EU verschärft Importbedingungen für chinesische Küchenartikel aus Kunststoff	14
JOURNAL	Nachrichten aus Wirtschaft, Politik und Business	16
MARKEN UND DESIGN	Werbeartikel, die Zeichen setzen	18
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	36
	New Wave Group / Intraco Trading bv: Philips als neuer Partner	41
	PF Concept International: Polyconcept North America übernimmt Trimark Sportswear Group	42
	Showroom-Einweihung und Neuheiten-Show bei Texet: Produkte im richtigen Licht	44
MADE IN GERMANY	Wertarbeit Werbeartikel	46
UNTERNEHMEN	25 Jahre Husemann GmbH: Kompetenz in Textil	62
	FLURYpromotion: Einzigartige Werte für wertvolle Kunden	66
	Jansen Verkaufsförderung – Hausmesse 2011: „Promotion Power“ in Mülheim	70
PORTRAIT	Wolf Rüdiger: Der Ballkünstler	72
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	76
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	84
MEINUNG		86
IMPRESSUM		88

INSPEKTIONEN GEBEN SICHERHEIT

8



Auch wenn die Preise stark gestiegen sind, kann sich Sourcing in Asien noch immer lohnen – jedenfalls so lange, wie die Qualität stimmt. Professionelles Qualitätsmanagement hilft dabei, Enttäuschungen und Risiken zu vermeiden. Inspektionen vor Ort, durchgeführt vor, während und nach der Produktion, sind ein wichtiger Schritt zu mehr Produktsicherheit und zufriedenen Kunden.

KOMPETENZ IN TEXTIL

62



Sonderanfertigungen im Textilbereich sind die Kernkompetenz des von Walburga Husemann gegründeten Unternehmens mit Sitz in Gronau. In den 25 Jahren Firmengeschichte hat sich das Leistungsspektrum des Textil-Produzenten stetig erweitert. Heute entwickelt Husemann neben maßgeschneiderten Werbeartikeln auch komplette textile Kollektionen, die höchsten Ansprüchen an Design und Qualität genügen.

EINZIGARTIGE WERTE FÜR WERTVOLLE KUNDEN

66



Mit der True Gold Unit, einem Echtgold-Zertifikat mit hohem Realwert für Kunde und ausgebendes Unternehmen, ist ein einzigartiges Incentive und Kundenbindungs-Instrument geschaffen worden. PSI Mitglied FLURYpromotion stellt der Branche das Produkt für „gold“-werte Kunden zur Verfügung.

WOLF RÜDIGER: DER BALLKÜNSTLER

72



Vom Koch über Manager zum Unternehmer – die spannende Karriere des Wolf Rüdiger zeigt, dass der Münchner im Leben immer wieder neue Chancen erkannt und wahrgenommen hat. Mit seinem Unternehmen Albene, das in diesem Jahr 20-jähriges Bestehen feiert, hat er sich als Hersteller und Importeur von handgenähten Lederbällen, Sport- und Werbeartikeln einen Namen gemacht.



reidinger
pencils & tools

Tel: +49(0)9732-9105- 0, Fax - 40
Mail: info@reidinger.de
Web: www.reidinger.de



WERBEN AUF BAYRISCH

CREA & MERCE GmbH Innovation & Trade
PSI-Nr.: 48014
www.crea-merce.com



HOCHWERTIGE TRACHTENTASCHE

Industriewerbung Promotia GmbH
PSI-Nr.: 45569
www.hotshop.at



TRADITIONELLE KUHGLOCKE MIT FRANSEN-LANYARD

elasto form KG
PSI-Nr.: 41369
www.elasto-form.de

VIVA BAVARIA

Tradition ist Trend – auch außerhalb der Wiesnzeit trifft man in Bayerns Metropolen immer mehr Menschen, die im klassischen Trachtenoutfit unterwegs sind. Darunter auch viele junge Madl und Buben. Sie tragen mit Dirndl und Lederhosen die Mode, in der sich einst nur eingefleischte Bayern zeigten. Auch in anderen



Regionen Deutschlands sind zu Motto-partys und Wiesn-Festen klassisch-bayerische Produkte angesagt. Wir sprachen mit Ronald Iberl, Geschäftsführer von Crea & Merce und Inhaber der Marke „Alpenflüstern“, über den „Bayern-Trend“.

Was ist die Zauberformel von typisch bayerischen Werbeartikeln?

Das Thema „Bayern“ wird meist mit Heimat, Gemütlichkeit und Tradition gleichgesetzt – dies sollte sich auch in den Werbeartikeln wiederfinden und am allerwichtigsten: Der Werbeartikel muss einfach „sakrisch guat“ sein.

Ist der „Bayern-Trend“ auch in der Branche angekommen?

Das Oktoberfest beschert uns auch im Werbemittelbereich sozusagen eine „gmahde Wiesn“. Unter den 6 Millionen Besuchern ist dann doch das ein oder andere Unternehmen, das ganz gerne die Einladung ins Bierzelt mit dem passenden Werbeartikel überreichen möchte. Zudem ist die bayerische Lebensqualität in den letzten Jahren auch über die Grenzen hinaus geschwappt, sodass bayerische Werbeartikel immer beliebter werden – auch außerhalb der Oktoberfest-Zeit.

Wie sehen die „Werbeartikel-Wiesn-Trends 2011“ aus?

Das Material Filz wird dieses Jahr auch für die Wiesn eine große Rolle spielen – neben den klassischen Werbeartikeln wie Lebkuchenherzanhängern oder aber auch exklusiveren Produkten wie Charivaris mit echten Hirschhornanhängern. Natürlich wird es auch wieder einen neuen Trend-Artikel geben, den wir aber erst in unserem Katalog-Special zum Oktoberfest verraten werden – am besten einfach mal auf unserer Website vorbeischaun: www.bayerische-werbemittel.de



Your Customized Gifts

Im heutigen Umfeld ist Einzigartigkeit ein ganz wichtiger Faktor. Wir, bei Mid Ocean Brands, haben dies erkannt und haben eine Reihe von Lösungen, die ganz individuell gestaltet werden, um das Image Ihres Unternehmens widerzuspiegeln, entwickelt: YourBag, YourMemory, YourWatch und YourNote.



yourNote CombOnote

Praktische Kombination aus selbstklebenden Notizzetteln und selbstklebenden Klebestreifen.
100 Blätter+25Blätter
Mindestbestellmenge nur 250 Stück.



yourNote
customized paper solutions



yourMemory
customized memory sticks



yourMemory
memory sticks for doming



yourBag
environmental friendly bags



yourWatch
customized watches

Mid Ocean Brands ist einer der führenden Importeure und Lieferanten von Werbeartikeln in Europa. Die innovativen Marken Arco, ITD, KCF werden durch regionale Verkaufsbüros in den Niederlanden, Deutschland, Frankreich, Italien, Polen, Spanien, Portugal, Schweden, England, Ungarn und Russland in den Markt geführt. Um einen guten Service zu bieten verfügt Mid Ocean Brands über insgesamt 3 Lager, diese sind in den Niederlanden, Spanien und Polen sowie Einkaufsbüros in Fernost.

Für weitere Informationen über Ihre individuelle Geschenk Lösungen, kontaktieren Sie Ihren persönlichen Ansprechpartner oder senden uns eine E-Mail an sales.deutschland@midoceanbrands.com oder besuchen Sie unsere Website www.midoceanbrands.com



KLASSISCHE PENDELLEUCHTE IM PURISTISCHEN DESIGN

koziol » ideas for friends GmbH

PSI-Nr.: 47406

www.koziol-incentives.de



SCHRITZÄHLER MIT 3D-SENSOR

KASPER & RICHTER GmbH & Co. KG

PSI-Nr.: 40043

www.kasper-richter.de



EXKLUSIVES ARRANGEMENT FÜR GENIESSER

Teutoburger Spezialitäten

PSI-Nr.: 42842

www.teutoburger.de



SÜSSE KÖSTLICHKEITEN AUS FEINSTEM MARZIPAN

J. G. Niederegger GmbH & Co. KG

PSI-Nr.: 46376

www.niederegger.de

EINE GLÜCKSFORMEL: SCHENKEN MACHT ZUFRIEDEN

Glück – viele Dichter und Philosophen haben versucht, dieses Gefühl in Worte zu fassen. Einer von ihnen war der französische Schriftsteller Georges Bernanos (1888 – 1948): „Glück ist, seine Freude in der Freude des anderen finden.“ Dass er damit vollkommen recht hat, belegt eine Studie der Universität von British Columbia in Vancouver. Das Wissenschaftlerteam zerbrach sich den Kopf darüber, warum sich trotz des stetig wachsenden Einkommens keine steigende Zufriedenheit in der Bevölkerung zeigte und ging diesem Phänomen auf die Spur. Das Ergebnis: Wer glücklich sein möchte, braucht keinen prall gefüllten Geldbeutel. Es reicht vielmehr aus, sein Augenmerk mal auf die Wünsche und Bedürfnisse der Mitmenschen zu richten. Denn laut Studie schaffen Ausgaben, die darauf abzielen, Mitmenschen eine Freude zu bereiten, einen persönlichen Glücksgewinn. Eine gute Nachricht, die die Werbemarktwirtschaft auch an ihre Kunden weitergeben sollte.



No Risk, no Fun

Zugegeben: Herausforderungen müssen Sie schon beim Sport suchen, denn die Feuerzeuge von TOM sind einfach viel zu sicher.

- TÜV-geprüfte Sicherheit mit GS-Zeichen
- ISO 9002 Zertifizierung der Produktionsstätten
- DIN EN 13869:2002 Kindersicherung
- 65°C Temperaturreistenz,
- 85°C bei POM-Feuerzeugen
- DIN EN ISO 9994:2006 Produktzertifizierung
- Produkthaftung 10 Mio. Euro
- Regulierbare Sicherheitsflamme
- Ergonomische Form



**GET YOUR
FREE SAMPLE
NOW!**

www.elektronica.de

Elektronica SM-Handels GmbH

Mergenthaler Str. 29 - 31

D-48268 Greven
Germany / Allemagne

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

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

it's my flame!





INSTRUMENTE DER QUALITÄTSSICHERUNG (TEIL 2)

INSPEKTIONEN GEBEN SICHERHEIT

Auch wenn die Preise stark gestiegen sind, kann sich Sourcing in Asien noch immer lohnen – jedenfalls so lange, wie die Qualität stimmt. Professionelles Qualitätsmanagement hilft dabei, Enttäuschungen und Risiken zu vermeiden. Inspektionen vor Ort, durchgeführt vor, während und nach der Produktion, sind ein wichtiger Schritt zu mehr Produktsicherheit und zufriedenen Kunden.

Sourcing im Ausland, sei es in China oder Asien allgemein, birgt große Risiken in Sachen Qualität und Sicherheit, die im Preiskampf jedoch oft in Kauf genommen werden. Europäische Importeure schätzen die Verhältnisse in China, Indien, Bangladesch oder Osteuropa häufig völlig falsch ein. Zu groß sind die Entfernungen, zu unterschiedlich das Geschäftsverhalten und die Mentalität. Zwar werden sie von lokalen Herstellern freundlich empfangen und ihre Wünsche und Vorstellungen werden angehört. Dennoch ent-

sprechen die Erzeugnisse nicht immer den Qualitätsvorstellungen des Auftragsgebers und/oder den gesetzlichen Vorgaben.

VERÄNDERTE SITUATION IN ASIEN MINDERT QUALITÄT

Obwohl der Lieferant verpflichtet ist, die vereinbarte Qualität zu liefern, können Probleme auftreten und die Lieferung ist nicht in Ordnung. Fast jeder Importeur kennt diese Situation. Wie kommt es zu solchen Qualitätsdefiziten? Viele asiatische Hersteller sind auf den riesigen, inzwischen explosionsartig wachsenden, einheimi-

schen Märkten sehr erfolgreich. Hinzu kommt, dass sich auf den lokalen Märkten teilweise höhere Preise erzielen lassen. Die Umsätze mit Europa wachsen zwar insgesamt, wegen der steigenden Zahl an Herstellern sinken jedoch die Umsätze des einzelnen Produzenten mit europäischen Kunden, sodass für sie das Europageschäft nicht mehr so interessant ist. Es macht also in den Augen des Lieferanten wenig Sinn, sich allzu intensiv mit den anspruchsvollen europäischen Kunden zu beschäftigen, zumal gesetzliche Vorgaben und



Die Inspektoren prüfen genauestens, denn nur so können auch kleine Fehler entdeckt werden.

hohe Qualitätsanforderungen im Zusammenhang mit solchen Aufträgen zusätzliche Hürden bedeuten.

QUALITÄTSSICHERUNG TUT NOT

Langfristiges Überleben am Markt ist für europäische Firmen, auch solche der Werbeartikelbranche, nur mit funktionstüchtigen, gesetzeskonformen und sicheren Produkten möglich. Nach dem Motto „Vertrauen ist gut, Kontrolle ist besser“ kann Qualitätsmanagement dazu beitragen, dies zu erreichen. Zentral gesteuert, muss ein Konzept jedoch durch Präsenz vor Ort an die lokalen Gegebenheiten adaptiert und umgesetzt werden. Produkte und Leistungen sind das Ergebnis von Prozessen, also müssen die für die Produktion und die Beschaffung maßgeblichen Prozesse und deren Einflussfaktoren unter die Lupe genommen werden. Anlagen und Gebäude, Materialeinsatz und Infrastruktur, Personal und Kommunikation, Produktionsbedingungen, Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen, Lieferfähigkeit und Zeitmanagement sind nur einige der Parameter, die

man im Auge behalten muss, wenn man in Asien produzieren lässt oder Produkte von dort importiert. Es lohnt sich, die Qualitätssicherung und die dafür notwendigen Prüfungen in die Hände professioneller Spezialisten zu legen. PSI Servicepartner Intertek bietet Herstellern und Importeuren gleichermaßen Beratung sowie entsprechenden Service an – und das weltweit,

WÄHREND EINER FABRIKBEWERTUNG WERDEN FOLGENDE KRITERIEN GEPRÜFT

- Lieferanten-Identifikation
- Produktpalette
- Hauptabsatzmärkte und Hauptkunden
- Arbeitskräfte
- Produktionsleistung
- Maschinerie und Gerätschaften
- Management- und Qualitätsanweisungen
- Herstellungsverfahren
- Innerbetriebliche Qualitätskontrollen
- Rohstoff-Management
- Halbfertig- und Fertigproduktmanagement

dank einem dichten Netz erfahrener Berater und Inspektoren. In diese Dienstleistung zu investieren, ist für Unternehmen kein Luxus, sondern zahlt sich am Ende aus: Denn Intertek überprüft, ob die Aufträge korrekt erfüllt werden und stellt sicher, dass die gelieferte Ware auch wirklich den Qualitätsanforderungen entspricht. So erspart man sich letztlich Ärger mit dem eigenen Kunden.

VOR DER PRODUKTION: FABRIKBEWERTUNGEN

Fabribewertungen stellen sicher, dass der Lieferant zulässige Arbeitsbedingungen bietet, funktionierende Einrichtungen und Maschinen bereitstellt und über ausreichend hohe Standards und ein intaktes Kontrollsystem verfügt, um die geforderte Qualität und Mengen auch langfristig liefern zu können. Zusätzlich zu den Fabribewertungen sind die Inspektoren vor Ort, um die bei der Produktion zu verarbeitenden Rohmaterialien, Komponenten und Zulieferteile anhand von Stichproben zu bewerten. Was, wann und wie geprüft werden



soll, legen die Experten von Intertek gemeinsam mit dem Kunden fest und begleiten den gesamten Prozess beratend.

INSPEKTIONEN WÄHREND DER PRODUKTION

Je früher Mängel im Produktionsprozess festgestellt werden, desto schneller und effektiver können sie beseitigt werden. Deswegen werden die Inspektoren bereits tätig, sobald das erste Produkt hergestellt wird. Es wird sofort hinsichtlich einer Qualitätsabweichung geprüft. Sind Defizite erkennbar, werden gangbare Wege vorgeschlagen, wie Probleme während des Produktionsvorgangs behoben werden können.

MUSTERZIEHUNG BEI LAUFENDER PRODUKTION

Nachdem die Ware zu verschiedenen Zeitpunkten während des Produktionsprozesses auf die wichtigsten Parameter geprüft wurde, geht man nun bei der Produktprüfung ins Detail. Hierzu werden aus der laufenden Produktion Muster gezogen, die noch in

der Produktionsstätte oder auch im Labor einer Konformitätsprüfung auf chemische, mechanische sowie elektrische Sicherheit unterzogen werden, mit besonderem Fokus auf Gebrauchstauglichkeit, Qualität und Verarbeitung,

INSPEKTIONEN NACH DER PRODUKTION

Um bestmögliche Qualität zu erzielen, wird auch nach Abschluss des Produktionsablaufs noch einmal geprüft. Die Stichprobeninspektion (FRI = Final Random Inspection) findet statt, wenn die Ware fertigge-

VORGEHEN BEI DER WARENINSPEKTION

1. Feststellen der Gesamtmenge (Losgröße, Chargengröße)
 2. Definition der Fehler/Qualitätsanforderungen:
 - Kritischer Fehler
 - Hauptfehler
 - Nebenfehler
 3. Festlegen des Prüfniveaus (General Inspection Level):
 - besonderes Prüfniveau (S-1, S-2, S-3, S-4)
 - allgemeines Prüfniveau (I, II, III)
 4. Kennbuchstabe, in Abhängigkeit von der Losgröße und definiertem Prüfniveau
 5. AQL-Wert (Accepted Quality Level):
 - Die Teilmenge, die in Abhängigkeit zur Gesamtmenge überprüft werden muss.
 - Die Annahmehzahl (Anzahl der maximal fehlerhaften Produkte die akzeptiert werden).
 - Die Rückweiszahzahl (Anzahl fehlerhafte Produkte überprüfter Stichprobe / Teilmenge).
- Ist dieser Wert zu hoch, muss man annehmen, dass die Gesamtmenge nicht der vorgegebenen Qualität entspricht.



Das Inspektoren-Team von Intertek in Indien, ganz links bei der Inspektion sowie im Büro bei der Erfassung der Prüfergebnisse.

stellt, verpackt und zum Versand bereit ist. Die Stichproben werden nach der DIN 40080/ISO 2859 gezogen und nach Anzahl, hinsichtlich Bedienung und Funktion, nach Farbe, Größe, Spezifikations- und Verpackungsdetails sowie Verarbeitungsqualität überprüft. Die offizielle Stichprobeninspektionsmethode DIN 40080/ISO 2859 basiert auf der mathematischen Wahrscheinlichkeitstheorie. Dieses Verfahren liefert die zu inspizierende Anzahl von Mustern aus einer gegebenen Menge oder Chargengröße. Sie liefert außerdem die genauen Kriterien für die Akzeptanz oder Ablehnung einer Sendung basierend auf der Anzahl gefundener Mängel. Diese Methode erlaubt damit eine gerechte Festsetzung der Produktqualität, die sowohl für den Käufer als auch für den Verkäufer nachvollziehbar ist. Die annehmbare Qualitätsgrenze (AQL) ist der maximale prozentuale Defekt, der bei einer Inspektion akzeptiert wird. Hierauf sollten sich Käufer und

WARENINSPEKTION WÄHREND DER PRODUKTION

Zielsetzung

Identifikation mangelhafter Produkte oder Bauteile.

Umsetzung

Phase 1: Produktionsbeginn (Pre-Production Inspection)

Inspektion, nachdem etwa 5 bis 10 Prozent der Ware produziert ist.

Kontrolliert wird z.B. inwieweit die produzierten Waren der Bestellung entsprechen. Stimmt die Größe, das Design, die Funktionalität, die Farbe und Farbechtheit? Stimmt die Verpackung und Beschriftung? Es wird die Qualität und Konformität der Waren überprüft. Vorab muss mit dem Auftraggeber natürlich abgestimmt werden, welche Bewertungskriterien von den Intertek Inspektoren angewendet werden sollen. Welche Fehler sind akzeptabel, bedingt akzeptabel oder nicht mehr tolerierbar? Auch muß die zu überprüfende Stichprobenmenge im Verhältnis zur Gesamtmenge definiert werden.

Weitere Kontrollen je nach Anforderungsprofil des Kunden.

Phase 2: Produktion (During Production Inspection)

Inspektion nachdem etwa 10 bis 20 Prozent der Ware produziert ist.

– z. B. Anzahl gesamt, je Größe, je Design, je Farbe, Farbechtheit

– Verpackung, Qualität

– Weitere Kontrollen je nach Anforderungsprofil des Kunden.

WARENINSPEKTION NACH DER PRODUKTION

Zielsetzung

Identifikation mangelhafter Produkte, Verpackungen, Beschriftung.

Sicherstellung der Vollständigkeit der Ware nach der Produktion und vor der Auslieferung.

Umsetzung

Inspektion am Ende der Produktion (Final Random Inspection)

Hierzu gehören:

- Überprüfung, Protokollierung, Verifizierung der bestellten Ware
- Kontrolle der verladenen Ware anhand der vorgelegten Packliste
- Überprüfung der Form der Verpackung sowie der Kennzeichnung
- Kontrolle von Verpackung und Schutz der Ware entsprechend der jeweiligen Witterungsbedingungen
- Ankunftszeit des Containers
- Fotos von Ware und Verpackung
- Versiegelung der Verpackungen durch Intertek
- Musterziehung und Produktprüfung nach der Produktion

Verkäufer einigen. Die detaillierte Produktprüfung nach der Produktion verläuft nach den gleichen Standards wie die Produktprüfung während der Produktion. Auch jetzt werden Muster gezogen und es können zusätzlich chemische, mechanische und elektrische Sicherheit sowie Gebrauchstauglichkeit, Qualität und Verarbeitung kontrolliert werden.

ACCEPTABLE QUALITY LEVEL

Durch Stichprobenprüfungen kann entschieden werden, inwieweit ein Produktionslos angenommen oder abgelehnt wird. Qualitätsprüfer nutzen die AQL-Tabellen (Acceptable Quality Level) zur Ermittlung der erforderlichen Stichprobengröße im

Qualitätsmanagement. Beim AQL wird in einer genau definierten Vorgehensweise aus einer Menge von Waren eine bestimmte Teilmenge als Stichprobe definiert. Diese Stichprobe wird anhand von Normen und Vorschriften bzw. der zwischen Lieferant und Kunde vereinbarten Vorgaben und Toleranzen geprüft. In den AQL-Tabellen ist festgelegt, bis zu welcher Anzahl von fehlerhaften Produkten eine Charge akzeptiert werden kann und ab welcher Anzahl sie zurückgewiesen wird.

VERLADEKONTROLLE

Da die Erfahrung zeigt, dass auch im unmittelbaren Umfeld der Verladung noch manches schiefgehen kann, umfasst der Service von Intertek auch die Stichprobeninspektion vor der Verschiffung auf dem Gelände des Herstellers, im Lager oder bei der Spedition. Im Rahmen des sogenannten Shipment Monitorings wird nochmals geprüft, ob Produkte, Verpackung oder Beschriftung Mängel aufweisen und ob die Ware nach der Produktion sowie während und nach der Verladung vollständig ist. Um dies zu gewährleisten, wird die Verladung überwacht und sichergestellt, dass das Verladegut ordnungsgemäß behandelt wird. Hierzu gehört auch die Kontrolle der Bedingungen innerhalb des Containers: Wie steht es mit

Sauberkeit oder Feuchtigkeit und wird die Ware richtig eingestellt? Dabei berät Intertek den Hersteller und koordiniert ggf. die erforderlichen Maßnahmen.

WARENINSPEKTION IM ZIELMARKT

Nach ihrer Reise über die Ozeane sehen sich die Inspektoren die Ware nochmals genau an. Im Rahmen einer weiteren Final Random Inspection, diesmal am Bestimmungsort der Sendung, wird die bestellte Ware nochmals überprüft, protokolliert und verifiziert. Das Vorgehen der Inspektoren ist identisch mit der Prüfung nach der Produktion. Dabei werden die Ankunftszeit des Containers protokolliert, Fotos von Ware und Verpackung gemacht und die Verpackungen versiegelt. Dann kann ausgeliefert werden. <

Die vorgestellten Inspektionsarten sind sowohl einzeln als auch in Kombination buchbar. Es kommt letztlich auf die zu inspizierenden Waren an, welche Inspektionen Sinn machen.

HANDELSPARTNER CHINA

China ist Deutschlands wichtigster Handelspartner. Nach Schätzungen des Münchner Ifo-Instituts und der Großbank Unicredit für die Financial Times Deutschland hat der deutsche Außenhandel mit China 2010 neue Rekordwerte erreicht. Den Angaben der Zeitung zufolge stiegen die deutschen Ausfuhren nach China um 40 Prozent an, die Importe im Gesamtjahr 2010 haben um 32 Prozent zugelegt. Das bedeutet den stärksten Anstieg seit 17 Jahren.

Intertek unterstützt PSI-Mitglieder gerne bei der Erstellung individueller Qualitätssicherungslösungen und -konzepte.

WEITERE INFORMATIONEN:

Martin Mündlein

Director – Global Project & Service Management

Intertek Holding Deutschland GmbH
Stangenstraße 1

D-70771 Leinfelden-Echterdingen

customer.care@intertek.com

Telefon: 0800 5855888

(Gebührenfreie Rufnummer)

Telefon: +49 711 27311-152

Intertek Pictures by:

A. Shantha Kumar

Asst. Manager – Inspection

Intertek India Pvt Ltd.



Feel the Freedom

Die Route 66 ist ein historischer Highway in den USA, der in Chicago beginnt und am Strand des pazifischen Ozeans in Santa Monica, nahe Los Angeles, endet. Die Gesamtlänge der Strecke beträgt 3940 km.

Im Jahr 1985 wurde der Highway offiziell gesperrt. Trotz der Sperrung folgen immer noch unzählige Touristen der Route 66. Es ist ein einmaliges Erlebnis, den Highway mit einem Bike oder einem Oldtimer zu passieren und das ultimative Gefühl der Freiheit zu genießen.

Unser Route 66 Sortiment lässt sich optimal mit diesem Gefühl verbinden. Bei der Auswahl der Artikel haben wir auf hochwertigste Materialien geachtet, die den Spirit dieses Brands verkörpern. Feel the Freedom !



1887



1872



2882



1880



1873



Giving Europe GmbH
Konsul-Smidt-Str. 8 M
D-28217 Bremen Germany
T +49 (0)421 596 597 0
F +49 (0)421 596 597 99
E kontakt@givingeurope.de

Giving Europe B.V.
Het Eek 1
NL-4004 LM Tiel
T +31 (0) 344 640 500
F +31 (0) 344 640 501
E contact@givingeurope.nl

Giving Europe España S.L.
Riera Figuera Major, 69
ES-08304 Mataró (Barcelona)
T +34 93 741 12 66
F +34 93 757 48 84
E info@givingeurope.es

Giving Europe Italia Srl
Via delle Calandre, 42
IT-50019 Sesto Fiorentino (Firenze)
T +39 055 8886101
F +39 055 8886126
E info@givingeurope.it



Bei Produkten mit Lebensmittelkontakt ist Schadstofffreiheit besonders wichtig. Für Küchenartikel aus Melamin und Polyamid gilt ab Juli 2011 eine neue EU-Verordnung.

POLYAMID- UND MELAMIN-KÜCHENARTIKEL AUS CHINA UND HONGKONG

EU VERSCHÄRFT IMPORTBEDINGUNGEN

In letzter Zeit wurde bei Küchenartikeln aus Melamin und Polyamid, die aus China oder Hongkong stammen, besonders häufig die Überschreitung der zulässigen Grenzwerte für bestimmte Inhaltsstoffe festgestellt. Darauf hat nun die EU mit der Verordnung (EU) Nr. 284/2011 der Kommission vom 22. März 2011 reagiert. Darin werden die besonderen Bedingungen und detaillierten Verfahren für die Einfuhr solcher Produkte festgelegt. Diese Verordnung, die auch Importeure von Werbeartikeln betrifft, gilt ab 1. Juli 2011.

In der EU wurden in den letzten Monaten verstärkt Küchenartikel (KN-Code ex 39241000: Geschirr und andere Artikel für den Tisch- oder Küchengebrauch) aus Kunststoff für den Kontakt mit Lebens-

mitteln überprüft, die aus China bzw. Hongkong eingeführt worden sind. Dabei wurde eine erhebliche Anzahl von Artikeln als nicht verkehrsfähig eingestuft. So wurde bei Melaminprodukten eine erhöhte Mi-

NEUE REGELUNGEN/EU-VERORDNUNG

Kunststoffküchenartikel aus Polyamid oder Melamin mit Ursprung oder Herkunft China bzw. Hongkong dürfen zukünftig nur unter folgenden Voraussetzungen in die Mitgliedstaaten der EU eingeführt werden:

- Vorlage eines Laborberichts für Polyamid-Kunststoffküchenartikel bei der zuständigen Behörde (Zoll), der nachweist, dass keine primären aromatischen Amine an Lebensmittel abgegeben werden. (Nachweisgrenzwert 0,01 mg/kg.)
- Vorlage eines Laborberichts für Melamin-Küchenartikel bei der zuständigen Behörde (Zoll), der nachweist, dass kein Formaldehyd in Mengen von über 15 mg/kg an Lebensmittel abgegeben wird.
- Für jede Sendung muss der zuständigen Behörde eine ordnungsgemäß ausgefüllte Erklärung (Anhang der Verordnung) vorgelegt werden, in der bestätigt wird, dass oben genannte Anforderungen erfüllt sind.
- Zusätzlich ist die zuständige Behörde am Ort der ersten Einföhrung mindestens zwei Arbeitstage im Voraus über das voraussichtliche Datum und die voraussichtliche Uhrzeit des Eintreffens von Sendungen, deren Ursprung oder Herkunft China bzw. Hongkong ist, zu informieren, um entsprechende Kontrollen zu gewährleisten.
- Ggf. werden in Deutschland bestimmte Einfuhrstellen für die hier genannten Artikel vorgeschrieben.

NÄHERE INFORMATIONEN:

AGU GmbH & Co.
Beratungsgesellschaft für Umwelt- und Qualitätsmanagement
Marcus Schweier
Tel.: +49 175 1948917
E-Mail: marcus.schweier@agu-muenster.de

gration von Formaldehyd festgestellt. Bei Küchenartikeln aus Polyamid maßen die Behörden hohe Werte für die Migration von primären aromatischen Aminen (PAA). Aus Gründen des Gesundheitsschutzes und Lebensmittelsicherheit hat deshalb die EU die neue Verordnung (EU) Nr. 284/2011 erlassen, die ab 1. Juli 2011 verbindlich ist.





Ihre Kunden sind «goldwert»



Die Vorderseite wird graphisch nach Ihren Wünschen und Anforderungen individuell gestaltet. Die True Gold Unit® bringt Ihre Botschaft auf den Punkt. Der Goldbarren verbindet sich mit Ihrer Marke, spricht für Wertigkeit und Vertrauen.

Die True Gold Unit® ist zielorientiert und kreativ einsetzbar:

- Kundenbindungsprogramme; Dankeschön sagen, Wertschätzung...
- Mitarbeiter Incentive; besondere Leistungen, Geburt, Jubiläum...
- Partner Incentive; Vertriebspartner
- Product Placement, Kampagnen, Events, Clubs, Member, Sponsoring
- Handel mit eigener Karten-Kollektion
- Die Karte begeistert unabhängig von Geschlecht, Religion und ist International einsetzbar

Die True Gold Unit® steht für Qualität, Zuverlässigkeit, Innovation und Präzision.

«100% made in Switzerland»



Exklusiv-Vertrieb für PSI-Mitglieder:

FLURYpromotion

Sumpfstrasse 26
Postfach 947
6301 Zug

Tel. +41 41 544 61 31
Fax. +41 41 544 61 33
Mobil +41 79 334 41 46

E-Mail: info@flurypromotion.ch
Web: www.flurypromotion.ch
PSI- Mitgliedsnummer 48296

ARBEITSMARKT

HONGKONG FÜHRT GESETZ-
LICHEN MINDESTLOHN EIN

Arbeiter in Hongkong können sich künftig erstmals auf einen gesetzlichen Mindestlohn berufen. Dieser wurde mit 28 Hongkong-Dollar pro Stunde festgelegt, das sind umgerechnet



2,44 Euro. Das geht aus einer Meldung der Nachrichtenagentur presstext hervor. Von dem gesetzlichen Mindestlohn sollen 270 000 Arbeiter mit geringen Einkommen profitieren. Das entspricht jedem zehnten Einwohner. Die Mindestlohn-Verordnung ist auch für die Brancheiteilnehmer relevant, die ihre Produkte zum Teil in der Sonderverwaltungszone produzieren lassen. <

PERSONALPLANUNG

WETTBEWERB UM FACHKRÄFTE
VERSCHÄRFT SICH

Der demografische Wandel wird den Wettbewerb um Fachkräfte in Deutschland spürbar verschärfen. Das geht aus einer Studie der Unternehmensberatung McKinsey hervor. Danach werden bis zum Jahr 2025 etwa 6,5 Millionen Arbeitskräfte, darunter rund 2,4 Millionen Akademiker, fehlen. Daher sollten Unternehmen bereits heute ihre Personalplanung langfristiger ausrichten. „Mitarbeiterinnen besser zu fördern und ihre Chancengleichheit sicherzustellen, ist ebenso Bestandteil einer erfolgreichen Fachkräftestrategie wie die Vermeidung von Frührenten“, erklärt Katrin Suder, Leiterin des Beratungsbereichs Öffentlicher Sektor bei McKinsey. <

BERICHT „GEFÄHRLICHE PRODUKTE 2011“

VIEL GEFÄHRLICHES KOMMT AUS CHINA

Viele Produkte, die in Deutschland wegen Sicherheitsmängeln oder Gefahren für die Gesundheit beanstandet werden, stammen aus China. Das hat die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BauA) festgestellt. In ihrem Jahresbericht „Gefährliche Produkte 2011“ belegten elektrische Haushaltsgeräte, Spielzeug sowie Bedarfsgegenstände für Heim und Freizeit die vorderen Plätze. Am



häufigsten (36 Prozent) verstießen die von den Behörden aufgespürten Produkte gegen die sogenannte „Niederspannungsrichtlinie“, die europaweit alles regelt, was geräteseitig mit Elektrizität betrieben wird. So waren hier etwa Reis- und Wasserkocher oder Haartrockner, Heizlüfter oder Waschmaschinen auffällig. Bei vielen der beanstandeten Geräte bestand die Gefahr eines Stromschlags. Aber auch Überhitzungs- und damit Brandgefahren wurden festgestellt. 30 Prozent aller chinesischen Produkte verletzten die allgemeinen Sicherheitsbestimmungen des deutschen „Dachgesetzes“ für technische Geräte und Produkte, das Geräte- und Produktsicherheitsgesetz (GPSG), das zurzeit novelliert wird. Dazu gehörten im Jahr der Fußballweltmeisterschaft beispielsweise auch die Fanfaren, bei denen die Gefahr bleibender Hörschäden bestand. An dritter Stelle standen mit 24 Prozent Verstöße gegen die sogenannte „Spielzeugrichtlinie“. Die Ergebnisse der aktuellen Studie zeigen, dass es für die Importeure der Branche besonders wichtig ist, auf Qualitätsmanagement zu setzen. <

VERBRAUCHERSTUDIE

UMWELTBEWUSSTE MARKEN PUNKTEN

Marken, die sich für Gesellschaft und Umwelt einsetzen, genießen bei deutschen Verbrauchern den Vorzug. Das ist eines der Ergebnisse der aktuellen Reader's Digest Studie „European Trusted Brands 2011“, an der über 33 000 Personen teilgenommen haben. Danach



schätzten zwei Drittel der Deutschen Marken, die umweltfreundlich sind. Weitere 38 Prozent bevorzugten solche, die sich für gesellschaftliche Belange einsetzen. „Der Markt belohnt Unternehmen, die gezielt in Markenführung investieren und dabei sowohl an die unmittelbaren Verbraucherbedürfnisse denken als auch an ihre Rolle in der Gesellschaft“, so Anett Groch, Anzeigendirektorin von Reader's Digest Deutschland. Eine Aussage, die auch die markenaffinen Unternehmen der Branche im Hinterkopf behalten sollten. <

IRREFÜHRENDE ZAHLUNGSAUFFORDERUNGEN PATENTAMT WARNT VOR BETRÜGERN

Unternehmen der Branche, die in diesen Tagen Zahlungsaufforderungen vom Deutschen Patent- und Markenamt (DPMA) erhalten, sollten die Schreiben auf ihre Echtheit prüfen. Wie die Zentralbehörde für gewerblichen Rechtsschutz in Deutschland jüngst mitteilte, sind derzeit unseriöse Unternehmen am Werk, die eine Überweisung von angeblich fälligen Gebühren verlangen. Laut DPMA erwecken die Zahlungsaufforderungen, Rechnungen und Überweisungsträger teilweise den Anschein amtlicher Formulare. Sie enthalten mit Aktenzeichen sowie dem Anmelde- und Veröffentlichungstag zum Teil detaillierte Informationen. Cornelia Rudloff-Schäffer, Präsidentin des DPMA, empfiehlt daher, genau zu prüfen, ob das Schreiben wirklich vom Deutschen Patent- und Markenamt stammt. Sollten Zweifel daran bestehen, sei eine Anfrage beim DPMA ratsam. Weitere Informationen, insbesondere eine ständig aktualisierte Liste derartiger Unternehmen, die nicht im Zusammenhang mit Aufgaben und Leistungen des DPMA stehen, finden Sie auf den Internetseiten des DPMA unter: www.dpma.de/service/dasdp-mainformiert/warnung/index.html <



STUDIE ZUR AUTOWERBUNG

ENGLISCHE SLOGANS WERDEN OFT MISSVERSTANDEN

Unternehmen der Branche, die auf der Suche nach neuen Werbeslogans sind, sollten die Ergebnisse der aktuellen Analyse der Namensagentur Endmark im Hinterkopf behalten. Diese zeigt, dass Marketer die Englischkenntnisse der breiten Masse überschätzen. Wie die aktuelle Analyse zum Thema Autowerbung zeigt, werden viele englischsprachige



Werbesprüche von potenziellen Kunden nicht verstanden. So übersetzten nur rund ein Fünftel (19 Prozent) der Befragten den Renault-Werbeslogan „Drive the change“ mit „Fahre die Veränderung“ korrekt. Der Rest übersetzte den Werbespruch etwa mit „Fahre für Wechselgeld“. „Man merkt deutlich, dass sich viele Autokonzerne mit diesen Kampagnen zwar international aufstellen und eine stringente Corporate Identity durchpeitschen wollen, den Kunden aber voll aus den Augen verlieren“, sagt Anne M. Schüller, Expertin für Loyalitätsmanagement von der gleichnamigen Beratungsgesellschaft auf presstext-Nachfrage. „Slogans müssen einen regionalen Kundenfokus haben, um langfristig erfolgreich zu sein.“ Die Einschätzung bestätigt sich auch mit Blick auf die Werbebotschaft des japanischen Autoriesen Nissan. Das Unternehmen bewirbt sein Modell Juke hierzulande mit „Urban proof energised“. Einem Sprecher des Autoherstellers zufolge steht der Spruch dafür, „dass der Nissan Juke erwiesenermaßen die Stadt mit Energie auflädt“. Nur 16 Prozent kamen darauf, der Großteil übersetzte mit „Die Energie der Stadt beweisen“. Für die Studie wurden insgesamt rund 1000 Personen zwischen 14 und 49 Jahren befragt, die Deutsch als ihre Muttersprache angaben. <

GESCHÄFTSENTWICKLUNG 2011

GUTE STIMMUNG IN DER MARKENWIRTSCHAFT

In der Markenwirtschaft herrscht Optimismus. Wie aus der Frühjahrs-Konjunkturumfrage des Markenverbandes hervorgeht, prognostizieren die Mitgliedsunternehmen des Markenverbandes für dieses Jahr eine positive Umsatz-, Investitions- und Beschäftigungsentwicklung. Mehrheitlich sehen sie sowohl die Auslastung der Produktionskapazitäten sowie die Entwicklung des privaten Konsums positiv. Größte Herausforderungen sind höhere Rohstoffpreise, zunehmende Marktkonzentrationen im Handel und fehlende Spielräume für notwendige Preiserhöhungen. „Die Mehrheit der Unternehmen der Markenwirtschaft beurteilt die aktuelle wirtschaftliche Gesamtlage in Deutschland als gut bis sehr gut“, sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes und ergänzt: „Bereits in den Wirtschafts-Krisenjahren 2008/2009 hat die Markenwirtschaft beobachten können, dass die Kunden sich vermehrt den Marken zuwenden. Diese Tendenz hat sich im Jahr 2010 bestätigt und scheint sich im Jahr 2011 fortzusetzen.“ <



forderungen sind höhere Rohstoffpreise, zunehmende Marktkonzentrationen im Handel und fehlende Spielräume für notwendige Preiserhöhungen. „Die Mehrheit der Unternehmen der Markenwirtschaft beurteilt die aktuelle wirtschaftliche Gesamtlage in Deutschland als gut bis sehr gut“, sagt Christian Köhler, Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes und ergänzt: „Bereits in den Wirtschafts-Krisenjahren 2008/2009 hat die Markenwirtschaft beobachten können, dass die Kunden sich vermehrt den Marken zuwenden. Diese Tendenz hat sich im Jahr 2010 bestätigt und scheint sich im Jahr 2011 fortzusetzen.“ <



MARKEN UND DESIGN

WERBEARTIKEL, DIE ZEICHEN SETZEN

Ein Werbeartikel mit Markenname kommt beim Empfänger noch einmal so gut an. Wenn einer Marke auch ein unverwechselbares Design zugeordnet ist, erfährt der entsprechende Werbeträger weitere Aufwertung. Auf den folgenden Seiten finden Sie jede Menge „markiger“ wie schöner Produktideen.

Marken und Design gehen meist Hand in Hand. Was aber macht eine Marke zur Marke? Die Definition besagt, dass es sich bei einer Marke (oder einem Markenzeichen – englisch: mark) um ein besonderes, rechtlich geschütztes Zeichen handelt, das vor allem dazu dient, Waren oder Dienstleistungen eines Unternehmens klar zu umreißen. Marketingtechnisch umschreibt der Begriff Marke (englisch: brand) alle Eigenschaften, in denen sich Objekte, die mit einem Markennamen in Verbindung stehen, von konkurrierenden Objekten anderer Markennamen unterscheiden. Auch die Welt der Werbeartikel profitiert von den imagebildenden, Vertrauen weckenden und verkaufsfördernden Attributen der Marke. Im Verbund des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) ist es vor allem der Arbeitskreis Werbemittel (AKW), der die positiven Möglichkeiten der Marken propagiert. Der Zusammenschluss renommierter Markenartikelunternehmen zeigt beispielhaft, wie erfolgreich Markenprodukte als Werbeträger sind. Auf den folgenden Seiten haben wir Ihnen eine Auswahl durch starke Marken und elegantes Design wirkender Werbeartikel aus den Reihen der PSI-Mitglieder zusammengestellt.





RÜCKENWIND AUS DER STECKDOSE

Als Importeur hat Hirsch bereits viel Erfahrung im Bereich Werbemittel gesammelt. Bisher sind die Österreicher als Spezialisten für Flüssigkeit gefüllte Werbeartikel in Erscheinung getreten, haben aber nun das Angebot mit Elektrofahrrädern erweitert. Diese werden direkt vom Produzenten bezogen und als Promotionprodukt mit Kundenlogos und Design geliefert. Und das schon ab einem Stück!

Mit der Tretunterstützung des elektrischen Zusatzantriebs herrscht praktisch immer Rückenwind, denn immer wenn es beim Radfahren schwer wird, liefert der Akku zusätzliche Energie. Die sogenannten DEEReBikes liegen voll im Trend und mit einer Werbebotschaft versehen, sind sie ideale Werbeträger viele Zwecke. Drei Fahrräder stehen zur Auswahl: das City

eBike für Damen, mit 28 Zoll Felgen, Siebengang-Nexus-Nabenschaltung, Dreistufen-Pedelec-Assistent und einem 25 Volt Akku, der einen 250 Watt Zusatzmotor antreibt. Für Herren gibt es ein Trekking eBike, das die gleichen Features wie das Damenrad aufweist. Wer es lieber sportlich mag, wird mit dem Mountain eBike gut zurecht kommen. Dieses ist unter anderem mit

einer 21 Gang Shimano Schaltung, Scheibenbremsen und dem Fünfstufen-Pedelec-Assistenten ausgerüstet. Die Zusatzenergie liefert ein 36 Volt Akku, der als Antrieb für einen 360 Watt Motor dient. Alle Modelle entsprechen den EU-Standards und sind von bester Qualität. Der Einkaufspreis für PSI-Händler liegt bei etwa 40 Prozent des Preises in einem Fachgeschäft.

47225

Hirsch Liquid Ideas GmbH

Tel +43 463 218700

michael@liquidideas.eu

www.liquidideas.eu

www.deer-bikes.com



KLEINES KRAFTWERK

Die niederländische Firma Xindao wurde mit ihren designorientierten Produkten bekannt und ist mittlerweile eine feste Größe, wenn es um außergewöhnliche Artikel geht. Dazu gehört auch der Bamboo Solar Tree, bei dem es sich um ein kleines Kraftwerk handelt, das Sonnenenergie in Strom umwandelt. Mit Hilfe von neun Solarzellen lassen sich Geräte wie zum Beispiel Notebooks betreiben. Dabei nimmt der Bamboo mit seiner Höhe von nur 22 Zentimeter nicht viel Platz auf dem Schreibtisch in Anspruch. Die Anschlüsse erfolgen über USB-Buchsen. Eine wiederaufladbare Lithium-Batterie gehört zum Lieferumfang.

42771 • Xindao B.V. • Tel +31 70 3199900
h.vanhouten@xindao.nl • www.xindao.nl

DRAHTSEILAKT

Den klangvollen Namen Jumper haben die Designer von Troika ihrem witzigen Keyring gegeben, der zum aktuellen Angebot des Werbemittelspezialisten gehört. Augenfällig daran ist die kleine Metallfigur, die sich jedes Mal vor Freude überschlägt, wenn man ihr einen neuen Schlüssel anvertraut. Der Korpus besteht aus Aluminium, die integrierte Drahtschleife sorgt für sicheren Halt der Schlüssel. Die Lieferung erfolgt in einem transparenten Schubert.

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



ACCESSOIRE FÜR ÄSTHETEN

Im vergangenen Jahr konnte die HAN-Bürogeräte GmbH einen ganz besonderen Erfolg vermelden: Der iBox des Designers Heinrich Piltz wurde das Qualitätssiegel „red dot“ für hohe Designqualität verliehen. Das ist kein Wunder, wenn man das durchdachte Outfit des Bürohelfers betrachtet. Die iBox ist erschaffen worden, um die klaren Linien moderner Büroarchitektur zu ergänzen und sich als stilvolles Accessoire für Ästheten zu zeigen. Das Design des Artikels ist einzigartig und puristisch, zeigt kompromisslos klare Linien mit Reduzierung auf das Wesentliche – ganz im Sinn der Bauhaus-Tradition. Hierfür wurde extra ein patentierter Beschriftungsclick entwickelt, mit dem die Schubladen per Fingerdruck leicht geöffnet und geschlossen werden können. Im Detail überzeugt die iBox mit fünf Schubladen, gefertigt aus hochglänzendem Kunststoff. Dieses Material unterstreicht zusätzlich ihren wertigen Charakter.

46496 • HAN-Bürogeräte GmbH & Co. KG • Tel +49 5221 933718
vonhuebbenet@han-online.com • www.han-online.com



zippo®



www.zippo.de



VERRÜCKTE HASEN

Die neuen Steiff Crazy Rabbits bringen Farbe in jedes Kinderzimmer, denn ihr Outfit ist kunterbunt: Lila, Grün, Orange, Blau und Rosa. Zusätzliche Farbkleckse sind die Schals, die sie um den Hals tragen. Aber Hase ist nicht gleich Hase: Den Steiff Crazy Rabbits liegt ein Bastelbogen bei, aus dem die Kids kreative Accessoires zaubern können. Indianerschmuck, Prinzessinnenkronen, Zauberstab oder coole Sonnenbrille – im Nu verwandeln sich die kuscheligen Steiff – Hasen in die unterschiedlichsten Charaktere. Zusätzliche Bastelbögen gibt es im Steiff – Katalog und bald auch als Download unter der unten angegebenen Internetadresse. Die Crazy Rabbits sind aus kuschelweichem Plüsch gefertigt und haben eine Größe von 20 Zentimetern.

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

EGOIST MIT EMOTION

Die Salatschüssel Leaf von koziol adelt jede Salatkreation, spielt immer die Hauptrolle und bringt das Besteck gleich mit. Die opulente Schale vereint Luxus mit Sensibilität und ist das Herzstück jeder liebevoll gedeckten Tafel. Das integrierte Salatbesteck greift den sanften Schwung der Schale auf und präsentiert sich in attraktiven Kontrastfarben. Passend dazu sind Portionsschalen in drei Größen erhältlich – für knackige Salate, frisches Obst, cremige Desserts, pikante Suppen und natürlich auch für leckere Dips.

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



BEING CONNECTED

Mit dem universellen Reisestecker von Kasper & Richter können zweipolige elektrische Geräte mit unterschiedlichen Stecksystemen der ganzen Welt verbunden werden. Durch einfaches Drehen lassen sich vier verschiedene Systeme einstellen, was durch Aus- und Einfahren der Pole geschieht. So kann zum Beispiel ein in Deutschland hergestellter Rasierer problemlos mit einer Steckdose in England, den USA oder in Australien verbunden werden. Das Produkt wird unter dem Namen Earthlink angeboten. Das Gewicht beträgt nur 135 Gramm, der Durchmesser 64 x 66 Millimeter.

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



plastolan.
the power of promotion

Der Becher für Unterwegs!



- sicher schließender Deckel
- doppelwandiger, BPA freier Kunststoff
- Spülmaschinen und Mikrowellen geeignet

Tel. +49(0)2941-9880 • e-mail: mail@plastolan.de

FÜR ALLE, DIE GUTE QUALITÄT SCHÄTZEN



EUROSTYLE®
Leather & more. Since 1899.



MADE IN GERMANY

Emil Kreher GmbH & Co. KG Lederwaren
Dieselstraße 5 · D-95448 Bayreuth Tel. (+49) 9 21/7 89 52-0 · www.eurostyle.eu

Pen **RITTER**®
GERMANY

Flexibler
Metallfeder-Clip

Transparent
Optik

Große Werbefläche
auf dem Schaft

Art.-Nr.: 18200

MADE IN GERMANY



**STRONG
TRANSPARENT**

www.ritter-pen.de



ABGEFAHREN

Nicht nur Bikerfreunde werden vom Easy Rider begeistert sein, der zum Angebot von Troika gehört. Das kleine Motorrad im Chopper-Stil sieht nicht nur gut aus, es kann sich als Briefbeschwerer und Halter für Büroklammern auch nützlich machen. Mit seinem kräftigen Rückziehmotor gibt der glänzend verchromte Easy Rider im Nu Vollgas. Die Lieferung erfolgt in Einzelverpackungen, fünf Büroklammern sind inklusive.

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

WÜRZIGE GESELLEN

Wer etwas Originelles auf seinem Frühstückstisch haben möchte, liegt mit den Salz-, Pfeffer- oder Gewürzmühlen Smile von Vabene genau richtig. Die würzigen Gesellen sehen nicht nur witzig aus, sie haben es auch in sich: Zwei Behälter für unterschiedliche Gewürze sorgen dafür, dass immer der richtige Geschmack erzeugt werden kann. Dementsprechend haben die Mühlen auch zwei verstellbare Keramikmahlwerke. Der Korpus von Smile ist aus robustem Kunststoff gefertigt, der Oberfläche wurde ein Softtouch Finish gegeben, wodurch die Mühle angenehm in der Hand liegt. Zur Auswahl stehen die Farben Schwarz, Orange und Lemongelb.

46955 • Vabene GmbH • Tel +49 911 59832924
info@vabene-design.com • www.vabene-design.com



HAI MIT KÖPFCHEN

Der neue Stick Gooddrive Shark von Wilk zeichnet sich durch seine einmalige Form aus, die an einen Hai erinnert. Im Unterschied zum lebendigen Original greift aber der Gooddrive nicht mit seinen Zähnen an, sondern mit einem USB-Anschluss, der aus seinem schützenden Gehäuse gezogen werden kann. Haie sind für ihre Robustheit bekannt, deswegen wurde das stromlinienförmige Gehäuse von Shark aus beständigem ABS-Kunststoff ausgeführt und mit einer zusätzlichen Silikonschicht überzogen. So liegt der Stick angenehm in der Hand und sichert die Daten zuverlässig. Der Artikel ist mit Kapazitäten von 2 bis 16 Gigabyte zu haben.

47688 • Wilk Elektronik SA • Tel +48 32 7369000
sales@wilk.com.pl • www.goodram.com



Ein glänzendes Outfit!

**Verführerische Verpackungen
aus Weißblech mit 100% Mehrwert.**



Machen Sie Ihr Produkt noch begehrter und noch einzigartiger. Entdecken Sie unsere grenzenlosen Möglichkeiten in der Entwicklung Ihrer individuellen Verpackung oder profitieren Sie von unserem vielfältigen Dosensortiment. Wir sind Ihr kompetenter, innovativer und zuverlässiger Partner im Metallverpackungsbereich. Schon ab 2000 Exemplaren erhalten Sie Ihre individuelle Dose. Fordern Sie uns heraus. Wir freuen uns darauf.



ADV Pax Lutec GmbH
Paul-Lechler-Straße 5
72581 Dettingen an der Erms

Telefon + 49 (0)7123 | 3 80 07-0
Telefax + 49 (0)7123 | 3 80 07-50
E-Mail: info@adv-pax.de

www.adv-pax.de | www.adv-dosenshop.de



DOPPELTES LOTTCHEN

Im Doppelpack kommt eine Werbeidee von Kalfany Süße Werbung daher: Ferrero Rocher und Ferrero Rondnoir in einer transparenten Klappverpackung. Mit den beliebten Markenklassikern lässt sich der Esprit einer Werbeaktion doppelt gut vermitteln. Auf dem umlaufenden Werbekarton der Maße 95 x 55 x 40 Millimeter steht eine ideale Fläche zur Verfügung, um eine individuelle Botschaft sehr wirkungsvoll und aussagekräftig zu platzieren. Der nun erstmalig eingeführte Doppelpack Ferrero Rocher und Ferrero Rondnoir enthält zwei originale Markenkugeln und ist schon ab 2500 Stück zu haben. Seit Kurzem steht auch eine Schwesterversion zur Verfügung: Doppelkuss-Pack, deren Inhalt aus zwei köstlichen Schaumküissen besteht.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG • Tel +49 7643 8010

info@kalfany-suesse-werbung.de • www.kalfany-suesse-werbung.de

ES GRÜNT SO GRÜN

Die Modewelt hat es vorgemacht: Grün ist die Farbe der Saison. Le Creuset bekräftigt sein Trendbewusstsein mit einer ganz besonderen Premiere, die in der Küche und auf dem Tisch für Furore sorgt. Das französische Traditionsunternehmen lässt sein hochwertiges Gusseisen-Geschirr nämlich im kräftigen Grün von Rosmarin erstrahlen, benannt nach der aromatisch duftenden Gewürz- und Heilpflanze. Abgestimmt auf das Sortiment aus emailliertem Gusseisen geht auch die erfolgreiche Poterie-Familie gleich mit drei neuen Farbnuancen an den Start. Das formschöne Steinzeug-Sortiment ist nun auch in edel glänzendem Dunkel-, Mittel- und Hellgrün zu haben.

42959 • Le Creuset GmbH • Tel +49 7021 974923

geschenkideen@lecreuset.de • www.lecreuset.de



STILVOLL SPEISEN

Gute Qualität erkennt man nicht am hohen Preis, sondern an der perfekten Funktion und höchstem Komfort im täglichen Gebrauch. Unter dieser Prämisse stellt Michelin seit mehr als 55 Jahren stilvolle Bestecke und Accessoires her. Jedes einzelne Besteckteil der Michelin-Serie entsteht dabei am Produktionsstandort Deutschland. Dabei erfolgt die Herstellung im Zusammenspiel moderner Technologien und echter Handarbeit. Zu den Highlights im Programm gehört das Menübesteck Spaten, hergestellt aus Edelstahl 18/10, poliert. Die Einzelteile sind spülmaschinenfest und lassen sich mit einer individuellen Gravur veredeln. Dazu können Dessertbestecke und diverse Vorlegeteile sowie andere Accessoires bestellt werden. Michelin gewährt eine zehnjährige Nachkaufgarantie.

44684 • Michelin Besteck-/Metallwarenfabrik GmbH • Tel +49 2151 85 95 34

promotion@michelin-besteckfabrik.de • www.michelin-besteckfabrik.de





ALLROUNDTALENT

Das original Schweizer Werkzeugset Exacut der Smart-Cut AG ist ein komplettes Schneidesystem für Profis und Hobbyhandwerker. Schneiden, Sägen, Ritzen, Schaben, Schärfen: Für jede Aufgabe ist der richtige Aufsatz schnell zur Hand. Ob Teppich, Stoff, Holz, Metall, Glas, Keramik, Kunststoff, Leder, Fliesen oder Tonplatten – Exacut ist für die meisten Materialien geeignet. Das System im praktischen Koffer besteht aus einem massiven Metall-Klingenhalter, je einer Metall- und Holzsäge, Trapez- und Hakenklingen, Glas- und Keramikschneider, einem Kreisschneider sowie einem Messerschärfer. Dieses Präzisionswerkzeug garantiert zusammen mit der großen Werbefläche auf dem Koffer eine nachhaltige Werbewirkung.

Smart-Cut AG • Tel +41 81 3035700

info@exacut.ch • www.exacut.ch

UMA®

*Die Handschrift
der Werbung*


LOOK – Der Extrovertierte



LOOK grip SI
0-0122 SI

LOOK grip transparent SI
0-0122 T-SI

GRUPPE DREI® 0511

www.uma-pen.com

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

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



OPTIMAL UND SCHÖN GESCHÜTZT

Zu den neuesten Produkten von Pat Says Now gehört der Laptop Carrier, hergestellt aus hochwertigem PVC. Mit seinen Polstern bieten die Taschen optimalen Schutz für Laptops gegen alle mechanischen Beanspruchungen. Aber nicht nur der Rechner findet ausreichend Platz, auch das Zubehör kann Dank der durchdachten internen und externen Fächer sicher verstaut werden. In den klassischen Designs Polka Dot, Kananga, Checker Flag und UK macht der Laptop Carrier auch äußerlich eine gute Figur. Wie bei allen anderen Produkten auch, bietet Pat Says Now eine dreijährige Qualitätsgarantie.

45924 • Pat Says Now GmbH & Co. KG • Tel +49 2041 3728100

info@pat-says-now.com • www.pat-says-now.com

SOLO FÜR ZWEI

Eine Essig & Öl-Menagerie gehört auf den Tisch wie Salzstreuer und Pfeffermühle, das meinen jedenfalls die Profis von Silit, die für stilvolle Accessoires rund um das Thema Essen zuständig sind. Im Ergebnis ihrer Arbeit ist Cylindro entstanden, ein dekoratives Duo, das auch höchste Ansprüche an Funktionalität erfüllt. Das innovative Design fasziniert durch seine clevere Formgebung, der Materialmix aus Edelstahl und Kunststoff trifft genau den Zeitgeschmack. Cylindro begeistert aber auch durch seine pragmatischen Eigenschaften. Schon die 360-Grad-Öffnung des raffinierten Deckels ermöglicht tropffreies Ausgießen in jede Richtung, überschüssige Flüssigkeit wird immer wieder zurück in den Behälter geleitet.

43187 • Silit-Werke GmbH & Co. KG • Tel +49 7371 1890

post@silit.de • www.silit.de



ÄSTHETISCHE BEKENNTNISSE

Bestecke von Auerhahn sind laut eigener Aussage immer Resultate inspirierter Ideenfindung und bemerkenswerter Kooperation. So entstand auch Basicx, ein Besteck, das sich mitten im Spannungsfeld von Kunstform und Natur bewegt. Das Design ist in Zusammenarbeit mit dem ehemaligen Chefdesigner namhafter Unternehmen, Herbert H. Schultes, entwickelt worden und wird von Auerhahn als ästhetisches Bekenntnis und Plädoyer für Sinnlichkeit bezeichnet. Dass der Name schon beim kreativen Prozess Programm war, ist bei Basicx sicht- und fühlbar, denn das Besteck ist optisch nicht nur Auerhahn-typisch, sondern auch absolut alltagstauglich.

45892 • Auerhahn Bestecke GmbH • Tel +49 7453 94680

info@auerhahn-bestecke.de • www.auerhahn-bestecke.de



EINFACH FILIGRAN

Immer, wenn es auf ein filigranes Schriftbild ankommt, leisten die triplus fineliner von Staedtler gute Dienste. In der praktischen Box zum Aufstellen sind vier Schreibgeräte in den Farben Schwarz, Blau, Rot und Grün vereint. Dank 20 verfügbaren Tintenfarben kann das Set aber auch individuell nach Kundenwunsch befüllt werden. Die Fineliner haben eine superfeine Spitze (0,3 Millimeter Strichbreite) mit Metallfassung und sorgen aufgrund des ergonomischen, dreikantigen Schaftes für ein leichtes und absolut ermüdungsfreies Schreiben. Auch wenn sie tagelang offen liegen, trocknen sie nicht aus. Die Tinte ist aus den meisten Textilien auswaschbar. Werbung kann per Etikett auf die Box oder direkt auf die Stifte gedruckt werden.

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

-Anzeige-



KEEP IT EASY.

reisenthel®

40 YEARS OF EASINESS

HAPPY BIRTHDAY REISENTHel



MOBILES PAD

Wer kennt das Problem nicht: Man möchte unterwegs am Laptop arbeiten, aber muss sich mit dem Touchpad des Laptops abmühen? Dafür gibt es jetzt eine Lösung: das von Global Innovations exklusiv vertriebene Mobile Laptop Desk. Von der Computerzeitschrift Chip als eine der 100 besten Erfindungen ausgezeichnet, bietet es eine große Werbefläche und einen hohen Nutzen für den Kunden. Beim Transport bequem unter den Laptop geklemmt, nimmt es kaum Platz weg und ist in Sekunden einsatzbereit. Das Mousepad für unterwegs ist für Links- und Rechtshänder gleichermaßen geeignet. Als edles Incentive lässt sich das Produkt auch mit Swarovski Elements oder mit Folien inklusive hochwertiger Bilderdrucke verzieren oder mit Zusatzfunktionen wie beispielsweise einem Zahlenpad erweitern. Da Global Innovations die kompletten Schutzrechte gesichert hat, sind auch spezielle Formen und zusätzliche Funktionen möglich.

46626 • Global Innovations Germany GmbH & Co. KG • Tel +49 651 99849950
info@globalinnovations.de • www.globalinnovations.de

ELEGANTE ERSCHEINUNG

Eine einzigartige Dose, in der Gewürze auf ideale Weise verpackt werden können, bietet die ADV PAX Lutec GmbH an. Das Produkt wurde mit der Firma f.e.b. gemeinsam entwickelt und beweist wieder einmal, wie kreativ der Hersteller mit Weißblech umgehen kann. Angeboten werden zwei Varianten: mit Streueinsatz oder mit Doppeldeckel. Der Clou: Die Dose verfügt über ein Sichtfenster am Boden, wodurch der Inhalt die Blicke auf sich zieht. Über Möglichkeiten, Werbebotschaften in Szene zu setzen, informiert ADV PAX Lutec gern.

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



DUALES SYSTEM

In ihrem neuen Fisherman's Friend Combi Pack hat die Magna sweets GmbH Marke und Design vereint. In erster Linie geht es dabei um die allseits beliebten kleinen, höllisch scharfen und zuckerfreien Pfefferminzdragees in der einzigartigen, nostalgischen Papiertüte. Magna sweets liefert passend dazu eine Dose mit individuellem Werbeaufdruck. Die smarte Mini-Nostalgiedose in matt Schwarz ist ein echter Hingucker, kann immer wieder neu befüllt werden und bleibt somit lange im Einsatz. Verpackt ist das Twin Set in einem transparenten Flowpack.

41617 • Magna sweets GmbH • Tel +49 8141 5346960
info@magna-sweets.de • www.magna-sweets.de





SPECIAL EDITION

Der kurvige Kuli-Füller Stabilo EASYoriginal ist der Vater der Produktfamilie Stabilo EASYergonomics experts. Das für Links- und Rechtshänder konzipierte Schreibgerät hat das Schreiben in der Schule revolutioniert. Denn plötzlich ist ein Stift nicht nur ein Stift, sondern gleichzeitig attraktiv und ergonomisch wertvoll. Das Design mit speziell für Links- oder Rechtshänder gestalteter Griffzone überzeugt und begeistert Schüler, Lehrer und Eltern. Mit der Special Edition in Pastellfarben erobern nun neue Farbkombinationen die Klassenzimmer – und mit ihnen die Werbebotschaft. Unter www.stabilo-promotion.com/dyp kann sowohl aus den aktuellen als auch aus den klassischen Farben nach Herzenslust kombiniert werden.

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

-Anzeige-

WWW.SWAROVSKI.COM/corporategifts
de.corporategifts@swarovski.com

FIRMENGESCHENKE & INCENTIVES

Inspirierende Designs, brillante Geschenke



SWAROVSKI



FLAUSCHIGER ZUWACHS

Neben der erfolgreichen Vermarktung von Frottierwaren und Badteppichen der Eigenmarke hat Dyckhoff Frottier seine Kollektion durch die beiden Lizenz-Marken bruno banani und KangaROOS erweitert. Das Konzept bruno banani wird seit Jahresbeginn angeboten. Es umfasst hochwertige Frottierwaren und Badteppiche in unterschiedlichen Produktlinien. Die Lifestyle-Marke KangaROOS steht für junges, topmodisches Design, guter, Qualität und ein ausgezeichnetes Preis-Leistungs-Verhältnis. Dyckhoff hat von diesem Label eine Uni-Frottierserie ins Angebot genommen. Mit sechs frischen Farben soll damit vor allem die junge Zielgruppe angesprochen werden.

Dyckhoff GmbH • Tel +49 5971 40080

info@dyckhoff24.de • www.dyckhoff24.de

ADVENTSGRÜSSE IM QUADRAT

Mit gefüllten Adventskalendern zeigt sich der Werbende seiner Zielgruppe gleich 24 Mal von der Schokoladenseite. Denn das tägliche Öffnen der Türchen verkürzt nicht nur auf leckere Art die Wartezeit aufs Fest, die Werbebotschaft bleibt auch lange im Blickfeld. Die Jung Bonbonfabrik setzt bei der Auswahl der Schokoladenfüllung voll auf Qualität, zum Beispiel mit Ritter Sport Minis oder Schokowürfeln. Diese werden in einem riesigen quadratischen Adventskalender mit dem Kantenmaß von 36 Zentimeter verstaubt. Beeindruckend ist aber nicht nur seine Größe, sondern auch die individuelle Mindestauflage von nur 100 Stück. Auch der kleinste Adventskalender namens XS, gefüllt mit 24 Brandt-Knusperkugeln, wirkt in der Werbung und im Preis-Leistungs-Verhältnis ganz groß.

41545 • Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG • Tel +49 7042 9070

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



LIEBLINGSTITEL ALS WECKRUF

Die Design-Docking-Station von Lehoff sieht nicht nur cool aus, man kann sich mit ihr auch auf ganz individuelle Weise wecken lassen. Dafür sorgt der Lieblingstitel vom iPhone oder iPod, es lässt sich aber auch Musik aus dem integrierten Radio (20 Speicherplätze für Sender) einsetzen. Und wer morgens keine Musik mag, wird vom Summer aus den Träumen geholt. Das LCD-Display hat eine blaue Hintergrundbeleuchtung, zeigt die Uhrzeit mit gut sichtbaren Zahlen an und liefert alle wichtigen Informationen, zum Beispiel über die Einstellung des Equalizers (Classic, Jazz, Rock, Pop oder X-Bass). Die Docking-Station hat verschiedene Anschlussmöglichkeiten wie DC-Buchse, Multi-Docking-Anschluss, Aux-Buchse und Video-Ausgang. Mitgeliefert werden eine Fernbedienung, iPod-Adapter und ein Netzteil.

41259 • Lehoff Im- und Export GmbH • Tel +49 40 5296070

info@lehoff.de • www.lehoff.de





STILVOLL, HYGIENISCH, PRAKTISCH

Schluss mit verstaubten Erdnüssen, die meistens in kleinen Schalen angeboten werden, was bekanntermaßen nicht besonders hygienisch ist. Der Designer Mario Taepper (MM Design Edition) hat sich schon lange mit diesem Thema beschäftigt und entwickelte nun für die Firma Carl Mertens die Erdnussschütte Verso. Mit dieser werden Erdnüsse nicht nur stilvoll kredenzt, sie sind auch von unhygienischen Einflüssen weitgehend geschützt. Ein vergleichbares Produkt sucht man auf dem Markt vergeblich. Verso hat die Maße 16,8 x 7 Zentimeter, ist aus Edelstahl 18/10 gefertigt und wird in den Ausführungen poliert oder matt angeboten.

47676 • Carl Mertens Besteckfabrik GmbH • Tel +49 212 2422517

info@carl-mertens.com • www.carl-mertens.com

UNERREICHT

Warum denken so viele Menschen, ob jung oder alt, an Mag-Lite, wenn das Thema auf Taschenlampen fällt? Weil Mag-Lite aus einem reinen Gebrauchsgegenstand ein Designobjekt mit hoher Funktionalität gemacht hat, unerreicht in Qualität und Zuverlässigkeit. Die Firma Siegfried Hintz als Generalimporteur und Alleinvertrieb für Deutschland hat es sich zur Aufgabe gemacht, dieses Muss jedem anspruchsvollen Nutzer einer Taschenlampe anzubieten. Denn was sich bei den Profis von Feuerwehr und Polizei seit vielen Jahren bewährt hat, muss auch für alle anderen vielfältigen Einsatzmöglichkeiten von mobilem Licht gelten.

42919 • Siegfried Hintz • Tel +49 611 186890

info@s-hintz.de • www.s-hintz.de



MOBILES SOUNDWUNDER

Die Firma Lehoff bietet für alle Musikfans ein neues Soundsystem von Philips an, das zwar kompakt und mühelos tragbar ist, wenn es aber um Leistung geht, ein absolutes Schwergewicht darstellt. Es wurde entwickelt, um Musik vom iPod oder iPhone jederzeit und überall in hervorragender Soundqualität abspielen zu können. Die sogenannte wOOx-Technologie sorgt dabei für satte, präzise Bässe ohne Verzerrungen. Der Player gefällt aber auch durch sein schlichtes, formschönes und schlankes Design (passt bequem in jede Tasche). Die Energie zum Abspielen der Musik stammt entweder von Akkus oder wird über das Netzteil eingespeist. Angeschlossen können alle iPhone-/iPod-Modelle werden, selbst wenn sich das Gerät in einer Hülle befindet. Störungseinflüsse zum Beispiel durch Mobiltelefone sind ausgeschlossen.

41259 • Lehoff Im- und Export GmbH • Tel +49 40 5296070

info@lehoff.de • www.lehoff.de



ZEITLOSER HANDSCHMEICHLER

Vor 30 Jahren kreierte der US-Amerikaner Richard X. Zawitz die Statue der Unendlichkeit als Sinnbild des Zusammenspiels und der Einheit von Yin & Yang. Über die Firma e!xact ist das Kunstwerk als Tangle auch in Büros und Taschen gelangt und wurde so mehr als nur ein Werbeartikel. Einmal in die Hand genommen, möchte man gar nicht mehr aufhören mit dem Modellieren der geschmeidig zusammengesetzten Teile. Der Handschmeichler lässt unzählige verschiedene Formen entstehen. Der Tangle von e!xact ist aus Kunststoff und kann in seiner Grundfarbe nach Pantone eingefärbt werden. An vier verschiedenen Positionen lassen sich Werbebotschaften aufdrucken.

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

SÜSSE BOTSCHAFTER

Gleich 24 Mal zeigt sich der Werbende seiner Zielgruppe, verschenkt er zur Weihnachtszeit gefüllte Adventskalender. Und das auch noch von seiner Schokoladenseite, wenn starke Produkte namhafter Hersteller wie Ritter Sport, Gubor oder Brandt zum Einsatz kommen, wie sie von der Jung Bonbonfabrik bevorzugt werden. Diese Auswahl bürgt für höchste Qualität. Das tägliche Öffnen der Türchen verkürzt somit die Wartezeit aufs Fest auf leckere Art, außerdem bleibt die Werbebotschaft lange im Blickfeld. Im umfangreichen Programm von Jung finden sich Klassiker wie der Wandkalender in Vollkartonhülle ebenso, wie Varianten mit Deckblatt-System (Premiumkalender). Auch ein Tischkalender mit Stellfuß ist zu haben. Anstelle von Zahlen, die die Reihenfolge der Türchen angeben, bietet Jung auch Comic-Rätselmotive an.

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



FRISCHE FÜR UNTERWEGS

Mit seiner neuen Produktserie New Mini Mini It Cards stellt Sweet Concepts eine Reihe von kleinen, handlichen Frischespendern für unterwegs vor. Die flachen und nur 45 Millimeter messenden Boxen gibt es in verschiedenen Formen und Ausführungen. Sie sind gefüllt mit zuckerfreien Mint-Dragees und eignen sich damit insbesondere als atemfrisches Give-away für Messen und andere Events. Ebenso wie die neuen Bean Tins sind auch diese Verpackungen als Marke und Geschmacksmuster geschützt. Sämtliche Boxen lassen sich in den gängigen Verfahren individualisieren und werden so zu unverwechselbaren Botschaftern. Durch eine besonders umfangreiche Lagerhaltung können Kundenwünsche auch kurzfristig erfüllt werden, sagt Geschäftsführer Stephen Taylor. Hierdurch und durch die ständig neuen innovativen Produkte unterscheidet sich das Unternehmen von vielen Wettbewerbern, heißt es aus England.

46111 • Sweet Concepts • Tel +44 207 2587343
sales@sweetconcepts.com • www.sweetconcepts.com





LIEBENSWÜRDIGE UNGEHEUER

Nach dem nach eigener Aussage großartigen Erfolg der Reflex-Monstas bringt mbw jetzt eine zweite Serie an den Start. Die kleinen, liebenswürdigen Micro-Monstas wurden vom aufstrebenden Zeichentalent Mirco Tomicek entworfen, der sich schon mit seinen ausgefallenen Arbeiten als Airbrush- und Graffiti-Künstler auf zahlreichen Ausstellungen einen guten Namen gemacht hat. Mit dieser trendigen, einzigartigen Produktserie möchte mbw vor allem junge Menschen ansprechen.

42020 • mbw Vertriebsges. mbH • Tel +49 4606 94020
info@mbw.sh • www.mbw.sh



ALL YOU NEED IS SUN

Eine ganz ausgefallene Idee, Sonnenenergie sinnvoll zu nutzen, präsentiert die Curly & Smooth Handels GmbH: das Sonnenfeuerzeug Solarex Sunfire. Dieses Feuerzeug ist ein Präzisionsinstrument höchster Qualität und kommt völlig ohne Gas, Benzin oder andere Verbrauchsmaterialien aus. Alles, was zur Verfügung stehen muss, ist Sonne. Der präzise Brennpunkt von Solarex ermöglicht die optimale Ausnutzung der solaren Energie.

44920 • Curly & Smooth Handels GmbH • Tel +49 89 8943590
info@curly-smooth.de • www.curly-smooth.de



VICTORINOX



Tools
with a lasting
impression

Victorinox AG
CH-6438 Ibach-Schwyz, Switzerland
T +41 41 81 81 211, F +41 41 81 81 511
261@victorinox.ch, www.victorinox.com

MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE

VÖW: RUND EIN DRITTEL DES UMSATZES MIT TEXTILIEN BOOM BEI CORPORATE FASHION



Corporate Fashion wird auch in Österreich immer mehr zum Zugpferd der Branche der Werbemittelhändler. Fritz Bauer, Präsident des Verbands der österreichischen Werbemittelhändler (VÖW): „Von den rund 520 Millionen Euro Umsatz, den die österreichische Branche im Jahr 2010 erwirtschaftete, entfiel rund ein Drittel auf Corporate Fashion, Tendenz steigend.“ Ob es das Funktions-Shirt für den Charity-Lauf, die Kochuniform für das Executive Cooking oder das klassische Logo-T-Shirt für die Freizeit ist: Die Teile sollten modisch schick sein und das Branding des Unternehmens dezent transportieren. Dazu bieten die Händlerberater unzählige Varianten in Design, Schnitt und Farbe. Das klassische Logo-T-Shirt ist hierbei nach wie vor der absolute Renner. Bauer: „In den letzten fünf Jahren wurden

hierzulande in der Branche rund fünf Millionen T-Shirts verkauft.“ Für Mitarbeiter im Kundenkontakt ordern nach Aussage des VÖW große Markenartikler und Handelsunternehmen wie Nestle, Red Bull und Rewe mehrere Garnituren in Sommer- und Wintervarianten. Gleichzeitig ortet Bauer ein Ansteigen der Merchandising-Ausstattungs-Linien: „Da darf es für den potenziellen Kunden dann auch schon mal eine wasser- und windundurchlässige Outdoorjacke sein. Der Druck- und Veredelungsprozess findet bei qualitativ hochwertigen Premium-Produkten in Österreich statt. Bei sehr großen Stückzahlen lagern die Anbieter nach Asien aus, sorgen aber mit Mitarbeitern vor Ort für die Qualitätssicherung. Beim Design geht der Trend hin zum dezenten Branding: Die Firmen-Wort-Bild-Marke ist heute nur klein am Ärmel oder Kragen oder nur an der Innenseite der Textilie eingenäht bzw. eingewebt.“ www.werbemittelhaendler.at

MISTER AD – AGENTUR FÜR WERBUNG IMAGE WEITER AUFPOLIERT

Mister ad – Agentur für Werbung aus Datteln hat ihren neuen Webauftritt unter www.mister-ad.de online gestellt. Die professionelle Optik vermittelt Dynamik und hat einen modernen Charakter. Der Textil-onlineshop und der Werbemittelkatalog „Das Lösungsheft“ sind ebenfalls ins Layout integriert. Neu ist auch die direkte Facebook-Anbindung: Interessenten können Meldungen und News direkt auf der Facebook-Seite des Unternehmens einsehen und mit dem Team in den Dialog treten. Aktionen und Gewinnspiele sind in der Planung, heißt es aus Datteln. Das Lösungsheft zeigt auf 156 Seiten zahlreiche Werbemittel in elf Kategorien. Es kann unter info@mister-ad.de angefordert werden.



INSPIRION UND TOPICO BENELUX ERIC BRINKMAN ÜBERNIMMT DIE GESCHÄFTSLEITUNG



Eric Brinkman

Seit dem 1. April 2011 ist Eric Brinkman neuer Geschäftsführer bei Inspirion B.V. und TOPICO Benelux B.V. in den Niederlanden. Brinkman verfügt über langjährige Erfahrung in der

Werbemittelbranche und arbeitete für die LM Accessoires GmbH und Mid Ocean Brands. Zuletzt war der 45-jährige im Retail-Bereich international tätig. Als gelernter Finanzberater will er vor allem den Vertrieb von TOPICO-Premium-Werbeartikeln in den Benelux-Ländern vorantreiben. Eric Brinkman tritt die Nachfolge von Dick Tijssen an, der die Firmengruppe nach acht Jahren auf eigenen Wunsch verlässt, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. Tijssen erklärte, dass er weiterhin mit Inspirion-Chef Sönke Hinrichs in Kontakt bleiben werde.

SCHWAN-STABILO PROMOTION PRODUCTS NEUE PRODUKTMANAGERIN IM HEADQUARTER

Seit Anfang April 2011 verstärkt Marion Kastl das Einkaufsteam bei Stabilo



Marion Kastl

Promotion Products im Headquarter des internationalen Schreibgeräteherstellers Stabilo in Heroldsberg. Die 26-jährige Industriekauffrau wird Einkauf und Marketing aktiv bei Entwicklung und

Beschaffung von Neuprodukten unterstützen. Mit der Verstärkung des Produktmanagements setzt Stabilo Promotion Products einen klaren Fokus auf die Weiterentwicklung des innovativen Produktsortiments, heißt es aus Heroldsberg. www.stabilo-promotion.com

INTERNATIONALE WERBEMITTEL e!xact VERSTÄRKT TEAM

Ab sofort unterstützt Anna Walter das Team der e!xact Internationale Werbemittel GmbH. Die gelernte Kauffrau für Marketingkommunikation erweitert mit ihrem Know-how den Service des e!xact Teams. Der Schwerpunkt von Anna Walters Tätigkeit wird auf der Betreuung strategischer Marketingprojekte sowie dem Launch neuer Produkte liegen. Jörg Nemetz, Geschäftsführer von e!xact:



Anna Walter

„Frau Walter wird uns helfen, die Qualität unserer Dienstleistungen für den Werbeartikelgroßhandel weiter auszubauen und abzurunden sowie unser Produktportfolio zu ergänzen.“ Seit 1997 ist die e!xact Internationale Werbemittel GmbH mit der Vermarktung von dreidimensionalen Werbeträgern, die sich mit Werbeanbringungen in Fotoqualität veredeln lassen, ein feste Größe im deutschen Markt. E!xact ist Exklusivdistributor des original Rubik's Cube. www.e-xact.de

HARKO GMBH

DARRELL MERRICK NEU IM AUSSENDIENST

Die Harko GmbH in Schrozberg, Baden-Württemberg, freut sich über Personalzuwachs. Seit Beginn des Jahres verstärkt Darrell Merrick das Mitarbeiterteam im Außendienst und



Darrell Merrick

unterstützt Verkaufsleiter Jürgen Pruy bei seiner Tätigkeit. Der 43-jährige US-Amerikaner war vorher im Ein- und Verkauf für den Sporteinzelhandel tätig und kennt die Branche seit vielen Jahren. Die Harko GmbH ist Hersteller hochwertiger Basic-Textilien in Deutschland. www.hakro.com

VICTORINOX AG

STARKES MARKENPROFIL

In der Marke Victorinox spiegeln sich Werte wie tadellose Qualität in Verbindung mit hoher Zuverlässigkeit, Funktionalität in Verbindung mit Innovation und Raffinesse in Verbindung mit absoluter Perfektion. Hinzu kommt der im original Swiss Army Knife ebenfalls souverän erfüllte Anspruch, über ein ikonisches Design Einzigartigkeit zu schaffen. Seit mehr als 125 Jahren lösen die Messermacher aus der Schweiz dieses Markenversprechen ein und erweitern unter diesem Anspruch ihr Portfolio immer weiter. Waren es bis 1995 ausschließlich Messerwaren, kamen vor 16 Jahren Swiss-Made-Uhren dazu, 1999 Business- und Reisepäck, 2001 Bekleidung und 2007 Düfte. Aus den Markenwerten und der Markenpersönlichkeit von Victorinox leitet sich die zentrale Markenidee ab: wertvolle Qualitätsprodukte mit praktischem Nutzen, inspiriert von der Einzigartigkeit des original Swiss Army Knife. Dass auch die Designtradition bei Victorinox lebt, beweisen viele Auszeichnungen wie der jüngste Award für das neuste und vollkommen andere Taschenmesser, Victorinox Tomo. Ob Taschenmesser, Tools, Uhren, Gepäck, Bekleidung oder Düfte, sie alle besitzen die seit 1884 unveränderte „DNA des Urtools“ und tragen so zum anhaltenden Erfolg in mehr als 125 Ländern der Erde bei. www.victorinox.com



DONKEY PRODUCTS BEI PROMOTION PETS

ZWEI HAMBURGER, BITTE!



Humor, Erfindungsgeist und Top-Qualität – dies alles verkörpert Donkey Products, ein Design-Unternehmen, das seit 2008 vor allem durch Tee mit Köpfchen bekannt und beliebt wurde. Künstler, Kanzler, Komponisten oder Kronprinzenpaare – alle krönen den Beutel und nehmen gerne ein heißes Fußbad für eine kleine Teepause. So hat Donkey Products mit innovativen Produkten schnell eine Fangemeinde erobert. Das Gleiche gilt für die Firma Promotion Pets GmbH, die seit

vielen Jahren für Kunden Markenbotschafter aus Plüsch und Stoff entwickelt und produziert. Dabei kommt es ebenfalls darauf an, einen Sympathieträger mit höchstem Anspruch herzustellen. Erobert er anschließend das Herz des Verbrauchers, sind bei Promotion Pets alle glücklich. Da ist es kaum verwunderlich, dass beide Unternehmen künftig eng zusammenarbeiten. Ab sofort übernimmt Promotion Pets den exklusiven Vertrieb für Donkey Products im Werbemittelbereich: Damit gibt's die Hamburger jetzt im Doppelpack. Kontakt: Tel. +49 40 429 49670, Jan.basjmeleh@promotion-pets.com.

TRIK PRODUKTIONS MANAGEMENT GMBH

PERSONALZUWACHS BEI TRIK

Die TRIK Produktionsmanagement GmbH in Berlin hat ihr Mitarbeiterteam verstärkt. Der Spezialist für individuelle Sonderanfertigungen und Werbemittel im Direktimport erweiterte den Bereich Verkauf und Kundenberatung um drei neue Arbeitskräfte.

Seit Mitte Januar unterstützt Ralf Pfannkuchen (42) als Junior Key Accounter die Kundenbetreuung. Er war zuletzt Geschäftsführer eines Unternehmens für Wohnaccessoires und bringt wertvolle betriebswirtschaftliche Kenntnisse und Beratungsfähigkeiten mit. Stephan Stecher (25) war in der Logistik und Distribution für Brands4Friends tätig. Zu-



(V. l.) Tarek Jebali, Sara Abou Amrou, Ralf Pfannkuchen, Jessica Mariss und Stephan Stecher.

vor sammelte er bereits Erfahrungen im Werbemittelimport. Sara Abou Amrou (31) verstärkt das Sales-Team ebenfalls im Bereich Kundenakquise und -beratung. Sie arbeitete als langjährige Kundenbetreuerin bei Air Berlin. Das Backoffice betreut nun Jessica Mariss (29). Sie unterstützt die Verkaufsteams beim täglichen Geschäft. Zuvor wirkte sie bei Axel Springer in der Kundenberatung und -Akquise. Weiterer Neuzugang ist Tarek Jebali (33) im Bereich Auftragsabwicklung und Direktimport. Der gelernte Speditionskaufmann war langjähriger Disponent und ist daher mit den einzelnen Frachtprozessen vertraut. Auszubildende werden bei der TRIK Produktionsmanagement GmbH ganzjährig gesucht. Initiativbewerbungen sind jederzeit willkommen.

www.trik.de

FARE – GUENTHER FASSBENDER GMBH DREI NEUZUGÄNGE BEGRÜSST

Das Unternehmen Fare – Guenther Fassbender GmbH aus Remscheid begrüßt drei Neuzugänge im Team. Andre Welder verstärkt seit Anfang April das Team Nord im Bereich Sonderanfertigungen. Zu seinen Aufgaben zählen unter anderem die kundenbezogene Entwicklung von Werbemitteln sowie die Sicherstellung der Supply Chain. Der staatlich geprüfte Betriebswirt war zuvor in der Werkzeugbranche tätig und bringt internationale Erfahrungen aus den Bereichen Import, Vertrieb und Marketing mit ein. Stefanie Graue unterstützt seit März das Vertriebsteam Süd und ist für die Auftragssachbearbeitung sowie Kundenbetreuung der Fare-Lagerware zuständig. Sie sammelte bereits Erfahrungen im Import- und



Neu im Fare-Team (v. l.): Carina Hartmann, Andre Welder, Stefanie Graue.

Werbemittelbereich. Marketingfachfrau Carina Hartmann war die vergangenen Jahre im Bereich Marketing/Produktmanagement für Hersteller der Spielwarenbranche tätig, verfügt ebenfalls über Erfahrungen im Werbemittelbereich und ist seit Februar für sämtliche Marketing- und PR-Aktivitäten im Hause Fare verantwortlich. www.fare.de

ECKENFELDER GMBH & CO.KG

NEUE WEBSEITE MIT FRISCHEM KONZEPT



Seit Anfang des Jahres ist die neue Webseite des Kalenderherstellers Eckenfelder wieder erreichbar. „Ein frisches Konzept soll Händlern erlauben, schnell und effizient zu arbeiten. Das Ziel ist es, Informationen zu geben, die in der Kundenbetreuung unterstützen“, so Geschäftsführer Christof Eckenfelder. Unter www.eckenfelder.de kann das Sortiment der Kalenderdruckerei eingesehen werden – vom Bild- und Terminkalender bis

hin zum Bodypainting-Event und inklusive der exklusiven WriteBox. Zudem stehen ab sofort „Händlerseiten“ zur Verfügung – mit jeweils eigenem Logo und eigenen Kontaktinformationen. „Bei Updates und neuen Produkten werden die Händler natürlich automatisch informiert“, versichert Christof Eckenfelder. www.eckenfelder.de

EXPO RECLAM XMAS HINEIN INS WEIHNACHTS-GESCHÄFT

Am 5. September 2011 öffnet die Expo Reclam (ER) Xmas, die südeuropäische Fachmesse für Werbeartikel, zugeschnitten auf das Weihnachtsgeschäft, ihre Pforten im Pavillon 14.1 des Ausstellungsgeländes



Infema in Madrid. Zum Ende des Sommers und Start des neuen Schuljahres terminiert, rückt die ER Xmas damit rechtzeitig all die Promotionsprodukte in den Mittelpunkt, die Ende des Jahres als Werbebotschafter ihre Dienste leisten. Entsprechend den Plänen des Veranstalters Reed Exhibitions Iberia dürfen auf der ER Xmas rund 100 ausstellende Firmen mehr als 3000 Besucher von nahezu 2000 Unternehmen erwarten. Der Standverkauf hat gerade begonnen. Unternehmen, die auf der vorigen Ausgabe der Messe ausgestellt haben, können die Vorteile des Rebooking-Verfahrens (sowohl die Platzierung als auch die Standgebühren betreffend) nutzen. Alle für die Endjahreskampagne wichtigen Produktbereiche werden vertreten sein: von den gerade zur Weihnachtszeit sehr nachgefragten Lebensmittel- und Getränkegaben über Promotiontextilien bis hin zu Produkten neuer Technologien. Den Besuchern wird dabei eine große Auswahl an Services geboten, darunter auch ein besonders günstiger Versandservice durch Envia. www.exporeclam.es
exporeclam@reediberia.com

POLYCONCEPT

PF JERSEY AN UNIBRANDS VERKAUFT

Der niederländische Importeur Polyconcept hat seine schwedische Tochtergesellschaft PF Jersey AB an Unibrands verkauft. Das gab das Unternehmen jüngst auf seiner Internetseite bekannt. PF Jersey ist ein in Schweden und Lettland ansässiger Hersteller von Strickwaren. Der Umsatz des Unternehmens lag nach Angaben von Polyconcept im vergangenen Jahr bei etwa 29 Millionen Schwedischen Kronen (SEK). PF Jersey beschäftigt derzeit 120 Mitarbeiter. „Durch die Ausgliederung von PF Jersey haben wir das Geschäftsportfolio von Polyconcept weiter rationalisiert“, erklärt Philippe Varnier, CEO der Gruppe Polyconcept. „Wir sind glücklich, ein gutes Zuhause gefunden zu haben. Ich möchte dem Team von PF Jersey für seine Arbeit danken und wünsche PF Jersey und Unibrands viel Erfolg für die Zukunft.“



PRIMUS INTERNATIONAL PRINTING GMBH

DRUCKMASCHINE ERWEITERT MÖGLICHKEITEN

Die Primus international printing GmbH erweitert ihren modernen Druckmaschinenpark und ordert eine MANroland 8-Farben-Druckmaschine. „Durch die erneute Investition in das Bogenformat 74 x 104 Zentimeter erweitern wir wirkungsvoll unsere Maschinenausstattung und sichern den Kunden günstige Produktpreise sowie kurze Lieferzeiten“, erklärt Geschäftsführer Herbert Geringhoff. „Wir haben damit rasch und kurzfristig auf den stark steigenden Auftragseingang unserer zufriedenen Klientel reagiert“, so Herbert Geringhoff weiter. „Mit der Entscheidung, eine weitere, in diesem Fall MANroland 8-Farben-Druckmaschine mit Wendung, Inline-Farbmessung (InlineColorPilot) und anderen Features zu ordern, verfolgt unser Unternehmen konsequent die Linie der qualitativ hochwertigen Produktion von Druckerzeugnissen zu vorzüglichen Online-Preisen.“ Mit einer Gesamtsumme von mehr als 3,8 Millionen Euro legt Primus ein umfangreiches Investitions-Paket auf und erweitert damit seine Aktivi-



Die neue MANroland 8-Farben-Druckmaschine.

täten auch auf andere Bereiche. „Wir steigen massiv in die Segmente des Digitaldrucks inklusive der dazu passenden Weiterverarbeitung ein und investieren nachhaltig in die UV-Großformattechnik“, so Herbert Geringhoff abschließend. „Damit entsprechen wir zielgenau den Wünschen und Bedürfnissen unserer Kunden.“

www.primus-onlinedruck.de

WERBEMITTEL BERSCH

11000 TASCHENLAMPEN FÜR JAPAN

Die Inhaberin des Buchholzer Unternehmens Werbemittel Bersch und ihre Familie unterhalten seit Jahren enge Beziehungen und persönliche Freundschaften zur Bopparder Partnerstadt Ome. Entsprechend groß war die Betroffenheit, welche die Nachrichten über Erdbeben, Tsunami und deren Folgen bei ihnen auslösten. Spontane Hilfe war da selbstverständlich. Nach Gesprächen mit Freunden in Japan kristallisierte sich ein Bedarf an Kerzen oder Taschenlampen heraus, da in weiten Bereichen wahrscheinlich noch über viele Monate eine ausreichende Stromversorgung nicht möglich sein wird. Schnell waren Kunden und Lieferanten des Unternehmens gefunden, die helfen wollten und sich an der Spendenaktion beteiligten. So war es möglich, eine Hilfslieferung von 11000 Dynamo-Taschenlampen zusammenzustellen und direkt vom Flughafen Hahn aus nach Japan zu verfrachten. Die Erwähnung aller die Aktion unterstützenden Unternehmen und Personen würde den Rahmen dieser Meldung sprengen. Beispielhaft seien deshalb die Firmen PF Concept, uma Schreibgeräte, Magna Sweets, Spranz, Reuter Lasertechnik, Team D und mbw Vertriebsgesellschaft sowie zahlreiche Kunden der Firma Bersch genannt. „Um den Transport der insgesamt 110 Pakete mit einem Gewicht von 1,1 Tonnen letztlich zu realisieren, mussten einige Hürden wie Zoll, Transportvorschriften und -kosten überwunden werden. Ohne die Unterstützung von Landtagsmitglied Hans-Josef Bracht und die Einbindung des Bürgermeisters der Stadt Boppard wäre dies weniger reibungslos verlaufen“, so Marietta Bersch. Der Eingang der Hilfslieferung wurde bereits dankend bestätigt und die Weiterleitung der Taschenlampen in die am meisten betroffenen Gebiete zugesagt.



Der Abtransport der Lampen zum Flughafen.

www.werbemittel-bersch.de



Solche Lampen helfen nun im japanischen Katastrophengebiet.

ACM EUROPE GMBH

NEUER EXKLUSIVPARTNER IN DER SCHWEIZ



Das Vertriebsnetz der acm europe GmbH, Stegen, ist um einen weiteren Partner reicher. Das Unternehmen heißt die Gygli Trading AG als neuen exklusiven Vertriebspartner für die Schweiz willkommen. Die acm europe GmbH setzt bei der Expansion auf leistungsstarke nationale Partner, die in dem jeweiligen Land beziehungsweise Marktsegment das acm-Kreditkartenetui bei der Markteinführung oder Weiterentwicklung begleiten. www.my-acm.eu

REINSCHNUPPERN BEI KHK

SCHÜLER GESTALTEN EIGENEN LIPPENPFLEGESTIFT

Im April fand in Köln wieder der Girls' Day / Boys' Day statt, der Mädchen und Jungen bei ihrer Berufswahl unterstützen soll. Die KHK GmbH hatte drei Mädchen und zwei Jungen von der Gesamtschule Rodenkirchen zu Gast, die die Gelegenheit bekamen, den gesamten Produktionsablauf kennenzulernen. Nachdem sie vom Geschäftsführer Dr. Thomas Kiepe persönlich begrüßt worden waren, begann die Führung durch den Betrieb. Da die KHK



Die Schülerinnen und Schüler präsentieren stolz ihre Eigenkreationen, Dr. Thomas Kiepe freut sich im Hintergrund über die sehenswerten Ergebnisse.

GmbH als Spezialist in der Herstellung von Lippenpflegestiften sämtliche Produktionsschritte am Firmenstandort in Köln-Rodenkirchen durchführt, konnten die Schüler von der Gestaltung bis zur Bedruckung, Abfüllung und Verpackung die komplette Herstellung kennenlernen. Höhepunkt war die Gestaltung und Produktion eines „eigenen“ Lippenpflegestifts, von dem je ein Exemplar ab sofort in der KHK-Ausstellung präsentiert wird und ein Exemplar von den Schülern mit nach Hause genommen werden durfte. www.khkgmbh.de



Torsten Jansson, CEO der New Wave Group



NEW WAVE GROUP / INTRACO TRADING BV

PHILIPS ALS NEUER PARTNER

Die renommierte Marke Philips und New-Wave-Tochter Intraco arbeiten künftig zusammen. Nach eingehender Marktanalyse einigten sich die Philips-Verantwortlichen auf die mit sogenannten A-Brands erfahrene Firmengruppe, um die optimale Verbreitung ihrer Markenprodukte im Werbeartikelmarkt voranzutreiben.

Die internationale Nachfrage nach sogenannten „A-list“-Verbrauchermarken steigt innerhalb der europäischen Werbeartikelbranche rapide an. Philips als einer der Marktführer hat diesen Trend erkannt und suchte deshalb nach dem richtigen Partner für die Vermarktung und die Verbreitung seiner Markenprodukte in diesem Markt. Nach gründlicher Recherche einigte man sich bei Philips auf die New Wave Group und deren Tochter Intraco Trading bv als Partner.

INNOVATIVES PROFIL

Torsten Jansson, CEO der New Wave Group: „Wir haben unsere eigenen A-Brands wie Craft und Kosta Boda, die wir auch auf Werbeartikelebene verkaufen. Daher wissen wir, wie wir ‚A-list‘-Markenprodukte vermarkten müssen. New Wave schätzt sich

glücklich, nun eine starke ‚A-list‘-Marke wie Philips in seine Kollektion eingliedern zu können. Aufgrund des innovativen Profils beider Unternehmen passt diese neue Partnerschaft wie angegossen.“ Durch die Zusammenarbeit erwarten die Firmen, den Werbeartikelmarkt weit besser bedienen zu können.

STARKES PORTFOLIO AN MARKEN

Kaoru Inahara, Director Loyalty & Incentives, Philips Consumer Lifestyle: „Wir haben die New Wave Group aufgrund ihrer erwiesenen Erfahrungen und Erfolge auf dem Werbemittelsektor sowie ihres etablierten Vertriebsnetzwerks in Nordeuropa als Partner ausgewählt. Die New Wave Group und ihre Tochter Intraco Trading bv sind mit ihrem starken Portfolio an Marken im Markt hoch angesehen. Dazu passt

Philips bestens. Zudem besitzt Intraco Trading bv eine gründliche Erfahrung von über 15 Jahren im Verkauf elektronischer Geräte. Außerdem finden wir hier eine starke Affinität zu Begriffen wie Innovation und gestalterischer Vision.“

ANSPRUCHSVOLLE PRODUKTE

Unter den von Intraco exklusiv für die Werbeartikelbranche vertriebenen Philips-Produkten befinden sich folglich auch technisch hoch entwickelte und gestalterisch anspruchsvolle Artikel wie beispielsweise der Philips-Fidelio-Dockinglautsprecher, der Philips-USB-Notebook-Lautsprecher oder die Philips-Maus mit Kabelmanagement, die wir in den kommenden Ausgaben ausführlich vorstellen werden. www.intraco.nl





PF CONCEPT INTERNATIONAL

TRIMARK JETZT BEI POLYCONCEPT

Polyconcept North America (PCNA), ein Unternehmensbereich von PF Concept, weltweit agierender Anbieter von Werbeprodukten, hat die Übernahme des führenden kanadischen Bekleidungsanbieters Trimark Sportswear Group bekannt gegeben.

Bei der Transaktion hat Polyconcept North America eine Mehrheit an Trimark von Weston Presidio, einem wachstumsorientierten Private-Equity-Investor erworben. Dieses Geschäft stellt die vierte Übernahme von Polyconcept North America seit seiner Gründung 2005 und seinen ersten Schritten in den Bereich Werbekleidung dar. Durch den Zuwachs von Trimark wird Polyconcept North America jetzt zu Kanadas größtem Anbieter, der sowohl Kleidung als auch Gebrauchsgüter unter vier branchenführenden Marken anbietet.

Trimark zählt seit über 35 Jahren zu den führenden kanadischen Lieferanten für Werbe- und Unternehmensmärkte und hat seinen Sitz im Großraum Toronto. Das Unternehmen bietet das volle Sortiment an Sport- und Oberbekleidung unter verschiedenen Handelsmarken wie z. B. Ontour, Outer Boundary, Landmark, Nexus und Elevate Sport an. Trimark ist für seine innovative Produktentwicklung und starke Leistungsverpflichtung weitgehend anerkannt und wurde von der PPPC (Promotional Product Professionals of Canada Inc.) in den letzten Jahren sechs Mal zum Lieferanten des Jahres gekürt. Trimark war auch der exklusive Sportbekleidungsliedant für die Olympischen Spiele 2010 in

Vancouver. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 100 Mitarbeiter an seinem Standort Richmond Hill in Ontario und beliefert über 4500 Händler in Kanada.

INNOVATIVES PRODUKTSORTIMENT

„Wir freuen uns sehr, dass Trimark zur PCNA-Unternehmensfamilie kommt. Wir haben in Trimark von Anfang an den idealen Partner gesehen, um unser langfristiges Ziel zu verwirklichen, unser Geschäft auf den Bekleidungsbereich auszudehnen. PCNA hat ein bekanntes Portfolio von Lieferantenmarken zusammengestellt und Trimark passt perfekt in unser Profil. Trimark verfügt über ein bewährtes Managementteam, ein innovatives Produktsortiment und ist ein eindeutiger Marktführer am kanadischen Werbemarkt. Wir sehen großartige Möglichkeiten einer Zusammenarbeit, um noch stärkere Händlerbeziehungen aufzubauen“, sagt David Nicholson, Vorsitzender von Polyconcept North America. Yann Leca, Geschäftsführer der Lieferantengruppe von Polyconcept, ergänzt: „Wir hätten uns keine bessere Möglichkeit vorstellen können, um in den größten Bereich Nordamerikas einzusteigen, den wir in Europa bereits mit PF Concept anführen. Trimark besitzt Fachwissen und eine gute Marktreputation. Wir haben jetzt

die Möglichkeit, gemeinsam von der Beschaffung und den Produktentwicklungsfähigkeiten des anderen zu profitieren und dadurch das Angebot beider Firmen zu bereichern.“ Nicholson hat bestätigt, dass Trimark weiterhin als unabhängige Einheit tätig sein wird, ohne Veränderungen der Management- oder Vertriebsteams. Der Geschäftsführer von Trimark Derrick Milne und der Vorsitzende und leitende Geschäftsführer Will Andrew werden weiterhin das Unternehmen führen und in der Betriebsleitung von Polyconcept North America tätig sein. Zusätzlich haben die Familie Milne und Will Andrew ihre Beteiligung an dem Unternehmen als Teil der Transaktion erhöht. Alle Händlerprogramme, Richtlinien und Bedingungen bleiben bestehen und es wird sich nichts am Tagesgeschäft von Trimark ändern.

„GROSSARTIGER PARTNER“

„Wir sind begeistert, dass wir mit Leed's, Bullet und JournalBooks in Verbindung stehen“, erklärt Milne. „Die Möglichkeit, Teil von Polyconcept, dem weltweiten Marktführer für Werbeprodukte zu sein, und dies in einer Branche, die zusammenwächst, erfüllt ein wichtiges langfristiges strategisches Ziel. Wir werden unsere Beziehungen zu den Händlern allein dadurch stärken, dass wir Informationen, Best Practices, Kaufkraft und Fachwissen in Bezug auf Gestaltung mit Polyconcept teilen. Weston Presidio war ein großartiger Partner, der bei der Investition unterstützend und konstruktiv mitgewirkt hat. Das Team von Weston Presidio hat wichtige strategische Beratung geleistet und es uns so ermöglicht, unser Geschäft trotz vieler schwieriger Konjunkturzyklen aufzubauen.“

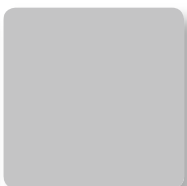
„Wir haben die Zusammenarbeit und den Zusammenschluss mit der Familie Milne und dem gesamten Team von Trimark während einer Zeit sehr genossen, in der das Unternehmen zu einem führenden Anbieter von Werbekleidung in Kanada wurde“, sagte Mark Bono, ein Partner von Weston Presidio, der im Vorstand von Trimark tätig war. „Wir sind davon überzeugt, dass Trimark als Teil von Polyconcept weiterhin erfolgreich sein wird.“

www.polyconceptna.com

www.trimarksportswear.com



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**



TEXET GMBH

PRODUKTE IM RICHTIGEN LICHT

Werbetextilien, Süßwaren, hochwertige Designartikel – diese und andere Produkte fanden vom 5. bis 7. Mai 2011 Platz im neuen Showroom der Textet GmbH in Dettingen unter Teck. Zusammen mit vier weiteren Lieferanten präsentierte das Textet-Team über 100 effektvolle Werbeträger.

Am 5. Mai war es endlich soweit. In der Kelterstraße in Dettingen unter Teck wurde der neue repräsentative Showroom der Textet GmbH eingeweiht. Neben den zwölf Eigenmarken fanden an diesen Tagen auch „unternehmensfremde“ Produkte einen Platz in dem großzügigen, modernen Präsentationsraum. Der Grund: Die Textet GmbH hatte zusammen mit Menu, i.p.a. cosmetics, Samsonite und stelten zu einer kleinen Neuheiten-Show geladen.

ALLE MARKEN AUF EINEN BLICK

„Wir möchten hier in netter Runde zusammensitzen und uns über die neuen Produkte austauschen“, erklärte Stefan-Oliver Endter, Verkaufsleiter Promo Division bei der Textet GmbH, am Rand der Veranstaltung. Etwa 60 Besucher machten von dem Angebot Gebrauch und nutzten die Plattform zum Wissensaustausch und zur Kontaktpflege. Professionell führte das Textet-Team durch den 800 Quadratmeter großen Showroom, der eine repräsentative Auswahl des umfassenden Produktportfolios bietet. Insgesamt zwölf Kollektionen in den Bereichen Unternehmensmode, Arbeitsbekleidung, Werbeträger, Taschen und Gepäck sowie hochwertige Design-Werbeartikel hat die Textet

GmbH aktuell im Programm. Zum Markenportfolio gehören so klangvolle Namen wie Sagaform, Kosta Boda, James Harvest Sportswear, Printer und ProJob.

GUTES FEEDBACK

Sie alle waren im neuen Showroom „ins richtige Licht gerückt“ worden. Denn bei der Inszenierung der hochwertigen Werbeträger hatte man ein besonderes Augenmerk auf ihre Ausleuchtung gelegt. Auffällig schön wirkte dadurch etwa die hand-

gefertigte, farbenfrohe Glaskunst von Kosta Boda und Orrefors, die den Besucher gleich am Eingang erwartete. „Wir sind mit unserem Event sehr zufrieden“, so Stefan-Oliver Endter. „Insbesondere am Samstag hatten wir eine gute Besucherresonanz. Das Ziel der Veranstaltung, nämlich Kundenkontakte zu aktivieren und zu pflegen, haben wir erreicht.“ Bereits im Oktober will das Textet-Team mit Partnern ein weiteres Event veranstalten. <

DREI FRAGEN AN STEFAN-OLIVER ENDTER

Gibt es Produktrends im Textilbereich?

Softshell-Bekleidung erfreut sich momentan großer Beliebtheit. Die Funktionstextilien sind wind- und regenabweisend sowie atmungsaktiv. Durch ihren Polyester-Spandex-Anteil sind sie elastisch und bequem. Immer gefragt sind zudem Polo-Shirts in allen Varianten.

Wie sehen Sie die aktuelle wirtschaftliche Lage in der Werbeartikelindustrie?

Die Gespräche mit Kollegen bestätigen auch unseren Eindruck: In der Branche ist ein allgemeiner Aufwärtstrend zu erkennen. Auch wir hatten einen guten Start in das neue Geschäftsjahr.

Welche Themen bewegen die Branche aktuell besonders?

In puncto Politik will die Branche natürlich wissen, wo die Reise hingeht. Ich nenne da nur das Stichwort „Steuerfreibetragsgrenze“. Natürlich ist auch das Thema „Rohstoffknappheit“ momentan in aller Munde. Für uns ist verständlicherweise die Preisentwicklung bei Baumwolle hochinteressant. Darüber hinaus beschäftigt sich die Branche mit dem Veranstaltungstyp Hausmesse. Diese Events kosten viel Geld. Da muss der Output stimmen. Ich denke, es wird in Zukunft weniger Hausmessen geben.

DIE SUMMENBILDUNG ERGIBT DAS NOTE-BOOK COMPLETE.



Note-Book Complete = Eindruck 4C-Digital + bereits ab 50 Stück Auflage +
3 Wochen Lieferzeit + Format A4/A5 + günstige Komplettpreise



- bereits ab einer Auflage von 50 Stück lieferbar
- Lieferung innerhalb von 3 Wochen
- individueller 4C-Digitaldruck auf dem Einband inklusive
- mit überzeugendem Preis-Leistungs-Verhältnis
- auch als Basic-Notizbuch Journal-Book Complete erhältlich



- das Note-Book umfasst 200 Seiten plus Einstecktasche am Buchende
- der Inhalt besteht aus holzfreiem, hochweißem Schreibpapier 90 g
- die Blätter sind beidseitig mit modernem Winkelkaro bedruckt
- mit Hilfe der Mikroperforation sind diese Blätter auch heraus-trennbar



- in den klassischen Formaten DIN A4 und DIN A5
- es ist verpackt in eine feste, unwattierte und hochglänzende Cover-Star Buchdecke
- hinter dem runden Buchrücken verbergen sich ein Zeichen- und Kapitalband



MADE IN GERMANY

WERTARBEIT WERBEARTIKEL

Qualität, Fleiß, Effizienz und Präzision: Der Ruf deutscher Wertarbeit hat auch in Zeiten global eng verzahnter Märkte nichts von seinem Gewicht verloren. So dürfen sich Werbeartikel aus deutschen Landen besonderer Wertschätzung gewiss sein.

Gewiss, die Konkurrenz ist in Zeiten globalisierter Handelsbeziehungen ständig gewachsen. Doch wächst auch die Erkenntnis, dass sich allein über den Preis keine dauerhaften unternehmerischen Erfolge erzielen lassen. Qualität rückt wieder mehr und mehr in den Fokus der Aufmerksamkeit, denn Wertarbeit schafft Dauer. Produkte, die ihren Preis wert sind, schaffen nachhaltige Wirkung. Dies gilt auch und vielleicht vor allem für Produkte, die als Werbeträger fungieren. Je besser, schöner, wertiger, umso länger bleiben diese Artikel und damit ihre Geber, Logos oder Botschaften im Gedächtnis haften. Made in Germany, das alte Qualitätssiegel, füllt sich wieder mit neuen Werten: Qualität, Zuverlässigkeit, Flexibilität, solide wie innovative Produkte, kurze Wege, Serviceleistungen vor Ort, die Unabhängigkeit von langen Produktionsketten oder den zunehmend größer werdenden Unabwägbarkeiten des Importgeschäfts sind nur einige der Pluspunkte des „Made in Germany“. Lassen Sie sich für Ihr Geschäft von den originellen dreidimensionalen Promotionsimpulsen inspirieren, die wir hier für Sie zusammengestellt haben. <



FÜR ALLE SINNE

Mit seiner jüngsten Produktserie pure sense unterstreicht Notes seinen hohen Qualitäts- und Umwelt-Anspruch: Neben konsequenter Weiterentwicklung und der Kreation hochwertiger Produkte made in Germany, bestem Service, Liefertreue und Flexibilität setzt Notes als führender Haftnotizen-Hersteller mit pure sense auf außergewöhnliche Produkte, die mit besonderen Materialien und Fertigungsverfahren umweltschonend hergestellt werden. Mit dem gewissen Etwas – bestechender Haptik und edler Texturoberfläche – präsentiert sich die pure sense fashion line fleece. Angenehm griffig und sanft im Kontakt sind die Produkte dieser Serie allesamt ein Erlebnis. Als ausgewiesener Klassiker in der Kollektion gilt der Collegeblock im Format A5. Der bewährte wie begehrte Notizblock mit Fleece-kaschiertem Bookcoverumschlag beherbergt einen 50 Blatt starken, 4-farbig bedruckten Notizblock mit Perforation und Ablochheftung auf Wunsch sowie einer Drahtkammbindung.

42487 • Notes GmbH & Co. KG • Tel +49 4106 7658-0

info@notes-international.com • www.notes.sh

FEUER UND FLAMME

Für die ganz großen Sprünge bietet die Elektronica SM-Handels GmbH in ihrem umfangreichen Portfolio an Elektronikfeuerzeugen für das Modell EB-15 nun auch eine ganz individuell nach Kundenwunsch zu gestaltende Labelvariante. Die unbegrenzten Möglichkeiten hinsichtlich fotorealistischer Motive, Farbverläufe, Farbanzahl sowie Design eröffnen den Anwendern ganz neue Werbedimensionen – und das schon ab einer Mindestbestellmenge von 5000 Stück. Das in Deutschland produzierte Feuerzeug EB-15 verfügt neben regulierbarer Sicherheitsflamme über eine Temperaturreisistenz bis 65° Celsius, ist TÜV-geprüft, umweltschonend, da nachfüllbar und nahezu vollständig recycelbar.

44127 • Elektronica SM-Handels GmbH • Tel +49 2571 578900

info@elektronica.de • www.elektronica.de



WERBEBOTSCHAFTEN AUF KNOPFDRUCK

Der neue Druckkugelschreiber LOOK grip von uma überzeugt durch Langlebigkeit, attraktives Design und beste Schreibeigenschaften. Der Kunde hat die Wahl zwischen einem gedeckt oder transparent glänzenden Gehäuse, wobei die gedeckten Varianten mit farblich abgesetzter Gummi-griffzone besonders spannende Gestaltungskombinationen bieten. Ausgestattet ist das Schreibgerät mit der europäischen Kunststoff-Großraummine uma Tech-Refill inklusive großer Neusilber-Spitze und einer Wolfram-Karbid-Kugel mit einem Millimeter Durchmesser. Die Schreibleistung wird mit rund vier Kilometern angegeben. Kostenlose Produktmuster des uma LOOK grip können im Internet auf www.uma-pen.com/look angefordert werden.

41848 • uma Schreibgeräte Ullmann GmbH • Tel +49 7832 7070

info@uma-pen.com • www.uma-pen.com



VERPACKUNG FÜR SÜSSE GRÜSSE

Gern erinnern wir uns an unsere Kindheit. Aufgeregt suchten wir nach Ostereiern, mit Überraschungen gefüllt. Stolz hielten wir unsere Schultüte in den Armen und zu Weihnachten schmückten wir mit unseren Eltern den Weihnachtsbaum. Nestler Feinkartonagen produziert diese saisonalen Produkte aus Pappe zum Füllen, die auch als individuelle Sonderfertigungen angeboten werden. Vom erfolgreichen Start mit Schultüten als Geschenkverpackung über Pappostereier und -kugeln zum Füllen bis zum bunten Schmuck am Weihnachtsbaum reicht die Palette der Produktlösungen. Dank eines hauseigenen Designteams ist es möglich, ein Design direkt von Nestler erstellen zu lassen.

47443 • Nestler GmbH Feinkartonagen • Tel +49 3734 118910
info@nestler-gmbh.de • www.nestler-gmbh.de

PUSH FÜR DIE HOMEPAGE

Mit dem neuen, schlanken Kugelschreiber mit @-Zeichen im Clip von Toppoint schreibt sich die Kundschaft zur werblichen Unterstützung auf der eigenen Homepage aufmerksamkeitsstark ins Gedächtnis ein. Das Schreibgerät namens @-pen ist ausgestattet mit einer in Deutschland hergestellten, in den verschiedensten Schreibfarben erhältlichen X-20-Mine, die für rund 2,5 Kilometer Schreibleistung gut sein soll. Ab 10000 Stück sind Sonderfarben möglich.

42876 • Lensen Toppoint B. V. • Tel +49 5921 819930
sales@toppoint.com • www.toppoint.com



ERFOLGREICHER STREIFEN

Umhängebänder in nahezu jeder erdenklichen Ausführung zu günstigen Preisen und kurzen Lieferzeiten gibt es bei MS Print aus Ludwigsburg. Die Produkte liefern einen sinnvollen Beitrag in der Kommunikation von Unternehmen aus Industrie, Sport sowie dem Finanz- und Werbesektor. Dank kontinuierlicher Weiterentwicklung von Qualität und Werbewirksamkeit behauptet sich das deutsche Unternehmen seit rund 15 Jahren gegen immer neue Mitbewerber aus Fernost.

46040 • MS Print • Tel +49 7141 85100
info@ms-print-lb.de • www.stripes.de

FANCY-Kundenform-Magnete

FANCY special-shape magnets in plastic

Art. Nr. 2510



Rückseite auch mit starken Neodym-Magneten möglich.

Back also with a strong Neodym-magnet possible.

Rückseite mit Ferrit-Magnet.

Back with ferrit-magnet.

Sonderform-Magnete aus Kunststoff für Ihre individuelle Werbung!
Special-shape magnets of plastic for your individual advertisement!

Qualität „MADE IN GERMANY“ bereits ab 2.500 Stück

Jetzt Muster und Katalog kostenlos ordern!
Order samples and catalogue free of charge!

adamo design[®] gmbh

Konzeption und Herstellung von Kunststoff- und Metallwaren

Bundesstr. 13c • D-32694 Dörentrup • Tel. 0 52 65 / 74 74

Postfach 1251 • D-32691 Dörentrup • Fax 0 52 65 / 80 21

www.adamodesign.de • info@adamodesign.de



PERSÖNLICHE PRÄSENTATION

Alle für seine Namensschilder verwendeten Komponenten stellt badgepoint aus Norddeutschland in Deutschland her und bürgt so für höchste Qualität. Im breit gefächerten Programm finden sich Namensschilder wie etwa das Modell polar zur einfachen Selbstbeschriftung. Neben polar, das mit hochwertigem Teildruck auf Sichtscheiben glänzt, weist die Produktpalette auch komplett bedruckte Varianten aus – frei umgesetzt nach den Wünschen der Kunden.

45371 • badgepoint Namensschilder Systeme GmbH • Tel +49 4102 8066-0
info@badgepoint.com • www.badgepoint-shop.de

HEIMISCHES STREUGUT

Seit jeher hat Promowolsch dem Druck, die Produktion nach Asien zu verlegen, standgehalten und seine Produkte in Deutschland hergestellt. Und das ist bis heute so geblieben. So finden sich qualitativ hochwertige Produkte wie etwa Glasabdeckungen in vielen Formen und Farben, Flaschenöffner, Fliegenklatschen oder Schlüsselanhänger in den verschiedensten Varianten im Angebot. Zudem liefert Promowolsch, das auf Zuverlässigkeit, Flexibilität und zivile Preise setzt, neue Eiskratzer, diverse Kartommesser, lustige Salz- und Pfefferspender sowie Türgarderobenhaken in Haus- oder LKW-Form und vieles mehr.

44724 • Promowolsch – the customer factory • Tel +49 2942 570201
info@promowolsch.de • www.promowolsch.de



MADE IN HAPPY GERMANY

Made in Germany, und das seit vier Generationen, sowie das Streben, so nachhaltig wie möglich zu arbeiten, um Menschen und Ressourcen gleichermaßen zu unterstützen, sind die Markenzeichen der Lederfabrik Garnier. Die Werkstoffe und Rohmaterialien der Produkte kommen aus Deutschland oder der EU. Als Mitglied im Netzwerk Made in happy Germany verpflichtet sich der Hersteller von hochwertigen Lederwaren verschiedenster Art, authentische Produkte oder Dienstleistungen in Deutschland herzustellen oder zu erbringen und beim Einkauf von in Deutschland nicht existierenden Rohstoffen auf Fairtrade zu achten.

42592 • Lederfabrik Garnier GmbH • Tel +49 6175 7982710
info@lederfabrik-garnier.de • www.lederfabrik-garnier.de



PERFEKTER DURSTLÖSCHER

Mit der neuen Trinkflasche Freestyle von dom Polymer Technik mit abnehmbarem, 300 Milliliter fassendem Trinkbecher kommen Individualisten auf ihre Kosten. Die Flasche hat ein Fassungsvermögen von einem halben Liter, ist lebensmittelkonform, spülmaschinengeeignet und recyclebar. Die Mindestbestellmenge für das dank des Dichtrings und des verriegelbaren Verschlusses auslaufsichere Gefäß beträgt 2500 Stück. Der abnehmbare Trinkbecher lässt sich mittels In-Mould-Labeling mit tollen 4c-Fotomotiven veredeln.

40723 • dom Polymer Technik GmbH • Tel +49 9552 92260

info@dom-pt.com • www.dom-pt.com

MASSVOLLE PRINZENROLLE

So nehmen Prinzessinnen Maß: Der stylische Frosch Fred aus der Designer-Kreation von koziol verwandelt sich nach dem königlichen Kuss in ein handliches Maßband und springt im Fall des Falles sofort hilfsbereit zur Seite. Die kleine Fliege am Bandanfang ist augenzwinkerndes Detail und funktionaler Griff. Das Maßband ist 150 Zentimeter respektive 5 Fuß lang und kommt in Zentimeter- und Inch-Teilung.

47406 • koziol – ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 604289

incentives@koziol.de • www.koziol.de



MODISCHES BUSINESS MIT LOGO

Olymp, schwäbischer Hersteller von Business-Hemden und -Blusen, und Gidutex International, auf Bestickung, Bedruckung und Sonderanfertigungen von Corporate Fashion spezialisierter Textilveredler aus Krefeld, haben eine strategische Vertriebspartnerschaft geschlossen. Gemeinsam mit Olymp stattet Gidutex die Mitarbeiter von Unternehmen stilvoller mit aktueller Businessmode aus. Der Mehrwert: Gidutex versieht die hochwertigen Produkte mit dem Firmenlogo oder Namen, womit Berufsbekleidung in der Öffentlichkeit zu einem Identifikationsmittel mit wirkungsvollem Imagefaktor für Mitarbeiter aufgewertet wird.

13360 • Gidutex International GmbH • Tel +49 2151 5690800

info@gidutex.de • www.gidutex.de



SCHÖNER NAME

Mit seinem neuen Baukastensystem präsentiert badgetec kundenindividuelle Lösungen für die professionelle Gestaltung von Namensschildern. Badgetec hat sich auf die Fertigung hochwertiger Einzelkomponenten made in Germany spezialisiert. Zusammen bilden diese Bestandteile ein vollständiges Schildersystem. Diese lassen sich aber auch mit eigenen Teilen oder Komponenten aus Fremdsystemen kombinieren. Verfügbar sind zahlreiche verschiedene Farben und Materialien.

48060 • badgetec GmbH • Tel +49 40 68949597-0

info@badgetec.com • www.badgetec.com

WERBESTARKE UNTERSETZER

Dank zeitgemäßer Technik stattet The Katz Group Bierdeckel kundenindividuell mit interaktiven Kompetenzen aus. Schließlich sorgen werblich bedruckte Glasuntersetzer in Sachen Direktmarketing, Interaktion und Kontaktzahl für höchste Aufmerksamkeit: Über die Hälfte der Verbraucher würden gerne mehr Werbung auf ihnen sehen, 48 Prozent lesen, was auf ihnen gedruckt steht. Und 45 Prozent stecken sie ein, weil sie sie nützlich, lustig oder sexy finden. Nähere Informationen zu den werbestarken Untersetzern gibt es direkt beim Unternehmen.

48135 • Katz GmbH & Co. KG • Tel +49 7224 647-0

tina.lang@thekatzgroup.com • www.thekatzgroup.com



BITTE EIN BIT

Eine robuste und zugleich filigran gestaltete Produktidee ist die Bit-Ratsche von Wera aus Wuppertal. Dieses Werkzeug mit 31 Teilen, bestehend aus Bit-Ratsche, Bits sowie einem Verbindungsstück für Nüsse, wurde speziell für den Einsatz in engen Räumen entwickelt, in denen die Arbeit mit langen Schraubendrehern nicht möglich ist. Neben einer matt verchromten Oberfläche, durch die zugleich für hohen Korrosionsschutz und Verschleißfestigkeit gesorgt ist, überzeugt das Produkt durch höchste Ansprüche an Ergonomie und Produktdesign.

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

matuschek@wera.de • www.wera.de

PEN
COLLECTION

MUGS
BY roubill

WRITING
ACCESSORIES

senator®

Nachhaltiges Handeln bleibt in Erinnerung

designed to brand



REACH

Verantwortungsvoller Umgang mit der Natur ist für SENATOR ein entscheidender Grundsatz nachhaltigen Handelns. Dabei legen wir ein besonderes Augenmerk auf Wiederverwertung und Energieeffizienz, z.B. durch einen modernen, energieschonenden Maschinenpark und Materialrecycling. Auch hochwertige Qualität und Langlebigkeit bei den Produkten entlasten die Umwelt entscheidend. Denn ein Produkt in zeitlosem Design und top Qualität überzeugt nicht nur seinen Besitzer, es bleibt vor allem lange in Gebrauch - und damit in Erinnerung!

realize the possibilities / www.senatorpromotion.com



KRIBBELN BEIM SKRIBBELN

Für ein freudiges Kribbeln beim Anwender dürfte der hochwertige Fallminenstift Wörther Compact von Wörther mit seiner 5,6 Millimeter starken Graphitmine der Stärke 4B sorgen, schließlich eignet sich das durch und durch deutsche Qualitätsprodukt perfekt zum Skribbeln und Zeichnen. Wer mit dem Wörther Compact skizziert, führt ein in klassisch-zeitlosem Design gestaltetes und aus hochwertigem, massivem Aluminium gefertigtes Schreibgerät mit seiner geschmeichelten Hand. Das Gehäuse ist in Natur, Grau oder Schwarz eloxiert erhältlich. Passend dazu gibt es einen Penstand mit integriertem Spitzer aus Aluminium Natur, der separat oder im Set mit dem Fallminenstift geliefert werden kann.

42394 • Wörther GmbH • Tel +49 7221 63431

info@woerther.de • www.woerther.de

GLÄNZENDE WERBETRÄGER

Individuelle Anfertigungen von Lesezeichen, Schlüssel- und Kofferanhängern sowie Schmuck- und Wandobjekten aus geätztem Edelstahl liefert Olipromo. Dabei räumt der Hersteller dem Kunden völlige Freiheit bei der Gestaltung zu geringen Werkzeugkosten inklusive freier Außenkontur ein. Der Vorteil der Herstellung made in Germany liegt aus Sicht von Olipromo neben hoher Qualität auch in den kurzen Lieferzeiten. Im Objektbereich kann der Stahl mit verschiedenen Materialien wie Acryl, Holz oder Glas kombiniert werden. Auch mehrfarbige Gestaltung per Siebdruck bietet Olipromo an.

47532 • Olipromo Mueller-Altman GbR • Tel +49 2165 171908

mail@olipromo.de • www.olipromo.de



KOCHEN MIT ALLEN SINNEN

Typisch für Qualität made in Germany steht Silargan als verwendetes Material bei der Herstellung von robusten wie grazilen, nickelfreien und antibakteriell ausgelegten Töpfen von Silit für höchste Funktionalität. In der Vitaliano-Produktfamilie, die eine glatte, porenlose Oberfläche und beste Gar- und Brateigenschaften auszeichnet, finden sich für alle Anlässe die passenden Koch-, Fleisch-, Gemüse- und Bratentöpfe sowie eine Stielkasserolle. Passend dazu gibt es verschiedene Sichtkochdeckel. Clou der Serie ist der neue Pastatopf mit seinem weltweit einzigartigen Pasta-Einsatz, womit überkochendes Nudelwasser auf raffinierte Art vermieden und die Flüssigkeit über kleine Löcher zurück in den Topf geleitet wird.

43187 • Silit-Werke GmbH & Co. KG • Tel +49 7371 189-0

post@silit.de • www.silit.de

 **DreamPen**



Polish ballpoint pens manufacturer

www.dreampen.pl



NACHHALTIG SCHREIBEN

Als Spezialist für innovative ökologische Werbeartikel lanciert eco-promo den Druckkugelschreiber Albero Noir im Sektor und damit ein Schreibgerät, das höchste Ansprüche an ein nachhaltiges Werbemittel erfüllt. Albero Noir, made in Germany, verfügt über ein Gehäuse, das aus heimischer nachhaltiger Forstwirtschaft stammendem, FSC-zertifiziertem Buchenholz gefertigt ist. Clip und Drücker sind aus vernickeltem Metall. Für Logos steht eine Fläche von 70 x 12 Millimetern zur Verfügung.

47503 • eco-promo GmbH • Tel +49 9369 980423

sales@eco-promo.de • www.eco-promo.de

KORBWEISE NATUR

Werbung mit guten Wachstumschancen gibt es bei Multiflower derzeit in Form eines Natur-Weidenkörbchens mit Henkel: Es enthält Erde, eine Pflanzanleitung und Samen. Wer diese Gabe regelmäßig hegt, pflegt und gießt, erhält direktes Wachstum aus dem Körbchen. Ein Werbeaufdruck auf dem Standardmotiv ist oben auf der Banderole angebracht, ab 500 Stück ist eine eigene Gestaltung der 70 x 50 Millimeter messenden Banderole möglich.

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560

info@multiflower.de • www.multiflower.de



KULINARISCHES AUS DER HEIMAT

Für alle, die deftige Genüsse lieben, ist der Weidenkorb mit viel versprechendem Namen „Guten Appetit“ von Römer Präsente die perfekte Gabe. Eine delikate Peperoni-Salami, original Eifeler Leber- und Mettwurst im Glas sowie mittelscharfer Senf „Et Original“ und ein halbes Kilo westfälisches Vollkornbrot sind mit von der Partie. Abgerundet wird das köstliche, Appetit anregende und eine tolle kulinarische Botschaft vermittelnde Ensemble mit einer Flasche trockenen Rotweins.

43892 • Römer Wein & Sekt GmbH • Tel +49 6541 8129-0

info@roemer-praesente.de • www.roemerwein.de



Werbeartikel für Profis – Made in Germany

Hochwertiger
Mini-Kuli Metall im
transparenten Clip

Mini-Office IV b

Desktop Display VII b

NOTES GmbH & Co KG
Phone +49 (0) 4106 - 76 58 0
Fax +49 (0) 4106 - 76 58 58
info@notes-international.com
www.notes.sh





PRAKTISCHE SYMPATHIETRÄGER

Der Flaschenöffner Trikot – ein Kapselheber für Sportfreunde –, das Klammermännchen – praktischer Zettel- und Notizhalter mit Einkaufswagenchip –, der Schlüsselanhänger Herz mit integriertem Einkaufswagenchip sowie ein origineller Schuhanzieh-er, der schon durch die Form auf seinen Einsatzzweck hinweist, zählen zu den sympathischen Werbeträgern aus deutscher Produktion im Angebot von reeko. Das Quartett überzeugt durch Funktionalität und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis. Bereits in kleinen Stückzahlen können einzelne Komponenten oder auch komplette Artikel in der gewünschten Farbe hergestellt werden, wodurch die gewünschte Werbebotschaft perfekt übermittelt wird. Ein weiterer Vorteil gegenüber Fernost-Produktionen sind die schnellen und zuverlässigen Lieferzeiten.

46261 • reeko design GmbH & co. kg • Tel +49 4106 766-0
info@reeko.com • www.reeko.com

FEINSTE LEDERACCESSOIRES

Die Serie Germany der Marke Eurostyle von Emil Kreher umfasst neben einer Kombibörse und einer Geldscheintasche ein Notizbuch, zwei Notizblocketuis, eine Buchhülle sowie zwei Schreibmappen im Format DIN A5 und DIN A4. Die Notizblocketuis sind in den Größen 13,5 x 10 Zentimeter und 12 x 8 Zentimeter erhältlich. Die komplette Serie besteht aus hochwertigem, feinstem Anilinleder mit Rugato-Narben und wird in exklusiven, papierbezogenen Stulpdeckelkartons geliefert. Jeder Artikel der Serie Germany wird mit Liebe zum Detail in Deutschland per Hand gefertigt.

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



TASSEN-PARKPLATZ

Eine pfiffige Idee hat die emotion factory mit ihrem kleinen Abstellplatz für die Tee- oder Kaffeetasse in die Tat umgesetzt: Hier findet die Bürotasse schnell einen freien Parkplatz auf dem Schreibtisch. Und auf der integrierten Schiefertafel können dazu praktischerweise noch wichtige Notizen vermerkt werden. Das edle Design-Stück aus Holz, Beton und Schiefer wird per Lasergravur auf dem Seitenstreifen zum begehrten Werbeträger, der sich seine Position auf dem Schreibtisch für lange Zeit sichern dürfte. Ein Stifthalter ist ebenso wie ein Stift inklusive.

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



HISTORISCHE HÖRBUCHREISE

Eine faszinierende Sammlung von Sagen und Legenden aus zahlreichen Städten Deutschlands und Europas bietet micx media für kulturinteressierte Reiselustige an. Die Hörbuchserie auf CD ist sowohl als Vorbereitung auf eine Städtereise als auch als Hintergrundinformation eine gelungene Informationsquelle. Zudem werden die Sagen und Legenden unterhaltsam präsentiert und machen neugierig, die Ursprünge der jeweiligen Städte kennenzulernen. Die Hörbücher der neuen Serie gibt es aus den Städten Augsburg, Bamberg, Berlin, Dresden, Düsseldorf, Esslingen, Frankfurt, Freiburg im Breisgau, Hannover, Hamburg, Heidelberg, Karlsruhe, Köln, Konstanz, Leipzig, Lübeck, Mainz, München, Nürnberg, Potsdam, Regensburg, Saarbrücken, Stuttgart, Trier, Wien, Zürich und vielen weiteren Metropolen.

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

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

Sonderanfertigung

Büroartikel so individuell
wie Ihre Kunden!



Ringbücher & Register



Hefter & Mappen



Ausweishüllen
& Kartenboxen



Verpackungen
& Give-Aways

siplast

Made
in
Germany

Tel.: +49 (0) 27 32.59 22.0

E-Mail: info@siplast.de

www.siplast.de

Qualität schweißt zusammen!



LIPPENPFLEGE AUS DEM BAUKASTEN

Komplett in Deutschland gefertigt werden die Lippenpflegestifte von KHK. Zahlreiche Veredelungsvarianten ermöglichen individuelle Kombinationen für jeden Kundenanspruch. Allein elf Standardfarben können für die Kombination von Kappe und Fuß der Pflegestifte variiert werden. Verschiedene Aufsätze unterstützen zusätzlich die Werbeaussage für diverse Anlässe und Events. Selbst die Integration eines echten Crystallized-Swarovski-Elementes ist möglich. Zur Auswahl stehen sechs Lippenpflege-Rezepturen mit und ohne Lichtschutzfaktor. Der Hersteller bietet außerdem das Einfärben des Kunststoffes in der Unternehmensfarbe oder eine spezielle Aromenauswahl bei der Lippenpflegemasse an. Alle Lippenpflegeprodukte von KHK unterliegen strengen Prüfungen und werden ausschließlich in Köln nach Kosmetik-GMP sowie der Kosmetik-Richtlinie 76/768/EWG hergestellt.

46131 • KHK GmbH Köln • Tel +49 221 9854730
sales@khkgmbh.com • www.khkgmbh.com

PARKEN MIT DURCHBLICK

Als besonders universeller Helfer für Autofahrer zeigt sich die Parkscheibe mit integriertem Eiskratzer und einer Gummilippe von Macma. Neben der Grundfunktion als Parkscheibe sind die Eiszähne an der Seite der Scheibe stabil genug, um im Winter auch mit stärker gefrorenen Scheiben fertig zu werden. Eine ebenfalls integrierte Gummilippe sorgt für Durchblick bei beschlagenen Scheiben. Die gesamte Rückseite des Kombigerätes kann für den Aufdruck einer besonders großflächigen Werbebotschaft genutzt werden.

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



NATÜRLICH SHOPPEN

Produkte aus naturbelassenem Wollfilz von Bühring, wie zum Beispiel die Umhängetasche Shopper, lassen sich mit gutem Gewissen in die Kategorie umweltfreundlicher Werbemittel einordnen. Die Taschen werden in Deutschland produziert und je nach Budget kommt auch der Wollfilz überwiegend aus Deutschland. Für die Produktion der Umhängetasche stehen zahlreiche Standardfarben zur Verfügung und beim Branding setzt man auf Stick, Sieb- oder Transferdruck. Da alle Taschen auftragsbezogen gefertigt werden, ist eine Lieferzeit von vier Wochen üblich. Die Shopper verfügen über je eine Handy- und eine Reißverschluss-Innentasche sowie zwei lange verstellbare Henkel. Die Tasche selbst ist ebenfalls mit einem Reißverschluss ausgestattet.

40807 • Bühring • Tel +49 4154 7954012
buehring@buehring-shop.com • www.buehring-shop.com

MIT KROKO GROSS RAUSKOMMEN

Ein passender Begleiter für den großen Auftritt ist die elegante Ferraghini-Schreibmappe von Macma. Die Mappe in der Größe DIN A4 kommt im auffälligen Krokodesign daher und verspricht schon durch ihr Aussehen Aufsehen. Im Innern ist die Mappe mit zahlreichen Zusatzfächern und einem linierten Schreibblock ausgerüstet. Geliefert wird die Schreibmappe in einer wertigen schwarzen Geschenkbox, die den exklusiven Charakter weiter unterstreicht. Auf der Schnalle ist eine individuelle Werbeanbringung per Gravur möglich.

40909 • Macma Werbeartikel oHG • Tel +49 911 9818133

verkauf@macma.de • www.macma.de



DURSTLÖSCHER PFANDFREI

Der Apfelspritzer von Römer Promotion Drinks gilt seit geraumer Zeit als beliebter Klassiker, wenn es um kalorienreduzierte Durstlöscher geht. Das beliebte Getränk bietet der Hersteller jetzt auch in der pfandfreien, 250-Milliliter-Slimline-Dose an. Die individualisierte Gestaltung der Dosen im ein- bis vierfarbigen Digitaldruck ist bereits ab einer Auflage von nur 264 Dosen möglich. Nicht nur unter Sportlern erfreut sich dieses Getränk immer steigender Beliebtheit. Auch als ausdrucksstarkes Give-away für Messen oder Events sorgt der Apfelspritzer für einen sportlichen und frischen Start in den Sommer 2011.

43892 • Römer Wein und Sekt GmbH • Tel +49 6541 81290

info@roemerwein.de • www.roemerwein.de

GESCHÜTZT AUF DIE REISE

Seit dem Herbst vergangenen Jahres werden die Hartschalen-Trolleys aus dem Titan Kofferwerk in Deutschland produziert. Hinter allen „Made in Germany“-Produkten stehen hochwertige Materialien und eine erstklassige Verarbeitung dank innovativer deutscher Maschinenteknik. Damit ist ein Garant für den sicheren Schutz des wertvollen Inhaltes auf Reisen geschaffen. Die Titan-Kollektionen X2 Flash, Xenon Plus, Backstage und 5th Element zeichnen sich durch aktuelle Trendfarben, ein gutes Handling sowie ein vernünftiges Preis-Leistungs-Verhältnis aus, unterstreicht der Reisegepäck-Hersteller.

45780 • Titan Kofferwerk GmbH • Tel +49 8856 92920

info@titan-bags.com • www.titan-bags.com





Seit 25 Jahren produziert Walburga Husemann Textilien, seit 1995 auch maßgeschneiderte textile Werbeartikel, die nach Kundenwunsch entworfen und produziert werden.

25 JAHRE HUSEMANN GMBH

KOMPETENZ IN TEXTIL

Sonderanfertigungen im Textilbereich sind die Kernkompetenz des von Walburga Husemann gegründeten Unternehmens mit Sitz in Gronau. In den 25 Jahren Firmengeschichte hat sich das Leistungsspektrum des Textil-Produzenten stetig erweitert. Heute entwickelt Husemann neben maßgeschneiderten Werbeartikeln auch komplette textile Kollektionen, die höchsten Ansprüchen an Design und Qualität genügen.

Walburga Husemann, Firmengründerin und -Inhaberin, ist auch im Jahr des 25-jährigen Jubiläums noch immer das Herz des Unternehmens, das neben exklusiven Wohnaccessoires seit 1995 auch textile Werbeartikel und Sonderanfertigungen entwirft und produziert. Die langjährige Erfahrung hat sich auch im Produktportfolio niedergeschlagen. „Inzwischen entwickeln wir für Kunden auch komplette textile Kollektionen, die zum Beispiel Polo-Shirt, Cap, Mütze, Schal, Hemd, Jacke, Sweatshirt und sogar Socken umfassen. Wir betreuen den Kunden fachmännisch vom Design über die Produktionsüberwachung bis hin zur Auslieferung an den Kunden“, berichtet Wal-

burga Husemann von ihrem jüngsten Projekt. Doch es gibt noch weitere spannende Aufgaben, die sie mit viel Sachkompetenz angeht: Seit Kurzem ist Husemann auch Inhaberin der Produktionslizenz eines Kunden für die textile Kollektion „Football's coming home“. Und dann ist da noch der Kunde „Wildcat“, für den die kreative Unternehmerin beispielsweise Kleider, Röcke, T-Shirts, Taschen und Rucksäcke entworfen und produziert hat.

BREITES UND TIEFES ANGEBOT

Dies sind nur einige Beispiele aus dem Leistungsspektrum des Textilspezialisten. Wer sich in dem im Jahr 2001 bezogenen Firmengebäude umsieht, stellt fest, dass praktisch alle Artikel Sonderanfertigungen

sind – hochwertig in Material und Aufmachung, fantasievoll in der Gestaltung und mit Liebe zum Detail gefertigt. Immer stehen Textilien im Mittelpunkt, die entsprechend der gestellten Aufgabe thematisch mit anderen Produkten zu Sets kombiniert werden. Da gibt es zum Beispiel alles, was man sich aus Frottier vorstellen kann: Bademäntel, Taschen, Hand- und Badetücher in vielen Größen, Farben und Qualitäten, auf Wunsch bestickt oder mit Einwebung, mit Overall-Webung, ergänzt mit passenden Produkten wie beispielsweise Wellnessartikeln und vielem mehr. Auch Organizer aus Nylon für Reise, Haus, Bad und Auto, bestückt mit praktischen Utensilien, sind in großer Auswahl zu sehen.



Um ihre Kollektionen zu vermarkten, setzt Husemann auf den Werbeartikelhandel, der für die persönliche Kundenbetreuung extrem wichtig ist.

Reisedecken-Sets aus eleganten und waschbaren Plaids in verschiedenen Ausführungen und Farben, originell verpackt in Klarsichttaschen oder Kissenhüllen, gehören zum Angebot. Beliebt als praktische Verpackung mit Zweitnutzen sind Klarsichttaschen, die individuell mit farbigen Kanten und Reißverschlüssen gestaltet werden können. Daneben kann der Kunde bei Husemann auch Herrenhemden, Berufskleidung, Shirts und Caps beziehen, auf Wunsch auch mit Stickerei individualisiert. Alles zeugt von großer handwerkliche Perfektion und zeigt den hohen Qualitätsanspruch der Textilfachfrau.

STETIGE ENTWICKLUNG

Handwerk, Modebewusstsein, Kreativität und unternehmerisches Geschick sind das Fundament, auf dem Walburga Husemann ihr Unternehmen gebaut hat. Nach dem Abitur absolvierte sie verschiedene Ausbildungen im Textilbereich: von der Schneiderin bis zur Modedesignerin mit Ausbilderbezeichnung, dann folgte die Ausbildung zur Refatechnikerin an Abendschulen. Kaufmännische Weiterbildungen sowie Sprachen vervollkommen ihre Qualifikation. Nach der Ausbildung bekam sie sofort eine Stelle als Produktionsleiterin bei einem großen Textilhersteller. 1986 gründete Wal-

burga Husemann dann ihr eigenes Textilproduktionsunternehmen. In enger Zusammenarbeit mit den Designern der Bekleidungsfirmen entwarf sie Kollektionen für Oberbekleidung gehobenen Standards. Ihr textiltechnisches Know-how kam ihr bei der Umsetzung der Produktion zustatten, und die Kunden konnten sich voll und ganz auf ihr fachmännisches Urteil verlassen. Sie hatte sich bald einen Namen gemacht und das Unternehmen wuchs rasch bis auf über 100 Mitarbeiter. Muster und mittelgroße Aufträge wurden vor Ort produziert, Großaufträge damals noch in Südeuropa. Als Mitte der Neunziger die in der Region traditionell ansässige Textilindustrie durch die Konkurrenz aus Fernost Einbußen hinnehmen musste, stellte Husemann die DOB-Produktion ein und verlagerte ihren Schwerpunkt auf die Produktion hochwertiger Textilaccessoires und Sonderanfertigungen für die Möbelindustrie wie zum Beispiel Hussen, Überwürfe, Kopfteile für Polsterbetten, Bezüge. Dieser Produktionszweig besteht bis heute.

WERBEARTIKEL NACH MASS

1995 schaute sie sich nach einem weiteren Geschäftsfeld um, das sich fast zufällig auftat. Der eingesessene Spezialist für textile Werbeartikel „Hieker Janin Design“ stand





Kreatives aus Textil ist die Kernkompetenz der Husemann GmbH.

zum Verkauf. „Es war ein etabliertes Unternehmen mit Stammkunden, in einem Gebäude mit guter Adresse, in dem wir bis 2001 unseren Firmensitz hatten. Erst als unsere Firma aufgebaut war, haben wir den Neubau in Angriff genommen“, erklärt Walburga Husemann. Den Werbeartikelbereich hat sie insbesondere auf die Entwicklung von Sonderanfertigungen kreativer textiler Werbeartikel ausgerichtet, denn da konnte sie ihr Wissen und ihre Er-

fahrungen einbringen. Was dabei entsteht, haben wir oben zusammengefasst: Maßgeschneiderte Produkte, die nach Kundenwunsch entworfen und produziert werden. Von der Beratung über das Design und die Musterfertigung bis zur Umsetzung ist der Kunde bei Husemann in den Händen einer Expertin mit langjähriger Praxis. Das kann nicht jeder Textillieferant bieten. „Der Werbeartikelhandel ist extrem wichtig, und die Aufgabenteilung ist einfach optimal:



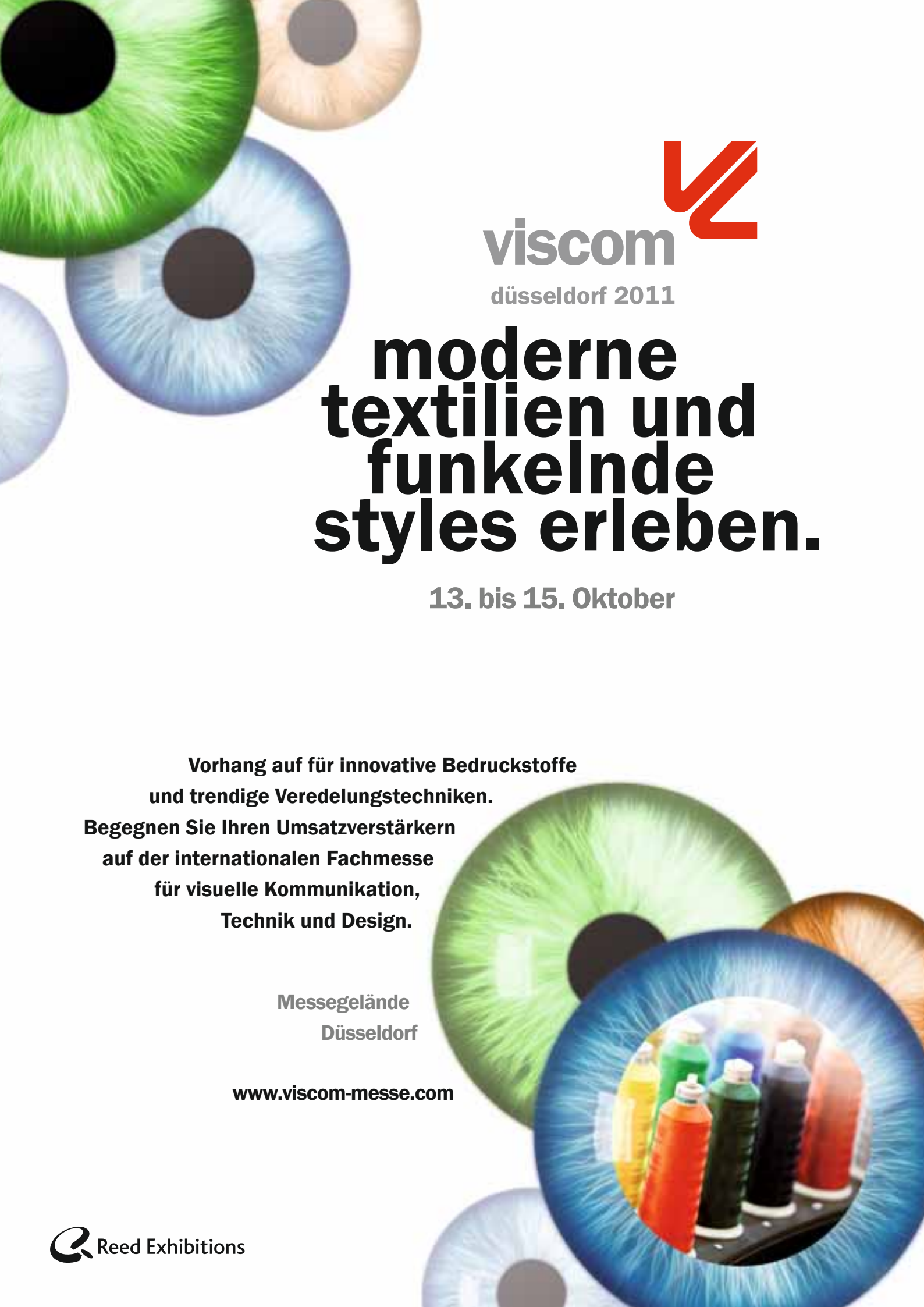
Walburga Husemann hat es geschafft, Familie und Unternehmen unter einen Hut zu bringen.

Während der Händler meine Kunden vor Ort besucht, kann ich hier kreativ arbeiten. Persönliche Betreuung ist mir sehr wichtig, aber ich könnte sie gar nicht so intensiv leisten, wie es der Händler tut“, erklärt Husemann.

ANERKANNTE LEISTUNG

Für ihre Leistungen als innovative Unternehmerin ist Walburga Husemann 2005 für den Unternehmerpreis des Bundesverbands der Mittelständischen Wirtschaft nominiert worden. Unter 1600 Unternehmen erreichte sie die Endauswahl der besten 21 Firmen. In der Begründung werden ihre seriöse Unternehmensführung, ihre Kreativität bei der Produktentwicklung und der Erschließung neuer Märkte, die Schaffung von Arbeits- und Ausbildungsplätzen, ihr Amt als Prüfungsausschussvorsitzende (IHK) sowie ihr vielfältiges soziales und ehrenamtliches Engagement gewürdigt. Sie hat viel erreicht in den 25 Jahren Firmengeschichte, hat sich nicht unterkriegen lassen und sich das hervorragende Image einer Unternehmerin mit Format aufgebaut.





viscom
düsseldorf 2011

moderne textilien und funkelnde styles erleben.

13. bis 15. Oktober

**Vorhang auf für innovative Bedruckstoffe
und trendige Veredelungstechniken.**

**Begegnen Sie Ihren Umsatzverstärkern
auf der internationalen Fachmesse
für visuelle Kommunikation,
Technik und Design.**

**Messegelände
Düsseldorf**

www.viscom-messe.com

Die kooperierenden Köpfe: (v. l.) Ralf Grammel (CEO fine Swiss Metals AG), Walter Lohri (CFO fine Swiss Metals AG) und Reto Flury (FLURYpromotion).



Die True Gold Unit® ist ein Instrument zur Kundenbindung im Premium-Kundensegment.

TRUE GOLD UNIT®

EINZIGARTIGE WERTE FÜR WERTVOLLE KUNDEN

Es war Anfang 2009 als Walter Lohri von einem Geschäftspartner einen Regenschirm überreicht bekam, natürlich mit dem unübersehbaren Logo des Sponsors verziert. Nicht nur Walter Lohri sammelte sie, die Badetücher, Regenschirme, Kappen, Kugelschreiber ...



Mit FLURYpromotion wird die True Gold Unit® jetzt auch den PSI Mitgliedern angeboten.

Bei den genannten Gaben handelt es sich allesamt um Incentives, die deshalb funktionieren, weil der Homo sapiens ein Sammler und Jäger ist. Hier beginnt auch die Geschichte der fine Swiss Metals AG, die nach der Gründung durch Walter Lohri im Jahre 2009 ein klares Ziel hatte: die Entwicklung eines Incentives, welches gezielt für die besonders wertvollen Kunden eines Unternehmens eingesetzt werden kann. Aus der Finanzbranche kommend, kombinierte der Firmengründer den begehrtesten Rohstoff mit

dem erfolgreichsten Kundenbindungsinstrument: Entstanden war die True Gold Unit, ein Echtgold-Zertifikat mit hohem Realwert für Kunde und ausgebendes Unternehmen. Mit dem PSI Mitglied FLURYpromotion wird dieses einzigartige Incentive und Kundenbindungsinstrument jetzt auch den PSI Mitgliedern angeboten.

FÜR „GOLD“-WERTE KUNDEN

Damit gab es einen neuen, innovativen Weg, um Kunden, Mitarbeitern und Partnern höchste Wertschätzung zukommen zu lassen: Die True Gold Unit® – ein echter klei-

ner Goldbarren, eingebettet in eine auf das jeweilige Unternehmen individualisierte Kundenkarte ist damit Kundenbindung, die sich abhebt. Die True Gold Unit® wird als edle Kundenkarte, Präsent, Gutschein oder Mitarbeiter-Incentive eingesetzt. Die Vorderseite wird individuell gemäß des Corporate Designs des Kunden gestaltet und unterstreicht ihre Einzigartigkeit – ein herausragendes Instrument zur Kundenbindung im Top-Kundensegment. Die Karte kann aber noch mehr: Die Rückseite zeigt das Echtgoldzertifikat, kombiniert mit Bar-

FRAGEN ZUM THEMA TRUE GOLD UNIT®

Wie positioniert sich die fine Swiss Metals AG in Zukunft, was ist ihre Strategie?

Ralf Grammel: Wir sind letztes Jahr in der Schweiz gestartet und verfügen bereits auch über Kunden in Übersee. Was wir jetzt erreichen möchten, ist ein engagiertes, aber realistisches Wachstum in den attraktiven Märkten. Derzeit betreuen wir den DACH-Markt von der Schweiz aus, da wird sich im Laufe des Jahres noch einiges tun. Interessant ist für uns natürlich auch der asiatische Raum, den wir seit März dieses Jahres mit einer Repräsentanz in Hongkong Schritt für Schritt erschließen. Ein weiterer wichtiger Schritt ist die exklusive Zusammenarbeit mit PSI Mitglied Reto Flury und seiner Firma FLURYpromotion als Vertriebspartner für die True Gold Unit®, exklusiv für die Mitgliedsunternehmen im PSI. FLURYpromotion ist auch der zentrale Ansprechpartner für die PSI Mitgliedsunternehmen.



Ralf Grammel

Kundenkartenprogramme gibt es viele, was macht die True Gold Unit® so besonders?

Ralf Grammel: Der Marketingberater Hermann Scherer sagt zu Recht: „Erfolg entsteht eben nicht durch das Mit-, sondern durch das Voranmarschieren“. Wenn ein Unternehmen seinen Kunden nur das bietet, was alle bieten – also Durchschnitt-, erreicht es auch nur Durchschnittliches: durchschnittliche Umsätze, durchschnittliche Kundenzufriedenheit ... Wir ermuntern unsere Kunden, ihren Kunden zu vermitteln, sich nicht mit dem Zweitbesten zufriedenzugeben, sondern nur mit dem Besten – mit Gold. Wir möchten Unternehmen dazu motivieren, mit der True Gold Unit® etwas Außergewöhnliches zu wagen und ihren Kunden klar zu sagen: Sie sind uns Gold wert.

Sprechen Sie nicht nur Luxus-Kunden an?

Ralf Grammel: Keineswegs, wir sprechen Firmen an, die den Kunden ins Zentrum ihres Erfolgs stellen und sich zudem vom Durchschnitt im Markt positiv abheben möchten. Unternehmen haben keine zweite Chance, der Wettbewerb ist extrem hart und es ist wichtig zu kommunizieren, dass man der Beste ist – bei dem wird gekauft. Insofern bieten wir natürlich auch „Luxus“. Luxus verbinde ich nicht mit „vergoldeten“ Preisen, sondern steht meines Erachtens für Produkte mit Qualität, Handwerk, Stil und das Außergewöhnliche. Wer das in seiner Marke und seinen Produkten zum Ausdruck bringen kann, steht für eine leider selten gewordene Form von Luxus. Unsere True Gold Unit® bringt genau hier diese Marken-Botschaft auf den Punkt.

zern. Die True Gold Unit® ist 100 Prozent Made in Switzerland und natürlich rechtlich geschützt. Die Gold-Raffinerie hat ihren Sitz im schönen Tessin, die PVC-Karte wird in der Schweiz produziert und in Handarbeit werden die Goldbarren vor der abschließenden Verarbeitung in die Karte eingelegt. Die Qualitäten des Thermo-Transferdrucks genügen den höchsten Anforderungen und bieten alle fotografischen und Layout-technischen Möglichkeiten. Stichwort Sicherheit: Bei dem Feingold Barren handelt es sich um einen Kinebar, ein Goldbarren auf dessen sichtbarer Rückseite ein Kinegram als Sicherheitsmerkmal eingelasert wird.

VIELSEITIGE PRODUKTPALETTE UND SERVICES

Fast ein Jahr lang dauerte die Gründung der fine Swiss Metals AG, weil hohe formale Ansprüche zu erfüllen waren. Die True Gold Unit® ist formal gesehen ein Echthgold-Zertifikat. Dadurch kann der Inhaber der Karte weltweit auf jeder Bank die Karte einlösen und erhält den Goldwert ausbezahlt. Die fine Swiss Metals AG ist der schweizerischen Finanzmarktaufsicht (Finma) unterstellt und hat die Berechtigung, diese Echthgold-Zertifikate in Form der True Gold Unit® den Unternehmen anzubieten. Mitte 2010 erhielt das Team der fine Swiss Metals AG mit Ralf Grammel als neuem CEO personelle Verstärkung. Sein Ziel und seine Aufgabe sind, die Firma und ihre Produkte auszubauen und zu internationalisieren. So werden um die True Gold Unit® noch weitere Marketing-Services angeboten und auch bei der Integration in ein Kundenbindungsprogramm (CRM) stehen die Experten von der FLURYpromotion und der fine Swiss Metals AG bereit. <

code und Datamatrix-Code für den Einsatz in Kassen- und Zutrittssystemen. Wird der Datamatrix-Code mit dem Handy gescannt, wird der Karteninhaber mit der Website des jeweiligen Unternehmens verlinkt. Dank modernster Online-Funktionen verbindet die True Gold Unit die Kunden mit deren Unternehmen und macht sie zu „gold“-werten Markenfreunden. Den kreativen Einsatzmöglichkeiten sind keine Grenzen gesetzt: ob als Kundenbindungsprogramm, Mitarbeiter-Bonus, Produkt-Werbung, Part-

ner-Geschenk oder Wettbewerbsgewinn, ob für Events, als VIP-Cards, im Sponsoring, für Zutrittssysteme oder zum Handel mit eigenen Karten. Und interessant für internationale Unternehmen: Die Karte begeistert unabhängig von Geschlecht, Religion und ist international einsatzfähig.

100 PROZENT MADE IN SWITZERLAND

Ein neues werthaltiges und beeindruckendes Incentive für Kunden und Mitarbeiter anzubieten, war die Idee der fine Swiss Metals AG mit Sitz im Schweizer Kanton Lu-

FLURY PROMOTION

Sumpfstraße 26

CH-6301 Zug

Tel. +41 41 5446131

Fax +41 41 5446131

info@flurypromotion.ch

www.flurypromotion.ch



Mit der Seminar-Allianz zum nachhaltigen Messeerfolg

Was macht moderne Messeplanung aus? Wie beeinflusst Social Media Messemarketing? Welche Trends setzen sich im Standbau durch? Wie können Aussteller ihren Erfolg noch besser kontrollieren? Diese und weitere Fragen beantworten Ihnen unsere Experten im Rahmen von Seminaren in ganz Deutschland.

Seminarangebot 2011:

- **Professionelle Messeplanung**
Steigern Sie Ihren Messe-Erfolg durch professionelle Planung und Durchführung!
- **Erfolgskontrolle Messe**
So bekommen Sie die Kosten und Ihr Return on Messe-Investment in den Griff!
- **Crashkurs: Standbau und -design**
Lösen Sie den Spagat zwischen Design, Kreativität und Kostendruck!
- **Messe als Marketing- und Vertriebsinstrument**
Anders als die anderen: So nutzen Sie das Instrument Messe erfolgreich!
- **Presse- und Medienarbeit zur Messe**
Lernen Sie die Werkzeuge der professionellen Pressearbeit kennen!
- **Das professionelle Messegespräch**
Gehen Sie bei der Besucher-Ansprache methodisch und konsequent vor!

Das gesamte Seminarangebot finden Sie zum Download unter:
www.psi-network.de/Seminar_Allianz



JANSEN VERKAUFSFÖRDERUNG – HAUSMESSE 2011

„PROMOTION POWER“ IN MÜLHEIM

Am 3. Mai luden die Werbeartikelprofis der Jansen Verkaufsförderung zur traditionellen Hausmesse in ihren Showroom am Firmensitz in Mülheim ein. Getreu dem Motto der Veranstaltung wurde den Gästen jede Menge „Promotion Power“ und damit auch „viele Wege zum Erfolg“ geboten.

Im Mittelpunkt der Präsentation stand die neue Kollektion des Fullservice-Dienstleisters – und damit auch „Werbeartikel zum Anfassen“ in erlesener Fülle. Für diese ganz spezielle Auslese sorgten die 15 Aussteller, deren Stände-Parcours den Showroom des Unternehmens mit Sitz im Mülheimer Rhein-Ruhr-Hafen einnahm. Ab 10 Uhr war „angerichtet“ für einen abwechslungsreichen Rundgang durch die neuen, „handfesten“ Werbeideen der Saison. „Inspirationen wecken – Freude bereiten – ein Lächeln schenken“ – was im aktuellen, 360 starken Jansen-Katalog versprochen wird, hier war es buchstäblich greifbar.



Brahim Haimami vom Jansen-Team versah Notizbücher mit individuellen Prägungen für die Gäste.

STIMMIGE AUSWAHL

Heiner Jansen und Sohn Torsten, die beiden Geschäftsführer, hatten auch diesmal eine stimmige Auswahl für ihre Kunden zusammengestellt. Die anwesenden Lieferantenteams mit ihren Neuheiten – verbunden mit speziellen Angeboten wie Messeaktionspreisen auf bestimmte Artikel sowie die Demonstrationen der hauseigenen Druck- und Prägemaschinen für die Umsetzung kurzfristiger Aufträge oder des Folientransfers auf Textilien – vermittelten ein lebendiges Bild von den Kompetenzen des Werbeartikelspezialisten. Die umfangreichen Services des Jansen-Teams umfassen Beratung, Ideenfindung, Konzeption, Designentwicklung, Konfektionierung, Verpackung, Lagerung und Versand.

FAMILIÄRER STIL

Auch diesmal stieß der ausgewogene Mix dieser klassischen Hausmesse bei den Kunden auf großen wie rundweg positiven Anklang. „Es ist dies eine Messetradition, die wir beibehalten wollen. In den ‚eigenen vier Wänden‘ entwickeln sich unserer Einschätzung nach gute geschäftliche Partnerschaften am besten. Der ungezwungene, ja familiäre Stil, den wir hier pflegen, ist der Nährboden für nachhaltige persönliche Kontakte zu unseren Kunden“, so Torsten Jansen.

www.werbeartikel-jansen.de



Das Angebot der 15 Aussteller spiegelte das abwechslungsreiche Spektrum neuester Werbehighlights treffend wider.

TORSTEN JANSEN IM GESPRÄCH

Wie war Ihr Eindruck von Ihrer diesjährigen Hausmesse?

Wir sind mit dem Messeverlauf sehr zufrieden. Über die zehn Stunden der Präsentation verteilt waren die Stände meist sehr gut besucht. Am Ende des Tages hatten wir 170 Gäste gezählt.

Können Sie Produkttrends für dieses (Früh-)Jahr erkennen?

Ein Schwerpunkt der Nachfrage liegt unserer Erfahrung nach auf Promotiontextilien und klassischen Streuartikeln.

Wie schätzen Sie die derzeitige Lage des Werbeartikelmarktes ein?

Markt und Branche befinden sich deutlich im Aufwärtstrend, aber noch lange nicht am Ziel.

Wie ist die Stimmung auf Seiten der Industriekunden?

Die Stimmung unserer Kunden ist sehr interessiert, aber „noch“ zurückhaltend.

Haben Sie mit Ihrem Unternehmen konkrete Pläne oder Ideen, die Sie in diesem Jahr oder künftig umsetzen möchten?

Wir sind klar auf Wachstum ausgerichtet und haben deshalb noch verschiedenste Aktivitäten, wie zum Beispiel Newsletter-Aktionen und weitere Kundenevents, für 2011 geplant.



Torsten Jansen



WOLF RÜDIGER

DER BALLKÜNSTLER

Vom Koch über Manager zum Unternehmer – die spannende Karriere des Wolf Rüdiger zeigt, dass der Münchner im Leben immer wieder neue Chancen erkannt und wahrgenommen hat. Mit seinem Unternehmen Albene, das in diesem Jahr 20-jähriges Bestehen feiert, hat er sich als Hersteller und Importeur von handgenähten Lederbällen, Sport- und Werbeartikeln einen Namen gemacht.

Wir treffen Wolf Rüdiger in den Firmenräumen von Albene, in einem repräsentativen Gebäude direkt hinter dem Prinzregententheater in Münchens Innenstadt. Man tritt durch die Tür des ehemaligen Ladengeschäftes und schon ist man mittendrin in der Firma. Lebendig, offen, unkompliziert und freundlich wirkt das alles und so begegnet uns auch der Firmenchef. Er fühlt sich wohl in diesen Räumen, in denen er die Firma in den letzten 20 Jahren aufgebaut hat, und deswegen hat er noch nie einen Umzug erwogen, etwa um sich zu vergrößern. „Ich bin ein positiver Mensch und mit dem Erreichten auch

zufrieden: Die Firma läuft, die Familie ist gesund. Ich muss nicht von allem immer mehr haben, das Risiko lohnt sich nicht. Wir hier in Europa jammern auf sehr hohem Niveau.“ Das wird ihm immer bewusst, wenn er in Pakistan bei seinen Produzenten ist und sich im Land umschaute. „Sicher haben wir als kleines Unternehmen auch Höhen und Tiefen erlebt, aber das sind in meinen Augen keine wirklichen Probleme.“ Diese kritische und gleichmaßen menschliche Einstellung haben wir von Unternehmern eher selten gehört. Sie spiegelt die Erfahrungen wider, die Wolf Rüdiger in seiner Laufbahn gesammelt hat,

die ihn von Bayern in die Schweiz und dann bis nach Südafrika führte: „Man sollte sich öfter fragen, was wirklich gebraucht wird, sei es im Persönlichen oder am Markt. Weder die Gier nach Besitz noch nach Neuheiten bringt uns wirklich weiter. Sie macht unzufrieden und bringt Produkte hervor, die wir nicht brauchen, die aber dennoch Ressourcen verschwenden.“

VOM KOCH ZUM MANAGER

Eigentlich wollte der gebürtige Münchner nach dem Abitur Hotelmanager werden. Um ein solides Fundament dafür zu legen, riet man ihm, vor einem Studium zunächst eine Kochlehre zu absolvieren. Dies tat er in einem

renommierten Hotel in Bad Reichenhall. Eine gute Erfahrung, obwohl es eine harte Zeit war. Doch auch sie hatte ihr Gutes, vor allem hat sie ihm eines seiner heutigen Hobbys, das Kochen, beschert, das er neben dem Segeln mit viel Freude pflegt. Kaum hatte er begonnen, seine Kenntnisse in der Gastronomie von St. Moritz zu vertiefen, kloppte die Bundeswehr an. Auch diese Zeit hat er genutzt und sich weitergebildet. Danach packte er „mit Elan und Vollgas“ ein BWL-Studium an, das er in kürzester Zeit absolvierte. Der Beruf des Hotelmanagers war inzwischen uninteressant geworden, und wie es in jungen Jahren so ist, trat ein anderes Ziel an seine Stelle, und das hieß nun: Erfahrungen im Ausland sammeln. Es tat sich spontan eine Möglichkeit auf, der er nicht widerstehen konnte: Er reiste mit einem Kommilitonen, der dort Kontakte hatte, nach Namibia und Südafrika. Dadurch ergab sich die ebenso unerwartete wie interessante Chance, seine bisherigen Kenntnisse zu verbinden und in der Praxis anzuwenden, und zwar in Kapstadt.

ERFAHRUNGEN IN KAPSTADT

Also trat Wolf Rüdiger seinen ersten Job in Südafrika an, damals noch zu Zeiten der Apartheid mit ihren ganz spezifischen Anforderungen und Schwierigkeiten. Als Food- und Beverage-Manager bei einem großen Catering-Unternehmen, das viele Institutionen, darunter auch die Universität von Kapstadt, belieferte und eigene Clubs unterhielt. Das war eine Aufgabe, die ihn for-

derte und die ihm gefiel. Also löste seine heutige Frau, damals noch bei einer Food-Zeitschrift tätig, die gemeinsame Wohnung in Deutschland auf und das Paar zog ans Kap, wo es sich rasch einlebte. 1988 wurde die politische Situation in Südafrika instabiler und im europäischen Freundeskreis herrschte die Überzeugung, dass man nach zwei Jahren den Absprung nach Europa nicht mehr schaffen würde. Dies gab auch Wolf Rüdiger zu denken und so orientierte er sich wieder Richtung Heimat. Bald darauf nahm er das Angebot an, in Deutschland die Geschäftsführung eines Catering-Unternehmens mit rund 120 Mitarbeitern zu übernehmen. Nach vier Jahren erfolgreicher Geschäftsleitung wollte er sich an dem Unternehmen beteiligen, an dessen Zukunft er glaubte, doch der Inhaber war nicht bereit, Anteile abzugeben. Daraufhin traf er die Entscheidung: „Ich kehre der Catering-Branche den Rücken und mache mich selbstständig.“ Klar war auch, dass seine Firma überschaubar bleiben sollte, denn er wollte seine Zeit fürs operative Geschäft nutzen, anstatt wie bisher zu viel Energie in Organisation und Administration stecken zu müssen. Sein Vorbild dafür war ein amerikanischer Geschäftsmann, der ihm während seiner Lehrzeit im Hotel begegnet war.

SPEZIALIST IN LEDERBÄLLEN

Beim Schritt ins eigene Business half ihm ein Kontakt, den ein früherer Kommilitone nach Indien und Pakistan hatte, und so

begann er 1991 mit dem Import von Lederkleidung aus New Delhi und Madras, später aus Karachi und Lahore. Er lernte verschiedene Produzenten und den Markt für Ledermode kennen. Ein Jahr später führten ihn die Geschäfte nach Sialkot, der „Welthauptstadt der Ballmacher“, wie „Der Spiegel“ 2010 schrieb. In der pakistanischen Stadt hat die Herstellung handgenähter Lederbälle Tradition: Die Engländer hatten dieses Handwerk in den 1920er-Jahren eingeführt und Fabriken gegründet, die bis heute Bälle für den Profisport produzieren. 1993 erweiterte der Münchner sein Angebot um Lederhandschuhe sowie hochwertige, handgearbeitete Bälle für alle Profisportarten sowie die Freizeit. Dies ist auch heute die Basis des Leistungsspektrums von Albene, das seither eine stetig wachsende Kompetenz in Sachen handgenähte Bälle, Handschuhe und Werbeartikel aufgebaut hat. In den ersten Jahren verkaufte er die Bälle international ab Lager über Handelsvertreter, teilweise auch unter einer eigenen Marke. Eine erste Homepage war bereits 1997 online. Heute wird nur noch auftragsbezogen produziert.

PERSÖNLICHE KUNDENBETREUUNG

Der erste große Kunde war DF 1, und im Umfeld dieser Aufträge hat sich Wolf Rüdiger erstmals intensiv mit Werbeartikeln beschäftigt. Im Zuge dessen hat er den Werbeartikelmarkt als interessanten Vertriebsweg für Bälle und andere Sportartikel erkannt. 1997 war Albene erstmals Aus-



WOLF RÜDIGER IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Packen wir es an. Es gibt viel zu tun.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn ich mit mir zufrieden bin.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Wenn ich mit meinem Segelboot bei fünf Beaufort ins Gleiten komme.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Ignoranz.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Italienisches Essen am späten Abend.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

In meinem Italienischkurs.

Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?

In die Südsee zum Segeln.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für meinen Vespa-Roller.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Ja.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn er eine Funktion hat und nützlich ist.

Der beste, den Sie je bekommen haben?

Einen Wecker, der mit bayrischer Marschmusik weckt.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Wenn man für Schrott viel Geld bezahlt.

steller auf der PSI Messe, und seither ist das Unternehmen jedes Jahr in Düsseldorf dabei. „Die PSI ist wichtig für uns, denn sie gibt uns die Chance, unsere Kundenkontakte persönlich zu pflegen und Kontinuität am Markt zu zeigen. Auch für Neukontakte ist die Messe nützlich, gerade weil ein kleines Unternehmen wie wir nicht so viel werben und akquirieren kann. Insgesamt lohnt sich die Investition in den Messeauftritt.“ Klein und flexibel soll Albene auch bleiben, denn das sichert die Leistungsfähigkeit, Servicekompetenz und Unabhängigkeit. „Heute betreue ich meine Kunden persönlich, und zwar große und kleine gleichermaßen. Wenn jemand nur 50 Bälle benötigt, wird er genauso gut beraten und bedient wie ein Großkunde.“ Das Experiment Full Service mit großem Lager hat er nach drei Jahren beendet, denn der ganze Aufwand hat sich nicht in der erwarteten Weise bezahlt gemacht. „Eine gute Entscheidung“, sagt er heute. Während er in jungen Jahren gerne seine Grenzen auslotete nach dem Motto: „Was kann ich, wie gut bin ich?“, hat er mit den Jahren gelernt, zu genießen, was er schon geschafft hat und das Erreichte zu sichern.

BERATUNG UND INFORMATION IM FOKUS

Diese Haltung spiegelt sich auch im Umgang mit dem Kunden wider. Der kann sich absolut sicher sein, dass er kompetent beraten wird. Deswegen wird er zuerst gefragt: „Was brauchen Sie? Für welchen Zweck und welche Zielgruppe? Was wollen Sie mit Ihrer Aktion – oder Ähnlichem – erreichen? Welches Budget steht zur Verfügung? Wie viel Zeit haben wir?“ Kern der Beratung ist es herauszufinden, was der Kunde wirklich braucht und was für ihn Sinn macht. Davor steht natürlich die detaillierte Information über die Produkte und ihre Individualisierungsmöglichkeiten. „Die Händler fragen immer wieder Lederbälle bei uns an. Tatsächlich meinen sie aber handgenähte Bälle, denn echtes Leder wird seit 1982 bei Match-Fußbällen gar nicht mehr eingesetzt. Bälle bestehen heute überwiegend aus Polyvinyl oder Polyurethan und werden mit flüssigem Latex, Baumwolle und Polyester laminiert. Echtes Leder wird meist nur im ‚Retro‘-Bereich eingesetzt oder für Kunden, die auf echtem Leder bestehen. Dafür wird ein günstiges Spaltleder, meist von minderer Qualität, aber vollflächig bedruckt, angeboten.“ Oberste Maxime von Albene: Der Kunde soll zufrieden sein und wiederkommen. Dazu gehört auch absolute Zuverlässigkeit genauso wie die Information, dass man manchmal etwas nicht anbieten kann. Diese Ehrlichkeit wird von Kunden sehr geschätzt. Zum Schluss noch ein Zitat von Wolf Rüdiger, das von großer Weitsicht zeugt: „Überhaupt meine ich, der Werbeartikelmarkt ist groß genug für alle und ein wenig mehr miteinander würde das Geschäft menschlicher machen und allen mehr Spaß bereiten.“



Seit 25 Jahren gemeinsam für den Werbeartikel

Mit vielen Vorteilen von A bis Z

Q wie Qualifizierung

Mit dem Studiengang zum
Werbeartikel-Berater
mit IHK-Zertifikat bietet
der bwg seinen Mitgliedern
und der Branche
eine qualifizierte
Weiterbildungs-Maßnahme
zur Erhöhung der
Wettbewerbs-Chancen



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

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



WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



OFFICE IM IPHONE

Benutzer der CDH-Software haben jetzt die Möglichkeit, auch unterwegs mobil per iPhone auf ihre Datenbestände zuzugreifen. Kunden- und Lieferantenstammdaten können über eine neue iPhone App, die über den AppStore bezogen werden kann, diese Daten verwalten. Besonders interessant ist dabei auch die Möglichkeit, alle anstehenden Aktualisierungen so einzurichten, dass diese über Nacht vollautomatisch durchgeführt werden. Ein speziell entwickeltes CDH-Tool erzeugt die Adressen und verschiebt sie vollautomatisch auf einen geschützten Internetplatz.

43811 • CDH Computer Division Heinemann GmbH • Tel +49 2195 68470
info@cdh.info • www.cdh.info

OUTDOOR SICHER PLANEN

Wenn in diesen Tagen die Wetterverhältnisse wieder ausgiebige Outdoor-Aktivitäten zulassen, ist eine verlässliche Wettervorhersage Voraussetzung für das Gelingen. Dabei hilft die WD-Serie von Technoline insbesondere im Werbemittelbereich. Die kompakte Wetterstation WD 4005 gibt es in zwei Farbvarianten in Weiß oder glänzendem Braunmetallic. Sie bietet besonders viel Raum für Werbeanbringungen und interessante Zusatzfunktionen. Neben einer herkömmlichen Funkuhr sowie der Datums- und Temperaturanzeige ist eine professionelle Wettervorhersage für vier Tage integriert. So wird die Planung von Aktionen im Freien gesichert möglich.

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



WERBEN MIT WÜRZE

Mit den neuen Gewürz-Packs von emotion factory kommt jetzt auch Würze und Schärfe in die werbliche Kommunikation, verspricht der Anbieter. Die transparenten Tüten sind wahlweise mit fünf Gramm getrockneten Chilischoten, zehn Gramm Pfefferkörnern oder 20 Gramm grobem Meersalz befüllbar. Die individuelle Werbebotschaft findet Platz auf einer komplett nach eigenen Vorstellungen bedruckbaren Werbekarte, die oben an der transparenten Tüte befestigt wird. Das Bedrucken der Karte erfolgt im Digitaldruck in 4c nach Euroskala.

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



HELFENDE HAND

Mit einer helfenden Hand – für seine Kunden – im wahrsten Sinne des Wortes wartet High Profile in diesem Frühjahr auf. Das auf die Produktion und Individualisierung hochwertiger Plastik-Werbeprodukte spezialisierte Unternehmen stellte schon zur PSI Messe in Düsseldorf seine aktuelle Neuheit, einen Flaschenöffner in Form einer Hand, vor. Diese ausgefallene Form des Kapselhebers lässt sich naturgemäß mit emotional besonders positiven Claims publizieren. Die öffnende Hand ist in fünf Grundfarben erhältlich und kann individuell in bis zu vier Farben bedruckt werden. Optional ist auch die Anbringung eines Schlüsselringes möglich, damit der Öffner auch wirklich immer als helfende Hand zur Stelle sein kann.

48183 • High Profile Plastic Parts Ltd. • Tel +44 1295 267966
celia@high-profile.co.uk • www.high-profile.co.uk

FRISCHE FÜR HEISSE TAGE

Eine willkommene Erfrischung an heißen Tagen bietet das neue merchandIce von Pearl Secco. Der Food-&-Beverage-Spezialist hat sein Sortiment um einen 120-Milliliter-Eiscup erweitert. Das handgefertigte Speiseeis wird mit ausgewählten Zutaten und Milch von Kühen aus der heimischen Region hergestellt. Eine Werbeanbringung ist per Sticker auf dem Deckel des Cups möglich und bereits ab 1000 Stück können Kunden ihren Empfängern eigenes Eis in den handelsüblichen Standardeisorten anbieten. Ab einer Menge von 5000 Stück ist sogar die Produktion individueller Sorten nach Kundenwunsch möglich. Die Anlieferung erfolgt per Kühltransport, alternative Bechergrößen bietet der Hersteller ebenfalls an.

47618 • Pearl Secco GmbH • Tel +49 40 28004594
info@pearl-drinks.com • www.pearl-drinks.com



SPORTLICHE FRUCHTGUMMIS

Für sportliche Kunden hat Kalfany Süße Werbung die original Jogger Gums ins Sortiment aufgenommen. Die kleinen, sportschuhförmigen Fruchtgummis mit 20 Prozent Traubenzucker und Fruchtsaft sorgen für Elan beim Empfänger und dokumentieren den eigenen Sportsgeist. Die Spezialitäten aus dem Hause Katjes gibt es in den Farben Gelb und Orange. Damit auch die Lakritze-Fans sportlich nicht zu kurz kommen, werden jetzt auch die Jogger Gums in einer Lakritz-Version angeboten. Weichlakritze in Schuhform mit 20 Prozent Traubenzucker in der Sohle sind ein sportliches Leckerchen nicht nur für Jogger. Beide Sorten gibt es alternativ in klaren Tütchen oder in weißer Glanzfolie.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH • Tel +49 7643 - 8010
info@kalfany-suesse-werbung.de • www.kalfany-suesse-werbung.de





BUNTES LEBEN AM SCHREIBTISCH

Farbiervielfalt und Design machen die Stärken des neuen Drehkugelschreibers Verve von Senator aus. Das Schreibgerät aus Kunststoff gibt es in der Clear-Version mit transparentem Gehäuse und einem opaken Einklippteil oder einer Basic-Metallic-Version, bei der der Clip metallisiert wird. Für Werbeanbringungen bieten sowohl der Schaft als auch der elegant geschwungene Clip und das Einklippteil reichlich Platz. Die enthaltene Qualitäts-Großraummine sorgt zudem dafür, dass der Verve nicht nur durch seine optische Erscheinung, sondern auch durch seinen Schreibkomfort punkten kann.

41838 • Senator GmbH & Co. KGaA • Tel +49 6162 8010

info@senatorpromotion.com • www.senatorpromotion.com

FROSTIGER BLICKFANG

Die schlichte, gradlinige Form des neuen Bechermodells Frozen von Spot macht den Glasbecher schon für sich zu einem optischen Highlight. Das Tüpfelchen auf dem „i“ bringt jedoch die hochwertige, satinierte Oberfläche des Glases, die dem Becher erst sein frostiges Outfit verleiht. Gerade diese Oberfläche ist es dann auch, die den perfekten Untergrund für individuelle Werbebotschaften liefert. Diese kommen hier großflächig zur Geltung. Verbunden mit der angenehmen Haptik des Bechers entsteht ein Gesamtbild, das für jeden Konferenztisch eine Bereicherung sein kann. Neben den Neuheiten bietet Spot standardmäßig zahlreiche weitere Tassenmodelle in verschiedenen Farben, Formen und Veredelungstechniken an.

44641 • Spot GmbH • Tel +49 5222 628242

info@spot-online.com • www.spot-online.com



PERFEKTER LOOK ZUM EVENT

Bei der Ausrichtung von Events und Messen sind der Fantasie fast keine Grenzen gesetzt. Mit ihren umfangreichen Kollektionen bieten die Daiber-Eigenmarken Myrtle Beach und James & Nicholson das passende Outfit für jedes Konzept. Vom gediegenen Abend in nobler Atmosphäre über das Outdoor-Event und die Sportveranstaltung bis hin zum Messeauftritt ist an jede Alters- und Zielgruppe gedacht. Dabei reicht die Bandbreite der Kollektionen von der funktionellen Underwear über hochwertige Soft-shell-Jackets bis hin zu schicken Hemden, modischen Schals, der passenden Kopfbedeckung und anderen Accessoires. Zusätzlich berät das Daiber-Team auch umfassend zu den Möglichkeiten einer individuellen Veredelung der Teile.

42819 • Gustav Daiber GmbH • Tel +49 7432 70160

info@daiber.de • www.daiber.de



Unendliche Möglichkeiten!

Studien belegen, dass Werbespielkarten wesentlich länger genutzt werden, als andere Werbemittel. So landen Sie garantiert bei Ihrer Zielgruppe!

www.werbespielkarten.de

Spielkartenfabrik Altenburg GmbH
Leipziger Straße 7 · 04600 Altenburg

Customer Service: 03447 582-126
Promotions & Konzepte: 03447 582-145



HI-TECH MEETS GOLF FASHION



- Atmungsaktiv
- Temperatenausgleichend
- Hautverträglich
- Antiallergisch
- Maßgeschneiderte Pakete für Ihren Auftritt



brecht®
PROFASHION

Infos unter **Telefon 07252/79 00** oder unter www.brecht-profashion.de
brecht GmbH | Alte Wilhelmstr. 17 | 75015 Bretten | info@brecht-profashion.de

GRÜNE ENGEL FÜR DEN SCHREIBTISCH



Ökoduett
Art.-Nr. 8102-2

... NACHHALTIG!



Ökopill
Art.-Nr. 8103-2

... INNOVATIV!



Öko-Lilie
Artikel-Nr. 8101-2



Öko-Tulpe
Artikel-Nr. 8104-2



Ökogreen
Artikel-Nr. 8101-2

... SYMPATHISCH!

100 % biologisch abbaubar

selter

wirkt ...

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



HÄUSLEBAUERS INFOCENTER

Für jeden, der Häuser verkauft, baut, renoviert oder beim Umzug hilft, ist das neue Thermometer Reflects-Leamington von LM Accessoires ein sicher willkommener Werbeträger. Auf dem Dach des Häuschens ist viel Platz für die wirkungsvolle Anbringung des eigenen Logos oder anderer Werbeaussagen. Das großzügige Display gibt übersichtlich Auskunft über die aktuelle Temperatur und verfügt zudem über eine Minimum Maximum-Anzeige. Das Thermometer lässt sich sowohl innen als auch außen an der Fensterscheibe anbringen. Durch einfaches Drehen des Dachaufsatzes wird der Saugnapf zur Befestigung angepasst.

42487 • LM Accessoires GmbH • Tel +49 2234 99000

info@lm-accessoires.com • www.lm-accessoires.com

SCHNELL MAL KLATSCHEN

Die aktuelle Produktlinie bei den Klatschstangen von Pins & mehr ist aufgrund gestiegener Nachfrage nach besonders schnellen Lieferzeiten jetzt um das Modell Flexo erweitert worden, teilt das Unternehmen mit. Nun ist es auch möglich, Kundenwünsche mit Auflagen von bis zu 100 000 Stück in nur drei Wochen zu erfüllen. Die aus weißem Polyethylen bestehenden Klatschstangen werden im Flexodruckverfahren bedruckt. Besonders geeignet sind dabei einfache Motive mit maximal zwei bis drei Farben pro Seite. Das Modell Flexo entspricht den aktuellen gesetzlichen Vorgaben und wurde von der Dekra zertifiziert.

46925 • Pins & mehr GmbH & Co. KG • Tel +49 8233 793120

info@pinsundmehr.de • www.pinsundmehr.de



DAS AUGE TRINKT MIT

Wie von Reif überzogen wirkt das neue Trinkglas Juicy von Senator. Bei diesem Glas wird etwa 70 Prozent der Oberfläche durch ein spezielles Verfahren hochwertig satiniert. Der obere Teil des Glases bleibt klar, wodurch ein effektvoller, aber dennoch harmonischer Kontrast entsteht, der direkt alle Blicke auf sich lenkt. Das neue Modell fasst 0,25 Liter und eignet sich für alle kalten Getränke. Dank seiner klassischen zylindrischen Form sind auf dem teilgefrosteten Glas eindruckvolle Werbeanbringungen sowohl durch Transfer- als auch durch Direktdruck möglich. In Verbindung mit dem Glossy-Impression-Verfahren erscheint das Motiv auf der matten, satinierten Oberfläche in transparenter Optik.

41838 • Senator GmbH & Co. KGaA • Tel +49 6162 8010

info@senatorpromotion.com • www.senatorpromotion.com

ENERGIE-KICK UNTERWEGS

Wer die ganzheitliche Wirkung von Duft- und Aroma-Arrangements auf Psyche, Körper und Geist kennt, wird die neuen Aroma-Roll-Ons von Sanders Imagetools nicht mehr missen wollen. Der Aroma-Roll-On Cool Mind verleiht mit Pfefferminze, Eukalyptus und Minzöl einen wohligen Energiekick und beruhigt bei Kopf- und Migräneschmerzen. Wenn Stress und Hektik die Stimmung trüben, ist der Griff zum Aroma Roll-On Feel Good die richtige Wahl. Hier gibt eine Kombination aus Orangen-, Nelken-, Eukalyptus-, Limetten- und Lavendelöl innere Ruhe und Ausgeglichenheit. Die handlichen Roll-Ons lassen sich sowohl daheim und im Büro als auch unterwegs auf Reisen effektiv anwenden.

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



-Anzeige-



WWW.MAHLWERCK.DE

WIR WOLLEN GAR NICHT VON OBERFLÄCHEN SPRECHEN.

MEHR VON GEFÜHL.

Gänzend oder matt. Das sieht nicht nur anders aus, es fühlt sich auch anders an. **Ganz neu:** das **nanosamtige Velvety** macht Porzellan zu einer sinnlichen Erfahrung. Mehr dazu unter mahlwerck.de/gefuehl



Form

151

HYDROGLASUR

RECHTS VEREDELT MIT VELVETY



MAHLWERCK®
Porzellan

WERBEPORZELLAN
HIGH QUALITY

Magazinkatalog Download: mahlwerck.de/magalog

Wir senden Ihnen auch gerne Ihr persönliches Magalog-Exemplar zu!

Vertrieb über den qualifizierten Werbeartikel-Fachhandel

Die besondere Verpackung für besondere Gelegenheiten!



Produziert im **Erzgebirge** -
in der **Welt** zu Hause!



NESTLÉ
FEINKARTONAGEN

Gewerbegebiet an der B 95 Nr. 14, 09427 Ehrenfriedersdorf Tel.: +49 (0)37341/1891-0 eMail: info@nestler-gmbh.de Web: www.nestler-gmbh.de



ENTSPANNTER HÖRGENUSS

Bequem und entspannt zurücklehnen und Musik pur genießen: Das bietet das neue elastische Nackenkissen mit integrierten Kopfhörern von micx media. Die symmetrisch angeordneten Lautsprecher garantieren ungestörten Hörgenuss ohne störende Nebeneffekte zum Nachbarn. Das Nackenkissen selbst besteht aus schmutzabweisendem Obermaterial und ist mit einer hochwertigen synthetischen Füllung gepolstert. Es kann an alle gängigen Geräte wie iPhone, iPod, MP3-Player, Smartphones und viele andere angeschlossen werden. Mit zum Lieferumfang gehört ein Flugzeug-sitz-Adapter. Ein 160 Zentimeter langes Kabel macht zudem unabhängig. Die Bestickung des Nackenkissens mit Logo oder Werbebotschaft ist möglich.

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

EMOTIONEN SÄEN

Samentütchen in komplett individualisierter Werbegestaltung finden als Give-away oder Mailingverstärker gerade im Frühling große Beachtung beim Empfänger. Grund genug für die emotion factory, auf das im wahrsten Sinne bunte und emotionsgeladene Angebot speziell für die Frühlingsaussaat hinzuweisen. Die Samentütchen lassen sich je nach Kundenwunsch mit Sonnenblumen, Gartenkresse, einer Kräutermischung, Vergissmeinnicht oder vielen anderen Samensorten bestücken und individuell gestalten. Sie sind in zwei Größen verfügbar und schaffen schon beim Eintreffen einen Sympathiebonus beim Empfänger. Werbebotschaft und Erinnerung an den Absender bleiben so während der gesamten Wachstumszeit bestehen.

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



SCHATTENSPENDER ALS WERBETRÄGER

Wer sein Auto in der prallen Sonne parken muss, erlebt bei der Rückkehr immer das gleiche Problem: Der Innenraum ist unerträglich heiß und am Armaturenbrett kann man sich die Finger verbrennen. Gut ist dagegen der dran, der einen praktischen Schattenspender hinter der Windschutzscheibe anbringen kann. Die Firma SMS Marketing Service Unternehmenszweig SMS „specials mit schliff“ aus Papier, Karton und Folie hat sich auf die Lieferung und Personalisierung von PKW-Sonnenblenden mit praktischem Steckverschluss spezialisiert. Die riesige Werbefläche ist geradezu prädestiniert, eine Botschaft mobil zu verbreiten. Außerdem ist die Sonnenblende auch noch recyclingfähig.

11753 • SMS Marketing Service • Tel +49 8272 9934353
psi@sms-marketing-service.de • www.sms-marketing-service.de

Jetzt anmelden!

Jetzt bewerben und 2012 zu den Gewinnern zählen!

Der **PSI – Campaign of the Year** Award prämiert den erfolgreichen Einsatz eines Werbeartikels im Rahmen einer Kampagne.

Reichen auch Sie Ihre Kampagne(n) ein!!
Alle Nominierten erhalten im Rahmen der PSI 2012 eine **umfassende Präsentationsmöglichkeit** zur Vorstellung ihrer Kampagne.



Alle Informationen zur Anmeldung finden Sie auf unserer Website unter **www.psi-network.de/award**.
Der **Anmeldeschluss** ist der **01. September 2011** (Datum des Poststempels bzw. Eingang der Unterlagen per E-Mail).

Wir sind gespannt auf Ihre Kampagnen und freuen uns, Ihr Unternehmen zu den Teilnehmern der **PSI – Campaign of the Year** zu zählen!



Ihr Kontakt:



PSI NL der Reed Exhibitions Deutschland GmbH | Völklinger Straße 4 | 40219 Düsseldorf | GERMANY
Eva-Maria Geef | Tel.: +49 (0) 211-90 19 12 90 | Email: EvaMaria.Geef@reedexpo.de | www.psi-network.de/award



PSI PROFESSIONAL MITGLIEDSCHAFT

DAS NETZWERK IN VOLLEM UMFANG NUTZEN



Mehr Leistung, mehr Professionalität – das bietet die Professional Mitgliedschaft des PSI. Der Name des modernen Mitgliedschaftspakets ist Programm. Professional – gemacht von Profis für Profis. Langjährige Erfahrung und das Wissen um die Anforderungen in der Branche sind in das Paket und seine umfangreichen Leistungen eingeflossen. Die Mitgliedschaft liefert Services, die den Geschäftserfolg der Branchenmitglieder gezielt vorantreiben. So profitieren Hersteller und Händler unter anderem von vertriebsorientierten Online Lösungen, geprüften Bezugsquellen, branchenspezifischen Beratungsdienstleistungen sowie topaktuellen News und Hintergrundinformationen. Überzeugen Sie sich selbst von den Leistungen der PSI Professional Mitgliedschaft.

Nähere Informationen zur PSI Professional Mitgliedschaft erhalten sie unter sales@psi-network.de oder Tel: +49 (0) 211 90191 600.

	PROFESSIONAL MITGLIEDSCHAFT FÜR HERSTELLER: LEISTUNGEN	PROFESSIONAL MITGLIEDSCHAFT FÜR HÄNDLER: LEISTUNGEN
Sourcing	Vermarktung der Produkte durch Produktnachweis	Persönliche Produktrecherche
	Produktpräsentation im Product Finder	Produktsuche im Product Finder
	Distributor Finder	Supplier Finder 2x jährlich
	Grundeintrag Supplier Finder	Grundeintrag Distributor Finder
	Produkt-Upload Product Finder	Produktnewsletter
Business	Overstock Auctions	Overstock Auctions
	PSI Showroom	PSI Showroom
	Adressbrokering (gegen Aufpreis)	vLogo – Virtuelle Produkthanbringung
	PSI Konzernmitgliedschaft für Tochterunternehmen (vergünstigt)	PSI Konzernmitgliedschaft für Tochterunternehmen (vergünstigt)
	Sonderkonditionen bei PSI Servicepartner	Sonderkonditionen bei PSI Servicepartner
	Nutzung PSI Logo auf Visitenkarte, Homepage, Briefpapier, E-Mail-Signatur	Nutzung PSI Logo auf Visitenkarte, Homepage, Briefpapier, E-Mail-Signatur
	Ihr Logo in der Firmendatenbank auf www.psi-network.de	Ihr Logo in der Firmendatenbank auf www.psi-network.de
	Banner-Werbung (gegen Aufpreis)	Präsentationstool im Product Finder
	TopAds – Premium-Listung der Produkte (gegen Aufpreis)	
	Anzeigenschaltung im Journal (gegen Aufpreis)	
	1/4 Seite s/w im PSI Journal (einmalig)	
	Marketingleistungen für Messeauftritt (gegen Aufpreis)	
	3D-Produktvisualisierung (gegen Aufpreis)	
Networking	Präsentation der Produkte im Produktnewsletter (gegen Aufpreis)	
	Teilnahme an PSI Messen (inkl. zweier Besuchereintrittskarten)	Teilnahme an PSI Messen (inkl. zweier Besuchereintrittskarten)
	PSI Talk	PSI Talk
	Who is Who	Who is Who
Information und News	Zugang zu internationalen Werbeartikelmessen (ASI, PPAI ...)	Zugang zu internationalen Werbeartikelmessen (ASI, PPAI ...)
	PSI Journal	PSI Journal
	Branchen und Marktinformationen	Branchen und Marktinformationen
	Online Community (Forum)	Online Community (Forum)
	Webinare / Seminare / Kongress (gegen Aufpreis)	Webinare / Seminare / Kongress (gegen Aufpreis)
	Servicemail	Servicemail
	Politische Lobbyarbeit und PR	Politische Lobbyarbeit und PR
	Online-Lexika Druck und Design	Online-Lexika Druck und Design
	Business-Newsletter	Business Newsletter
	Firmenportrait im PSI Journal (einmalig)	

PSI WERBEARTIKEL-GLOSSAR

FACHWISSEN VON A BIS Z

VDE-Siegel, RAL Farbe, TCO99 – in der Werbeartikel-Branche benötigt man eine umfangreiche Fachterminologie. Mit dem Werbeartikel-Glossar hat das PSI Team begonnen, die wichtigsten Begrifflichkeiten der Werbeartikelwirtschaft zu erfassen und ihre Bedeutung zu erläutern. Damit ist der erste Schritt zu einer Online-Wissenssammlung getan. Um das Lexikon zu einem umfassenden Nachschlagewerk auszubauen, ist das profunde Wissen der PSI Mitglieder gefragt.

In naher Zukunft sind Sie herzlich dazu eingeladen, sich aktiv an dem Projekt zu beteiligen. Interessierte können sich schon jetzt unter www.psi-network.de/Glossar einen ersten Eindruck von dem noch kleinen, aber feinen Online-Lexikon machen und gerne auch schon Vorschläge für zukünftig in das Glossar aufzunehmende Begriffe einsenden an: marketing@psi-network.de. Das PSI Team freut sich auf Ihre Beiträge. Auch Wikipedia hat klein angefangen und ist zu etwas Großem geworden. Also machen Sie mit! <

Das Mitglied, das dem PSI den ersten neuen Glossar-Beitrag liefert, gewinnt einen iPod classic.

SEMINARPROGRAMM FÜR AUSSTELLER

MESSEPRAXIS AUS ERSTER HAND

Anfang des Jahres ist die Reed Exhibitions Deutschland GmbH dem Bündnis deutschsprachiger Messgesellschaften „Seminar-Allianz“ beigetreten. Damit haben PSI Mitglieder nun die Möglichkeit, an den hochwertigen Seminaren der Institution teilzunehmen. Die Seminar-Allianz bietet Trainings rund um das Messgeschäft an. Dabei reicht das Themenspektrum von der professionellen Messeplanung über Kommunikationsmaßnahmen zur Messe bis hin zur Erfolgskontrolle. In diesem Jahr stehen folgende Seminare auf dem Programm:

- Professionelle Messeplanung
- Erfolgskontrolle Messe
- Crashkurs: Standbau und -design
- Messe als Marketing- und Vertriebsinstrument
- Presse- und Medienarbeit zur Messe
- Das professionelle Messgespräch

Die Seminar-Allianz ist ein Netzwerk von 14 Messgesellschaften und -veranstaltern. Partner sind der AUMA als Verband der ausstellenden Wirtschaft, der FAMAB als Verband für direkte Wirtschaftskommunikation und der m+a report als Medienpartner. Mit der Konzeption und Durchführung der Seminare ist die Akademie Messe Frankfurt beauftragt. Das komplette Seminarprogramm sowie das Anmeldeformular finden Sie unter http://www.psi-network.de/Seminar_Allianz.

Kontakt: Annkathrin Lange, Tel.: +49 211 90 191 178, Fax.: +49 211 3032484, Annkathrin.Lange@reedexpo.de <



TEILNEHMER DER SEMINARE PROFITIEREN VON FOLGENDEN VORTEILEN:

- * Wissen aus erster Hand
- * Kleine Teilnehmergruppen
- * Kurze Reisewege
- * Ausführliche Seminarunterlagen
- * Teilnahmezertifikat

LINKAUFBAU-GEWINNSPIEL

MITMACHEN UND BRANDNEUES IPOD TOUCH GEWINNEN

Das PSI hat ein Internetprojekt gestartet, von dem alle Mitglieder des Netzwerks profitieren können. Um die Internetpräsenz www.psi-network.de für Google und Co. besonders attraktiv zu gestalten, bemüht sich PSI um einen gezielten Linkaufbau. Der Gedanke dahinter: Mit einer guten Platzierung in den Suchmaschinen lassen sich neue qualifizierte Mitglieder werben, die gleichzeitig auch neues Kontakt- und Geschäftspotenzial für Sie bedeuten. Für das Internetprojekt benötigt PSI Ihre Hilfe. Denn jeder Link von einer Website eines PSI Mitglieds auf die PSI Internetpräsenz ist sozusagen eine Empfehlung von außen und hilft, in den Suchmaschinen nach vorne zu kommen. Selbstverständlich gibt es für Ihr Engagement auch eine Belohnung. Alle „Linkbuilder“ können an einem Gewinnspiel teilnehmen und haben damit die Chance auf einen neuen iPod touch. Nähere Informationen zum Gewinnspiel erhalten Sie ab 1. Juni auf unserer Webseite und in unseren Business Newslettern. <

WIR SIND WERBEARTIKEL

Wir sind Papst und jetzt sind wir Deutschen gerade Lena. So war es 2010 und so ist es auch 2011. Ganz Düsseldorf stand bereits vor dem Eurovision Song Contest (ESC) Kopf. Die Werbung im Vorfeld, die Vorausscheidungen und last but not least das Finale. Das war Party pur auf der Bühne, in der Arena und überall in Europa. Dass Lena den zehnten Platz belegte, tat der Stimmung in Deutschland keinen Abbruch. Wir steifen Deutschen schafften es in den letzten Jahren immer mehr, etwas lockerer zu werden und tolle Stimmungen zu zaubern, die andere mitreißen. Das war so bei der Fußball-WM 2006 und auch jetzt wieder beim ESC in Düsseldorf. Vielleicht liegt es ja auch ein wenig an der Stadt.

Auch bei der PSI Messe im Januar war die Stimmung in der Rheinmetropole sensationell. Die Werbeartikel spielten auch beim ESC wieder eine wichtige Rolle. Zu den originellsten zählten sicher die aufblasbaren Perücken, die bereits im Vorfeld am Flughafen Düsseldorf verteilt wurden. Textilien aller Art ob Schals, T-Shirts oder Taschen, alles war bei den Werbe- und Fanartikeln wieder dabei. Eine gute Inspiration für weitere Events, die anstehen. Die FIFA Frauen-Weltmeisterschaft Deutschland 2011 startet am 26. Juni. Da wird es höchste Zeit, sich mit Fanartikeln einzudecken, die erfahrungsgemäß immer sehr spät geordert werden. Dann heißt es wieder: „Wir brauchen bis morgen...“ oder „Haben Sie noch auf Lager?“.

Deutschland verbreitet gerade eine gute Stimmung - auch wirtschaftlich. Im Ausland werde ich dazu zurzeit oft von Kollegen und Branchenvertretern angesprochen. Ich hoffe, dieser Funke springt auch auf andere Länder über, bei denen es noch nicht so rosig aussieht. Wir werden in jedem Fall diese Stimmung in der Werbeartikelbranche forcieren, denn Sie, liebe Leser, und wir, vom PSI, „Wir sind Werbeartikel“.

Es grüßt Sie



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



»Wir werden in jedem Fall die gute Stimmung in der Werbeartikelbranche forcieren.«

Inserentenverzeichnis/Index of advertisers:

PSI Nr.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
42299	Adamo Design GmbH	049
46850	ADV PAX Lutec Vertriebs GmbH	025
41169	ASS Altenburger Spielkarten - Spielkartenfabrik Altenburg GmbH	079
48274	Brecht Profashion GmbH	079
49043	BWG	075
45720	DreamPen, Polish Ball-Point Pens Producer	055
44127	Elektronica SM-Handels GmbH	007
48296	Flury Promotion	015
41615	Geiger Aktiengesellschaft	045
45737	Giving Europe B.V.	013
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	U4
41857	Emil Kreher GmbH & Co.	023
44833	Mahlwerck Porzellan GmbH	081
42020	MBW Vertriebsges. mbH	002
40641	Mid Ocean Brands B.V.	005
47443	Nestler GmbH Feinkartonagen	081
44879	NOTES GmbH & CO. KG - Niederlassung Quickborn -	057
47984	Pack Art Sp. z.o.o.	087
45727	Plastolan GmbH	023
43417	prodir GmbH	001
46355	Promidata Deutschland	087
	Rexpro International Exhibitions GmbH	043
	PSI NL der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	083
	Reed Exhibitions Deutschland GmbH	065, 069
42938	REIDINGER GmbH	003
47182	Reisenthel Accessoires	029
44508	Ritter-Pen GmbH	023
40529	Gustav Selter GmbH & Co. KG	079
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	053
46405	SIPLAST Siegerländer Plastik GmbH	059
47912	Swarovski Deutschland GmbH	031
46111	Sweet Concepts Ltd.	U3
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	027
44281	VICTORINOX AG	035
44066	Zippo GmbH	021
44323	Zweibrüder Optoelectronics GmbH	U2
PSI Nr.	Beilagen / Inserts (*Teilaufgabe / *Part of Circulation)	
45619	Clipy / Artur Begin, S.L.	*
45737	Giving Europe B.V.	*
	PSI Distributor Finder 2011	*



Vertriebsmitarbeiter/Consultant (m/w)

Zur Vermarktung unserer Software-Produkte suchen wir per sofort eine/n Vertriebsmitarbeiter(in) /Consultant.

Ihre Aufgaben:

- o Betreuung des bestehenden Kundenpotenzials
- o Software-Präsentationen vor Ort oder online für potenzielle Kunden
- o Consultancy-Aufgaben wie das Zusammenstellen und Besprechen von Kundenanforderungen und das Delegieren an die zuständigen Software-Entwickler

Unsere Anforderungen:

- o Gutes, selbstbewusstes und freundliches Auftreten
- o Vertriebs- und Consultancy-Erfahrung
- o Kenntnisse und gute Kontakte innerhalb der Werbemittel-Branche
- o Sicher im Umgang mit MS Office Anwendungen und CRM-Systemen

Wir bieten Ihnen ein festes Gehalt und einen Firmenwagen. Es erwartet Sie eine angenehme und lockere Arbeitsatmosphäre in einem innovativen, auf die Werbemittel-Branche spezialisierten Software Unternehmen.

Interessiert? Dann freuen wir uns darauf, Sie kennen zu lernen. Bewerben Sie sich am besten per E-Mail: daniel@promidata.com

www.promidata.com

Promidata

Vogt 21
52072 Aachen
Deutschland
Telefon: +49 241 99 00 34 0
Telefax: +49 241 99 00 34 99



WEIHNACHTEN KOMMT BESTIMMT

Auch wenn man bei den momentanen Temperaturen noch nicht an die kalte Jahreszeit und das Jahresendgeschäft denkt: Beides steht mit Sicherheit bald vor der Tür und sollte von der Branche schon jetzt vorbereitet werden. Als Inspirationsquelle dient unser Werbeatikel Guide der Doppelausgabe Juli/August, der kreative Ideen rund um das Fest liefert. Ergänzt werden diese von der Produktgruppe „Schreibwaren und Leder“.

Bitte denken Sie schon jetzt an unser Titelthema der September-Ausgabe „Geschirr und Küchenhelfer sowie Herbst-Neuheiten“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 15. Juli 2011 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, D-55129 Mainz, E-Mail: hoechemer@edit-line.de.



MASSGESCHNEIDERTE WEITERBILDUNG

Vom 26. bis 28. Mai 2011 veranstaltete der Bundesverband der Werbemittel-Berater und -Großhändler wieder sein traditionelles bwg-Forum. Die Seminar- und Kommunikationstage rüsteten Teilnehmer mit fachlichem Handwerkszeug für die Zukunft. Neben den qualitativ hochwertigen Praxisvorträgen bot das bwg Forum auch ein attraktives Rahmenprogramm, zu dem in diesem Jahr etwa eine Betriebsbesichtigung bei Faber-Castell und eine Stadtführung durch Nürnberg gehörten.



PRODUKTE, IDEEN UND TRENDS 2011

Vom 16. bis 26. Mai 2011 drehte sich auf der BWL-Newsweek wieder alles um die neuesten Trends und Entwicklungen der Werbeatikelbranche. Gemeinsam mit führenden Werbemittelberatern präsentierten rund 100 namhafte Lieferanten in sieben Städten interessierten Endkunden und Marketingfachleuten topaktuelle Neuheiten. Wir waren für Sie vor Ort, um Impressionen der Veranstaltungen festzuhalten.



IMPRESSUM

Verlegt exklusiv für die Werbeatikel-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, D-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

Chefvom 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

Lydia Holeckova, Tel.: +49 211 90191-116

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

Isabell Motzek-Pitrella, 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: Armin Cyrus, Tel.: +49 211 90191-161

Dirk Schmellekamp, Tel.: +49 211 90191-112

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 (ebensofalls
keine Haftung).

Für Mitglieder des PSI ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag
enthalten.

 Reed Exhibitions

NEW EXCLUSIVE PRODUCTS ONLY AVAILABLE FROM SWEET CONCEPTS

DESPATCH IN ONLY 3 DAYS

New Mini Round Mint-It® Card

Only 45mm



New Mini Square Mint-It® Card

Only 45 x 45mm



New Bean Tin®

**Filled with Extra Strong
Sugar Free Mints**



And many other products



**tel. +44 20 7258 7340
sales@sweetconcepts.com
www.sweetconcepts.com**



Die bessere Art, zum Fest in Form zu kommen.

Neu im Weihnachtssortiment 2011:
Der System-Adventskalender. Schon
ab 500 Stück wird die Werbefläche
durch eine ausgestanzte Kontur zum
originellen Blickfang. Und 24 mal
täglich bindet leckere Gubor-Marken-
schokolade die Zielgruppe an das
werbende Unternehmen.

Mehr Infos unter www.jung-europe.de

