

➤ **PS1**

POWER FOR PROFESSIONALS
Internationales Magazin
für Werbeartikel
JULI/AUGUST 2011
50. Jahrgang

JOURNAL



Michael Mätzner
diewerbeartikel gmbh
Die Welt be-greifbarer
Kommunikation



Karin Koch
10 Jahre
Koch Promotion
Erfolgsfaktor Beratung

BWL Newsweek 2011
Werbeartikel auf Tour

Werbeartikel-Guide
Weihnachten,
Geschenk-Sets,
Schreibwaren,
Leder

25 Jahre bwg
bwg Forum als
glanzvoller
Jubiläums-Event



WEEE RICHTLINIE IN EUROPA
HERAUSFORDERUNG
FÜR DIE BRANCHE

writing

[Der Hauser.]

Liebt alle, die seine Schreiberlinge zum Fressen gern haben.

www.timefor.de



Alles, was Sie schon immer
über den Hauser wissen wollten
und sich nie zu fragen wagten.
Alles im Katalog.
Jetzt anfordern.



HAUSER GmbH
Bartholomäusstr. 26 D
90489 Nürnberg
Tel. 0911-956496-0
Fax 0911-956496-29
info@hauser-writing.com
www.hauser-writing.com

HAUSER®

EDITORIAL

BERATER ODER BESCHAFFER?

Eine Frage fürs Sommerloch? Ein Thema für Branchen-Philosophen? Nein, diese Frage ist die Frage der Fragen. Und warum? Weil die Antwort auf diese Frage darüber entscheiden wird, in welche Zukunft diese Branche geht. Entwickeln wir uns in Richtung einer Beschafferbranche mit ganz klarer Handelsausrichtung? In dieser Welt entscheiden Industrieunternehmen, welche Produkte sie einsetzen. Allenfalls können wir Einkäufern noch neue Produkte präsentieren. Letztlich geht es dann aber immer nur noch um den Preis. Zehn Anfragen, zehn Preise, einer macht den Deal. Traumhafte Zeiten für Anwender. Wirklich?

Gehen wir in die andere Welt, in die Welt der Berater. Sie verknüpfen Produktkenntnis mit Lösungsmodellen der klassischen Werbung. Sie prüfen Produkte und ihren Einsatz auf Herausforderungen des Marketings. Und am Ende steht eine eigenständige Werbeform, ein hochwirksames Tool im Marketingmix der werbenden Wirtschaft: der Werbeartikel.

Schaut man genau hin, so sieht man schnell: Im „Berater“ liegt eindeutig die Zukunft der Branche. Wohl wissend, dass es immer Mischformen am Markt geben wird. Aber führen wir uns eines immer vor Augen: Beschaffen kann jeder Händler. Auch jeder aus anderen Branchen. Unsere Alleinstellung und Daseinsberechtigung speist sich nur aus der Tatsache, dass wir mehr können. Dass wir wissen, wie die Werbung mit Werbeartikeln funktioniert. Es geht eben nicht darum, irgend ein Produkt an die Frau oder den Mann zu bringen. Auch wenn manch einer das so sieht. Es geht darum, genau den Werbeartikel einzusetzen, der zum Anwender passt, der sein Produkt unterstützt und seine Botschaft mit höchstmöglichem Wirkungsgrad in die Welt trägt. Wie jede Werbeagentur müssen wir Kunde und Produkt aus dem Effeff kennen, um die richtigen Medien (Artikel) einzusetzen. Das macht unsere Alleinstellung aus, das macht uns zum Teil der Werbewirtschaft.

Und genau das müssen wir im Dialog mit unseren Kunden rüberbringen. Das muss unser ganzer Auftritt zeigen. Da, wo sich der Einsatz lohnt, da müssen wir klar machen, dass wir eine beratende Branche sind. Dass unser Wissen etwas wert ist. Dass der Anwender in hohem Maße davon profitiert. Dass er etwas bekommt, das kein reiner Beschaffer ihm liefern kann. Und, dass das auch etwas kosten muss. Wir müssen dies dem Anwender gut verkaufen. Wenn nicht wir, wer sonst?



Manfred Schlösser

In diesem Sinne

Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal

The Youngster

ES1 METAL LOUD LOOKS AND UNIQUE FEEL.



Frisch. Smart. Überraschend.

Ein innovatives und elegantes Stilbekenntnis. Das moderne Design verwandelt sich im ES1 Metal dank der Farben des metallisierten Schaftes in einen High-Tech-Look. Der transparente Clip und Druckknopf knüpfen dezent an die Farbe des Gehäuses an und erweisen sich damit als ideale Druckflächen für moderne, edle Marken.

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

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

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

Ihr Spezialist für

WERBEMITTEL SPIELWAREN MODELLBAU



Ihr
persönliches
Muster
jetzt
bestellen!

Ihr Werbemittel

INDIVIDUELL EINDRUCKSVOLL FERNGESTEUERT

Jamara e.K.
Inh. E. Natterer
Am Lauerbühl 5
DE-88317 Aichstetten
Tel. +49 (0) 75 65/94 12-0
www.jamara.com

Ansprechpartner
Herr A. Wein
Tel. +49 (0) 75 65/94 12-717
a.wein@jamara.com

WEIHNACHTLICHE WERBEIDEEN

16

Wenn sich der Sommer von seiner schönsten Seite zeigt, bereitet sich die Werbeartikelbranche bereits auf das Weihnachtsgeschäft vor. Schließlich braucht es eine gewisse Vorbereitungszeit, um Ende des Jahres die passende Aufmerksamkeit für jeden Geschäftspartner in der Hand halten zu können. Im Werbeartikel-Guide ab Seite 16 stellen wir Ihnen die neusten weihnachtlichen Werbeideen vor. Ergänzt werden diese von der Produktgruppe „Schreibwaren und Leder“.



TRENDS & BRANDS	Kulinarisches als Markenbotschafter	4
	Do-It-Yourself	6
FOKUS	WEEE-Richtlinie in Europa: Herausforderung für die Branche	8
JOURNAL	Nachrichten aus Wirtschaft, Politik und Business	14
WEIHNACHTEN UND GESCHENK-SETS	Ein Fest für den Werbeartikel	16
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	62
	Newsweek 2011: Werbeartikel auf Tour	66
	bwg Forum 2011 – 25 Jahre bwg – 250 Jahre Faber-Castell: Glanzvoller Jubiläums-Event	70
	Parzellers Werbemittel Hausmesse 2011: Begeisternde Akzeptanz	74
SCHREIBWAREN UND LEDER	Smarte Accessoires	76
UNTERNEHMEN	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG: Pionier in Sachen süße Werbeartikel	102
	10 Jahre Koch Promotion: Erfolgsfaktor Beratung	104
	ADV PAX Lutec: Kompetenz in Sachen Weißblech	106
PORTRAIT	Michael Mätzener: Die Welt be-greifbarer Kommunikation	108
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	112
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	120
MEINUNG	Jubiläen...	124
IMPRESSUM		128

NEWSWEEK 2011: WERBEARTIKEL AUF TOUR

66



Viele Neuheiten, Besucher und zufriedene Gesichter: Das und vieles mehr bot die diesjährige BWL-Newsweek, die Mitte Mai durch Deutschland tourte. An sieben Standorten boten über 90 Lieferanten einen Überblick über ihre Neuheiten, Topseller, Trendprodukte sowie Serviceleistungen. Wir waren vor Ort, um Eindrücke der Werbeartikel-Roadshow für Sie festzuhalten.

BWG FORUM 2011: GLANZVOLLER JUBILÄUMS-EVENT

70



Zum 25-jährigen Verbandsjubiläum hat der Vorstand des Bundesverbands der Werbemittel-Berater und -Großhändler (bwg) eine ganz besondere Event-Idee realisiert: Zur Seminarveranstaltung vom 26. bis 28. Mai war der bwg zu Gast bei Faber-Castell in Stein bei Nürnberg. Zwei erlebnisreiche Tage mit spannenden Einblicken in die Stifte-Fertigung, interessanten Vorträgen und einem festlichen Abend im Faber-Castell'schen Schloss.

KALFANY SÜSSE WERBUNG: SÜSSER WERBE-PIONIER

102



Fruchtgummi als Werbeartikel – mit dieser Idee revolutionierte Süsse Werbung einst den Werbeartikelmarkt. Stolz auf seine lange Tradition feiert der Süßwarenlieferant in diesem Jahr sein 30-jähriges Bestehen. Ein Rückblick auf eine rasante Erfolgsgeschichte.

DIE WELT BE-GREIFBARER KOMMUNIKATION

108



Mit dem Schweizer Michael Mätzner stellen wir Ihnen diesmal einen Menschen vor, der mit seinem Unternehmen diewerbeartikel gmbh seit 2005 vormacht, wie der Werbemittelhandel durch neue Konzepte den sich stetig ändernden Bedingungen der Branche erfolgreich begegnet und so auch die Zukunft des Mediums Werbeartikel aktiv mitgestaltet.

Kontakt- Profi Sonic



Made in Germany



Schneider Schreib's auf

Kugelschreiber Sonic. Unsere Markenqualität für Ihre Qualitätsmarke.
Anfragen an: viw@schneiderpen.de
www.schneiderpen-promotion.com



FRUCHTIGE SCHOKOTRÄUME

DreiMeister Spezialitäten
Hans Schröder GmbH & Co. KG
PSI Nr.: 44886
www.dreimeister.de



GEWÜRZPACKS FÜR GENIESSER

emotion factory GmbH
PSI Nr.: 45997
www.emotion-factory.com



KÖSTLICHKEITEN IM SET

DreiMeister Spezialitäten
Hans Schröder GmbH & Co. KG
PSI Nr.: 44886
www.dreimeister.de



DEKORATIVES FÜR DEN TISCH

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

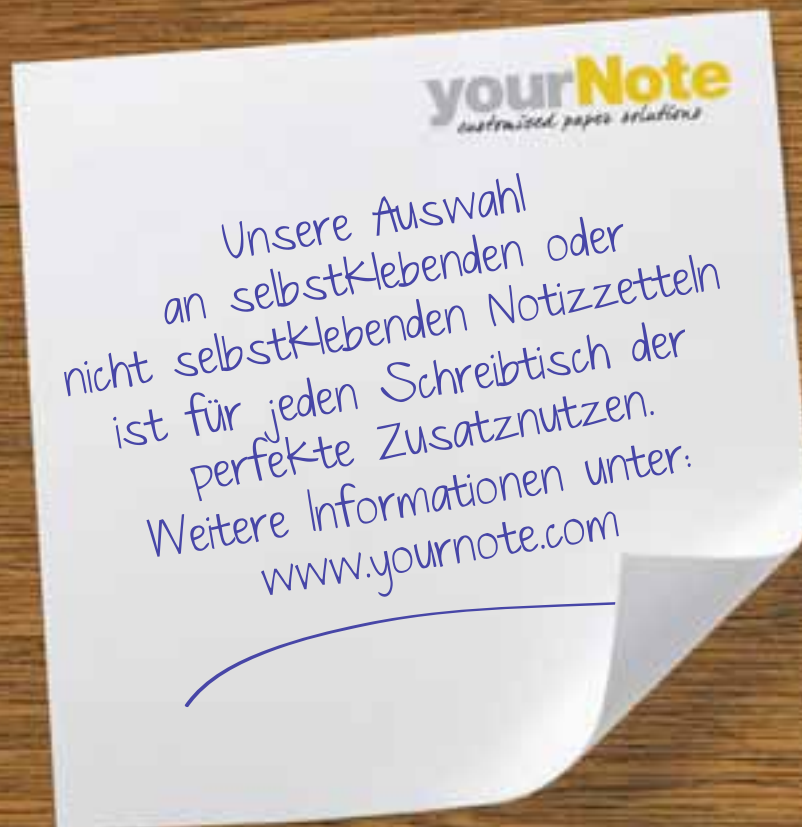
KULINARISCHES ALS MARKENBOTSCHAFTER

Menüs in Markenfarben, Speisen und Getränke mit subtilen Bezügen zu Produkten oder Unternehmen – der neue Trend in der Event-Branche heißt Corporate Catering. Schon die Wortkreation deutet darauf hin, dass die Catering-Branche ihren Kunden für Firmenfeiern und Produktpräsentationen etwas ganz Besonderes bietet. Individuell zugeschnittene Bewirtungskonzepte sollen dafür sorgen, dass Marken über Genuss transportiert werden. Ziel ist es, dass sich der Gast ganz unbewusst Produkt und Botschaft des gastgebenden Unternehmens einprägt. Ein Beispiel: Eine aufmerksamkeitsstarke Werbung, auf die jüngst auch der Luxushersteller Bulgari setzte. Das italienische Unternehmen gab zur Präsentation seiner neuen Schmuckkollektion ein kulinarisches Konzept in Auftrag, das die wertvollen Prachtstücke in allen Facetten widerspiegelte: Speisen wurden entsprechend der Form und Farbe der Edelsteine auf dem Teller angerichtet und mit Blattgold bestäubt. Es muss ja nicht immer Gold sein – aber ein gewisser Aufwand lohnt sich sicherlich. Schließlich bleiben Botschaften, die über mehrere Sinne transportiert werden, besser in Erinnerung.



yourNote

customized paper solutions



Maximieren Sie den Einfluß Ihrer Nachricht! Wählen Sie aus cubOnote, stickOnote oder combOnote aus, um Ihre eigenes Sortiment an Schreibtisch-Accessoires zu kreieren. Sie haben viele verschiedene Möglichkeiten wie die Wahl der Papierfarbe (Pastelltöne, Neon etc.), des Papiertyp (standard oder recyclet), des Druckverfahrens (Offset oder Siebdruck) sowie die Art der Verpackung.

Mid Ocean Brands ist einer der führenden Importeure im europäischen Werbeartikelmarkt mit regionalen Büros in verschiedenen Ländern: Deutschland, Niederlande, Spanien, Frankreich, Italien, Polen, Russland, Ungarn sowie 3 Lagern den Niederlanden, Spanien und Polen.



STEINZEUG-TÖPFE FÜR EINE ANSPRUCHSVOLLE TISCHKULTUR

Le Creuset GmbH
PSI Nr.: 42959
www.lecreuset.de



PRAKTISCHE HELFER FÜR DEN GARTEN

Inspirion GmbH
PSI Nr.: 42907
www.promotiontops.eu



SCHNEIDEBRETT

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



FRISCHE KRESSE

Multiflower GmbH
PSI Nr.: 45974
www.multiflower.de

DO-IT-YOURSELF

Bis in die Provinz hinein schießen die Baumärkte aus dem Boden. Vor allem am Wochenende begegnet man ihren Kunden, die Gartenzäune streichen, Möbel beizen, Blumenbeete anlegen und Gärten pflegen. Auch im Haus betätigen sich vermehrt Hobby-Tüftler mit allerlei Handarbeit. Längst spricht man von einer Wiedergeburt der Do-it-yourself-Welle. Der Frage „Was treibt die Bastler und Heimwerker an?“ war die Zeitung „Die Welt“ jüngst auf der Spur. Für viele ist Selbstmachen ein Bekenntnis zur Individualität, so die Einschätzung der Autoren. Doch das ist nicht der einzige Grund für die wiedergefundene Freude am Backen, Stricken und Schrauben. Dazu kommt der Wunsch nach Selbstverwirklichung. Denn mit dem eigenen Werk beweist man Talent, sich selbst und seinen Mitmenschen gegenüber. Heimwerkern jeder Couleur bietet die Werbeartikelwirtschaft das passende Angebot, von Kochutensilien über Gartengeräte bis hin zu Profi-Werkzeug.

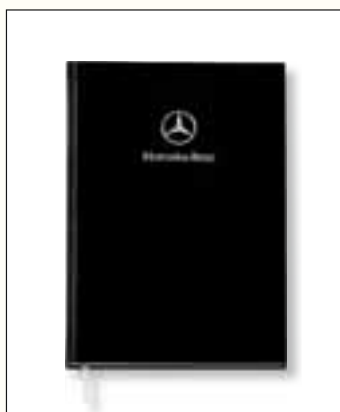


DIE SUMMENBILDUNG ERGIBT DAS NOTE-BOOK COMPLETE.

Σ 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, hochweißen Schreibpapier 90 g

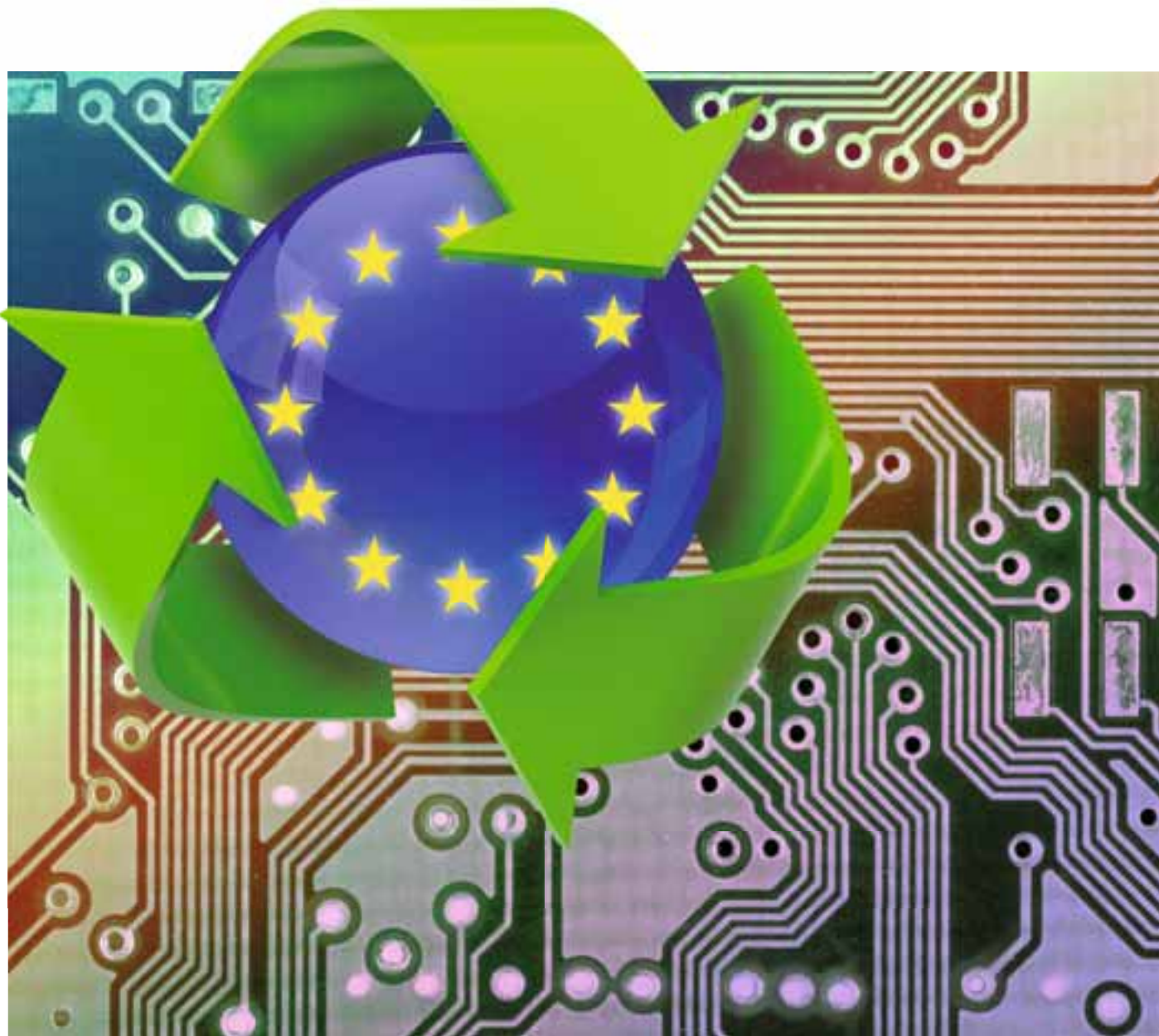


- die Blätter sind beidseitig mit modernem Winkelkaro bedruckt
- mit Hilfe der Mikroperforation sind diese Blätter auch heraus-trennbar
- in den klassischen Formaten DIN A4 und DIN A5

Netto-Preisbeispiele in €

Note-Book Complete (inklusive Eindruck 4C-Digital)

Auflage	50	100	200	300	500	1.000
Note-Book A4 Complete	6,95	5,25	4,55	4,15	3,85	3,45
Note-Book A5 Complete	5,55	4,15	3,45	3,15	2,75	2,45
Journal Book A4 Complete	5,55	4,15	3,45	3,15	2,95	2,78
Journal Book A5 Complete	4,55	3,45	2,78	2,45	2,09	1,88



WEEE-RICHTLINIE IN EUROPA

HERAUSFORDERUNG FÜR DIE BRANCHE

Die WEEE(Waste Electrical and Electronic Equipment)-Richtlinie ist seit der Veröffentlichung im Jahr 2003 fester Bestandteil der europäischen Gesetzgebung. Mittlerweile wurde sie europaweit in nationale Gesetze umgesetzt. Trotz des europäischen Mantels mangelt es jedoch deutlich an einer Harmonisierung – eine Herausforderung, der sich international agierende Unternehmen stellen müssen.

Die WEEE-Richtlinie (Richtlinie 2002/96/EG) trat mit der Veröffentlichung am 27. Januar 2003 in Kraft. Kern ist die Einführung einer erweiterten Produktverantwortung. Hersteller von Elektro- und Elektronik-Geräten sind demnach neben dem umweltfreundlichen Produktdesign unter anderem für die rechtskonforme Rücknahme und Entsorgung ihrer Altgeräte sowie für deren Dokumentation verantwortlich.

DIE KERNZIELE DER WEEE-RICHTLINIE:

- Vermeidung und Reduzierung der Abfälle von Elektro- und Elektronikgeräten
- Förderung der Wiederverwendung
- Verlängerung des Produktlebenszyklus
- Reduzierung stofflicher und thermischer Verwertung
- Ressourcenschonung durch Gewinnung von Sekundärrohstoffen
- Verringerung und Beseitigung von Schadstoffen
- Umweltfreundlichere Produktion z. B. durch Stoffverbote
- Sammlung von mindestens 4 Kilogramm Altgeräten pro Einwohner und Jahr

ZIELE DER WEEE-RICHTLINIE

Ziel der Richtlinie ist es, die zunehmende Menge an Elektro- und Elektronikschrott zu reduzieren bzw. die teilweise wertvollen und knapper werdenden verarbeiteten Materialien wie Kupfer, Magnesium und Aluminium als Sekundärrohstoffe zurückzugewinnen. So sind die Hersteller und/oder Importeure von Elektro- und Elektronikgeräten für den gesamten Lebenszyklus der von ihnen produzierten bzw. in Verkehr gebrachten Geräte verantwortlich. Das bedeutet, dass sie auch nach dem Verkauf ihrer Elektro- und Elektronikgeräte verpflichtet sind, eine gesetzeskonforme Rücknahme und Entsorgung der Geräte sicherzustellen. Mit der Überführung der WEEE-Richtlinie in nationales Recht hat Deutschland 2006 die Vorgabe der Europäischen Union erfüllt. Das ElektroG ist seitdem Bestandteil des deutschen Umweltrechtes. Auch in allen anderen Mitgliedstaaten der EU ist die Umsetzung der WEEE-Richtlinie in die jeweiligen nationalen Gesetze mittlerweile erfolgt. Das bedeutet für die

Inverkehrbringer von Elektro- und Elektronikgeräten über die Grenzen Deutschlands hinaus, dass in jedem EU-Mitgliedsstaat unterschiedliche gesetzliche Vorschriften gelten und eingehalten werden müssen.

BEWUSSTSEIN FÖRDERN

Der Erfolg der WEEE-Richtlinie hängt in erster Linie von der Compliance der betroffenen Hersteller ab. In zweiter Instanz ist der „Erfolgsfaktor Konsument“ jedoch nicht zu unterschätzen. Dessen Bewusstsein für die rechtskonforme Entsorgung muss geschärft und damit die Mitwirkung gefördert werden, damit die angestrebten Sammelquoten erfüllt werden können. Im Rahmen des Produktdesigns ist hierbei das Symbol der durchgestrichenen Mülltonne auf Rädern das Signal für den Konsumenten, dass entsprechende Produkte nicht über den Hausmüll, sondern bei spezifischen Abgabestellen entsorgt werden müssen.

ELEKTROG – DIE UMSETZUNG IN DEUTSCHLAND

Diese WEEE-Richtlinie (WEEE = Waste Electrical and Electronic Equipment) wurde in Deutschland im März 2005 durch das ElektroG (Gesetz über das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die umweltverträgliche Entsorgung von Elektro- und Elektronikgeräten) verkündet. Seit März 2006, also seit nunmehr fünf Jahren, ist das ElektroG Bestandteil des deutschen Umweltrechts. Seitdem existiert in Deutschland beispielsweise ein Registrierungsverfahren bei der stiftung ear (stiftung elektroaltgeräte register: Die stiftung ear ist die „gemeinsame Stelle der Hersteller“ im Sinne des ElektroG. Vom Umweltbundesamt mit der Wahrnehmung hoheitlicher Aufgaben betraut, registriert die stiftung ear die Hersteller von Elektro- und Elektronikgeräten). Dieses Verfahren muss jedes Unternehmen durchlaufen, das nach dem 23. November 2005 elektrische oder elektronische Geräte (erstmalig) auf den Markt gebracht hat bzw. bringt. Dieses Verfahren ist kostenpflichtig und setzt voraus, dass jeder Hersteller in eigener Verantwortung prüft, ob er mit seinem Produkt in den Anwendungsbereich des ElektroG fällt. Dabei ist mit

„Hersteller“ im Sinne des ElektroG nicht nur der Produzent des Gerätes, sondern auch der Vertreiber von Elektro- und Elektronikgeräten gemeint. Sofern die Geräte, die in Verkehr gebracht werden sollen, in den Geltungsbereich des ElektroG fallen, muss sich das Unternehmen bei der stiftung ear als „Hersteller im Sinne des ElektroG“ registrieren lassen. Vor Erteilung der Registrierungsnummer durch die stiftung ear ist das Inverkehrbringen solcher Geräte durch das Gesetz verboten.

REGISTRIERUNG IN DEUTSCHLAND

Der Registrierungsantrag muss also rechtzeitig vor dem geplanten Vertriebsbeginn der Geräte gestellt werden, damit die stiftung ear den Registrierungsantrag prüfen und die Registrierungsnummer sachgerecht vergeben kann. Dieser Prozess kann einige Wochen dauern, zumal es keine „beschleunigten“ Verfahren oder ähnliche Regelungen gibt. Die Bearbeitung der Anträge erfolgt in der Reihenfolge, wie diese bei der stiftung ear eingegangen sind. Das Registrierungsverfahren erfolgt ausschließlich online über die Homepage www.stiftung-ear.de. Zuvor müssen Hersteller bereits in der Phase der Produktentwicklung bestimmten Verpflichtungen nachkommen: Im Rahmen des Produktdesigns sind Stoffverbote, die sich aus der im ElektroG implementierten RoHS-Richtlinie (Restriction of Hazardous Substances – Richtlinie 2002/95/EG) ergeben, einzuhalten. Darüber hinaus ist das Produkt mit dem bereits erwähnten Symbol der durchgestrichenen Mülltonne auf Rädern sowie der Marke des Herstellers zu kennzeichnen. Zusätzlich regelt das ElektroG auch weitere Informationspflichten, wie die Dokumentation der sicheren Behandlung der Produkte im Rahmen des Recyclings. Um sich erfolgreich bei der stiftung ear zu registrieren, ist es hilfreich, sich im Vorfeld bereits einige Fragen zu stellen, die bei der Registrierung auf jeden Fall eine Rolle spielen werden.

WIE SIND DIE GERÄTE ZUZUORDNEN?

Jeder Hersteller hat die Aufgabe, in eigener Verantwortung aufgrund der Kenntnis seiner Produkte diese einer der 10 Kate-

DIE 10 KATEGORIEN VON ELEKTRO- UND ELEKTRONIK-ALTGERÄTEN

1. Haushaltsgroßgeräte
2. Haushaltskleingeräte
3. Geräte der Informations- und Kommunikationstechnik
4. Geräte der Unterhaltungselektronik
5. Beleuchtungskörper
6. Elektrische und elektronische Werkzeuge mit Ausnahme ortsfester industrieller Großwerkzeuge
7. Spielzeug sowie Sport- und Freizeitgeräte
8. Medizinprodukte mit Ausnahme implantierter und infektiöser Produkte
9. Überwachungs- und Kontrollinstrumente
10. Automatische Ausgabegeräte

gorien des ElektroG zuzuordnen. Darüber hinaus muss noch eine Kategorisierung der Geräteart vorgenommen werden.

So gehören beispielsweise Haushaltskleingeräte der Kategorie 2, Geräte der Informations- und Telekommunikationstechnik der Kategorie 3 und Geräte der Unterhaltungselektronik der Kategorie 4 an.

ANWENDUNGSBEREICHE DER WEEE-RICHTLINIE

Innerhalb dieser Kategorien gibt es unterschiedliche Gerätearten, wie z.B. in Kategorie 3: Hier lautet eine Rubrik „Geräte, die in privaten Haushalten genutzt werden können“. Diese sind wiederum in Unterkategorien unterteilt, so z. B. „Persönliche Informations- und/oder Datenverarbeitung. Dazu gehören neben PC, Notebook und Scanner beispielsweise auch Taschenrechner, Speichermedien, Maus, Ladegeräte und PC-Lautsprecher.

PRIVATE ODER GEWERBLICHE NUTZUNG

Bei der Zuordnung der Geräte zu einer Geräteart ist darauf zu achten, ob es sich um ein B2C- oder um ein B2B-Gerät handelt. Dabei ist ausschlaggebend, ob ein Gerät grundsätzlich zur Nutzung im privaten Haushalt geeignet wäre. Sobald dies der Fall ist, spricht man in Deutschland von B2C-Geräten, da ausschließlich der Ort der möglichen Nutzung, nicht beispielsweise der Vertriebsweg ausschlaggebend ist.

INSOLVENZSICHERER GARANTIENACHWEIS

Für B2C-Geräte muss jeder Hersteller jährlich eine insolvenz sichere Garantie für die Finanzierung der Rücknahme und Entsorgung seiner zukünftigen Altgeräte nachweisen. Dabei legt das ear-Regelbuch die Ermittlung der Garantiesumme fest. Zur Bestimmung der jeweiligen Garantiehöhe muss je Geräteart die voraussichtliche Gesamtmenge der Geräte, die in dem zu definierenden Garantiegültigkeitszeitraum in Verkehr gebracht werden soll, in Tonnen (t) angegeben werden. Maßgeblich ist hierbei das Nettogewicht. Auf dieser Grundlage wird der Garantiebetrug berechnet. Dabei unterscheidet man in „Umlagefinanzierende“ Hersteller und „Vorausfinanzierende“ Hersteller, wobei der zweite Fall eher eine theoretische Variante darstellt, die in der Praxis so gut wie nie vorkommt. Die „voraussichtliche“ Rücklaufquote sowie die „voraussichtlichen“ Entsorgungskosten werden von der Stiftung ear für jede Geräteart verbindlich festgelegt. Die aktuell geltenden Werte können dem Regelbuch auf der Homepage der Stiftung ear entnommen werden. Zudem muss jeder Hersteller im Zusammenhang mit der elektronischen Beantragung im ear-System bestätigen, dass er bundesweit dafür gesorgt hat, die Rücknahmeverpflichtungen von Altgeräten, die ihm im Rahmen der Abholkoordination zugewiesen wurden, ordnungsgemäß zu erfüllen.

DETAILS ZUR GEWERBLICHEN NUTZUNG

Für B2B-Geräte ist eine Glaubhaftmachung in Bezug auf ihren Anwendungsbereich erforderlich. B2B-Geräte sind laut deutscher Definition ausschließlich gewerblich nutzbare Geräte, die z. B. wegen ihres Verwendungszwecks, besonderer Voraussetzungen für ihren Einsatz, ihrer Größe oder anderer Eigenschaften ihre Nutzung im privaten Bereich unmöglich oder zumindest unwahrscheinlich machen. Maßgebend ist nicht, ob die Geräte tatsächlich in privaten Haushalten genutzt werden, sondern ob die Möglichkeit hierzu grundsätzlich besteht (Begründung zu §6 Abs. 3 Satz 1 ElektroG).



Entscheidend für die B2B-Eigenschaft eines Gerätes ist daher nicht der Vertriebsweg (z. B. Abgabe nur an gewerbliche Zwischenhändler), in der Regel auch nicht der Preis, sondern ausschließlich der Ort der möglichen Nutzung. B2B-Geräte dürfen nicht bei Sammelstellen der öffentlich-rechtlichen Entsorgungsträger (ÖRE) angeliefert und von diesen den Behältnissen beigegeben werden, die von den Herstellern kostenlos abzuholen sind. Dementsprechend ist der Hersteller von B2B-Geräten nicht zur Abholung von Altgeräten bei Übergabestellen verpflichtet. Wenn der Hersteller bei der Registrierung glaubhaft macht, dass es sich bei seinen Geräten um B2B-Produkte handelt, muss er für die entsprechenden Mengen keine Garantie nachweisen und auch nicht die Fähigkeit zur bundesweiten Abholung bei Übergabestellen sicherstellen.

BLICK ÜBER DEN NATIONALEN TELLERRAND

Compliance in Deutschland ist für international agierende Unternehmen nicht gleichbedeutend mit einer europaweiten Compliance. In den Grundzügen, wie zum Beispiel dem Produktdesign und der Struktur, sind sich die nationalen Gesetze sehr ähnlich. Der Teufel steckt jedoch wie so oft im Detail. Dadurch, dass jedes Land die WEEE-Richtlinie individuell umgesetzt hat, sind jeder Geschäftsfall und jedes Land gesondert zu betrachten. Erschwerend kommt in diesem speziellen Fall hinzu, dass bereits vor der Verabschiedung der WEEE-Richtlinie in den verschiedenen Ländern eine mehr oder weniger ausgebaute und



etablierte Entsorgungsstruktur vorhanden war. Zudem unterscheiden sich die wirtschaftlichen Voraussetzungen in den jeweiligen Ländern teilweise enorm. Dem entsprechend mussten teilweise Strukturen neu geschaffen, in anderen Fällen lediglich angepasst werden.

MANGELNDE HARMONISIERUNG

Ein paar ausgewählte Beispiele der kritischen Unterschiede sollen den Mangel an Harmonisierung im Folgenden verdeutlichen. So wird oftmals als Hersteller betrachtet, wer ein registriertes Gewerbe in einem Land betreibt und dort betroffene Produkte erstmals in Verkehr bringt. Dies ist unabhängig davon, ob der Hersteller selbst produziert, die Produkte importiert oder unter seinem Namen weiterverkauft. Hintergrund dieser Handhabung ist, dass ein Verpflichteter im eigenen Land finanziell leichter zu „verfolgen“ ist. Ausnahmen bestätigen jedoch die Regel. Für Hersteller, die trotz fehlender Niederlassung in einem Land die gesetzlichen Verpflichtungen er-

füllen oder aus vertriebsstrategischen Gründen übernehmen möchten, gibt es in einigen Ländern die Option der Repräsentanz, der Teilnahme an einem Agentenmodell oder einer sogenannten Mandatschaft.

HERSTELLERDEFINITION AM BEISPIEL EXPORT

So sind Hersteller im Sinne des ElektroG in Deutschland im Falle des Exports nur in der Pflicht, wenn sie via Fernkommunikation (typischerweise einem Online-Shop) Produkte an einen unmittelbaren Endnutzer vertreiben. Ist dieser Endnutzer in Dänemark ansässig, so würde der „deutsche Hersteller“ allerdings auch in Dänemark als registrierungspflichtiger Hersteller betrachtet, mitsamt entsprechendem „Rucksack“ an Verpflichtungen. Bei vergleichbarer Konstellation hätte der „deutsche Hersteller“ beispielsweise in Lettland jedoch keinerlei Verpflichtungen zu erfüllen. In weiteren Ländern, wie Italien, steht der Hersteller grundsätzlich auch für sämtliche Exportmengen in der Verpflichtung.

Die tschechische Gesetzgebung hingegen betrachtet den Export gar nicht, sodass der Hersteller hierfür keine rechtlichen Anforderungen zu erfüllen hat. Je nach Fallkonstellation kann somit eine doppelte Verpflichtung entstehen, wenn im Exportland der Hersteller verpflichtet ist und im Importland der Warenempfänger als Importeur und somit als Hersteller im Sinne des Gesetzes betrachtet wird. Auch der gegensätzliche Fall, dass weder der Exporteur noch der Importeur gesetzliche Verpflichtungen zu erfüllen haben, ist unter bestimmten Voraussetzungen möglich.

KLASSIFIZIERUNG AM BEISPIEL B2B- ODER B2C-PRODUKTE

Weiterhin ist die Klassifizierung zwischen B2B und B2C von Land zu Land verschieden. Gemeinsam haben fast alle Definitionen, vergleichbar zur Umsetzung in Deutschland, dass sie mit der klassischen Unterscheidung aus dem Geschäftsleben wenig zu tun haben: Maßgebend für die Unterscheidung ist in der Regel, wo das Pro-

dukt letztendlich zum Einsatz kommen kann. Alleine die Möglichkeit, dass ein Produkt in privaten Haushalten verwendet werden kann, ist oftmals Kriterium für eine B2C-Klassifizierung. Ein Beamer zum Beispiel ist ein „typisches“ B2C-Produkt, auch wenn er oftmals eher im Geschäftsleben zum Einsatz kommt. Für die Werbemittelbranche bedeutet dies, dass die Werbemittel trotz Vertrieb an Unternehmen in der Regel als B2C klassifiziert werden.

Es gibt jedoch auch hier unterschiedliche Definitionen und Umsetzungen. Im Ausnahmefall ist zum Beispiel der Vertriebsweg ausschlaggebend. Teilweise gibt es auch Produktlisten oder Klassifikationen nach Leistungsstärke. Hintergrund der Klassifizierung in B2B oder B2C sind unterschiedliche Verpflichtungen für die Hersteller. So ist, wie oben bereits dargestellt, in Deutschland für B2B-Produkte keine Garantie zu hinterlegen und es bestehen auch keine Abholverpflichtungen. In anderen Ländern ist es zum Beispiel möglich, die Verpflichtungen der Entsorgung von B2B-Produkten an den Endnutzer zu delegieren.

WEEE-COMPLIANCE IN EUROPA

Wie in Deutschland wird auch im europäischen Ausland die Grundlage der Rechtskonformität durch eine WEEE-Registrierung gelegt. Zu diesem Zweck wurde in jedem Land ein nationales Register, vergleichbar zur stiftung ear in Deutschland, geschaffen. Im Rahmen der weiteren Verpflichtungen unterscheidet sich das System im restlichen Europa von der deutschen Variante. Zwar gibt es in der Regel die Möglichkeit, ein vergleichbares individuelles System zu implementieren, die populäre Variante ist jedoch die Teilnahme an einem sogenannten kollektiven System. Auf der Grundlage einer inputbasierten Zahlung sowie etwaigen Mitgliedsgebühren übernehmen diese Systeme die Verpflichtungen der Rücknahme und des Recyclings. Ebenfalls wird das Reporting gegenüber dem nationalen Register regelmäßig von diesen Systemen übernommen. Die Wettbewerbssituation zwischen den kollektiven Systemen unterscheidet sich von Land zu

Land enorm. So hat Recupel in Belgien beispielsweise eine monopolistische Stellung, wo hingegen in Großbritannien 36 verschiedene Systeme in Konkurrenz zueinander stehen. Hier gilt es für die Hersteller, die ökonomisch vorteilhafteste Option zu eruieren.

FOLGEN VON NON-COMPLIANCE

Compliance ist weder ein „Nice to Have“ noch eine reine Marketingmaßnahme. Non-Compliance durch eine fehlende oder auch durch eine fehlerhafte Registrierung kann weitreichende Folgen für die Hersteller nach sich ziehen, ebenso wie die Nicht-Erfüllung weiterer Herstellerverpflichtungen. Die Sanktionen reichen hierbei von Bußgeldern bis zu einer Höhe von 50 000 Euro pro Einzelfall. Im schlimmsten Fall kann zudem ein Verkaufsverbot verhängt werden. Hersteller sind also dazu angehalten, die aktuellen, aber auch zukünftigen Verpflichtungen aus der WEEE-Richtlinie und ihren nationalen Gesetzen zu erfüllen.

WEEE-RECAST

Eventuelle Änderungen und Anpassungen der WEEE-Richtlinie werden derzeit im Rahmen des WEEE-Recasts verhandelt. Sicher scheint, dass zukünftig sowohl die Sammel- als auch die Verwertungsquoten angehoben werden. Ebenfalls zeichnet sich ab, dass der Export von gebrauchten Elektro- und Elektronikgeräten im Zuge des Recasts mit Mindestanforderungen belegt und somit erschwert wird. Weitere Diskussionspunkte, wie zum Beispiel die Reduzierung der Anzahl der Gerätekategorien oder die Aufnahme von Fotovoltaik-Modulen, sind derzeit noch ungewiss und ergebnisoffen.

VERANTWORTUNG SICHERT WETTBEWERBSFÄHIGKEIT

Die Anforderungen für betroffene Hersteller und Importeure aus der WEEE-Richtlinie sind vielfältig. Trotz vereintem Europa ist Harmonisierung im Rahmen der nationalen implementierten Gesetze ein Fremdwort. Eine Herausforderung, der sich die Hersteller stellen müssen, da europaweite Compliance den Grundstein für die Wettbewerbsfähigkeit legt. Abschließend kann man feststellen: „Unwissenheit schützt vor Strafe nicht.“



WEITERE INFORMATIONEN UND BERATUNG ZUR WEEE SOWIE UNTERSTÜTZUNG BEI DER RECHTSKONFORMEN UMSETZUNG:

Hellmann Process Management GmbH & Co. KG
www.umweltmanager.net
 Ansprechpartner:
 André Gierke
 Telefon: +49 541 605 6375
andre.gierke@de.hellmann.net

**OUT
now!**



SAVE!
your
rudi!

Nestler-matho®



**JETZT DEN NEUEN
WEIHNACHTSKATALOG
BESTELLEN!**

WWW.NESTLER-MATHO.DE

Nestler-matho GmbH & Co. KG

Rheinstr. 221

D-76532 Baden-Baden

Fon: +49(0)7221-2154-0

Fax: +49(0)7221-2154-54

Mail: info@nestler-matho.de



Nestler-matho®

ZAW-PROGNOSE

WERBEMARKT ERHOLT SICH DEUTLICH

Auf dem deutschen Werbemarkt stehen nach dem Krisenjahr 2009 die Zeichen weiter auf Erholung. Das zeigt eine aktuelle Prognose des Zentralverbandes der Werbewirtschaft (ZAW), für die die Institution rund 40 Mitgliedsverbände befragte. Demnach sollen die Betriebsausgaben für Investitionen in Anzeigen und Spots, Prospekte und Plakate im laufenden Jahr um 2,4 Prozent wachsen. Damit würde nach dem Einbruch 2009 erstmals wieder die 30-Milliarden-Euro-Marke geknackt. <

**KOSTENLOSE INFORMATIONSBROSCHÜRE
TIPPS UND ANREGUNGEN FÜR
UNTERNEHMENSGRÜNDER**

Wer ein eigenes Unternehmen gründen will, sieht sich mit einer Menge Fragen und Unsicherheiten



konfrontiert. Welche Finanzierungshilfen stehen zur Verfügung? Wann kommt das Finanzamt auf mich zu? Die kostenlose Broschüre „Ich mache mich selbständig“ der IHK für München und Oberbayern gibt einen praxisnahen Überblick über folgende wichtige Themen: Unternehmenskonzept, Gründungsformalitäten, Wahl der Rechtsform, Einstellung von Arbeitnehmern, eigene soziale Absicherung und betriebliche Versicherungen, Finanzierungshilfen des Staates. Die hilfreiche Broschüre ist als Download auf der IHK-Website erhältlich. www.muenchen.ihk.de <

**BESCHWERDEN UND FRAGEN IN SOCIAL MEDIA
SCHNELLE REAKTION GEFRAGT**

Mehr als die Hälfte der Social Web-User ist mit dem Kundenmanagement in sozialen Netzwerken unzufrieden. Das zeigt die aktuelle Studie „Managementkompass Zielgruppenmanagement“, die das Beratungsunternehmen Steria Mummert Consulting in Zusammenarbeit mit dem F.A.Z.-Institut veröffentlicht hat. Demnach reagieren viele Unternehmen in sozialen Netzwerken nicht auf dort gestellte Kundenfragen und -beschwerden, sondern verweisen lediglich auf den allgemeinen Kundenservice. Diese Strategie werden Unternehmen nach Ansicht der Studienautoren in Zeiten von Twitter und Co. nicht mehr lange durchhalten können. Eine zeitnahe und zielführende Reaktion im Social Web ist unabdingbar. „Wenn ein Unternehmen erst bei Eintritt von Fall X zu überlegen beginnt, wer denn nun für die Frage oder Beschwerde zuständig sein könnte, hat es im Bereich Social Media schon verloren“, so CRM-Experte Dr. Elmar Stenzel. „Eine Antwort innerhalb von 24 Stunden, wie sie bei einer E-Mail-Anfrage eventuell noch akzeptiert wird, ist auf Twitter mit einer Nichtreaktion gleichzusetzen.“ Die Studienautoren raten daher einerseits zu einem Sammeln und automatischen Vorevaluieren der Kundenäußerungen und andererseits zu einer genauen Klärung, wer etwas wann und wie zu tun hat. Diese Prozesse sollten eindeutig geklärt sein, um im Social Web erfolgreich zu sein. <

**FEHLZEITEN AUFGRUND PSYCHISCHER ERKRANKUNGEN STEIGEN
BURNOUT AUF DEM VORMARSCH**

Immmer mehr Frauen und Männer leiden unter psychischen Erkrankungen. Das zeigt eine Analyse der AOK Baden-Württemberg, die jüngst die Fehlzeiten ihrer Versicherungsmitglieder unter die Lupe nahm. Demnach sind 9,8 Prozent aller Arbeitsunfähigkeitstage im Jahr 2010 auf psychische Erkrankungen zurückzuführen. Ein Jahr zuvor lag dieser Wert noch bei 9,2 Prozent. Laut Untersuchung sind die Altersgruppen 40 bis 49 (28,5 Prozent aller Fälle) und 50 bis 59 (27,6 Prozent aller Fälle) am häufigsten in der Statistik vertreten. „Die Menschen stehen heute zunehmend unter Stress und Zeitdruck, müssen viele Rollen gleichzeitig erfüllen und leiden häufig an Existenzängsten“, sagt AOK-Fachärztin Dr. Sabine Knapstein und erklärt weiter: „Häufig sind Personen betroffen, die sowohl privat als auch beruflich besonders hohe Ansprüche an sich selbst stellen.“ Wie viele Menschen tatsächlich unter Burnout – dem völligen Ausgebranntsein – leiden, ist ungewiss. Denn die Diagnose Burnout gibt es offiziell für Ärzte nicht. Bislang existiert für die Erkrankung kein Diagnoseschlüssel, der den Krankenkassen gemeldet werden kann. <



CONTAINERSCHIFFFAHRT

REEDEREIEN STEHEN IM HARTEN WETTBEWERB



In der Containerschiffahrt verschärft sich der Preiskrieg zunehmend. Das geht aus einem Bericht der Nachrichtenagentur presstext hervor. Um Marktanteile für die Zukunft zu sichern und die Auslastung der immer größer werdenden Frachter zu gewährleisten, bieten die Reedereien zurzeit günstige Preise. Dem Hamburger Abendblatt zufolge

kostet der Transport eines Containers (TEU) von Shanghai nach Nordeuropa aktuell 845 Dollar statt 1381 Dollar zu Jahresbeginn. In der Regel gilt ein Preis pro TEU-Standardcontainer um die 1000 Dollar als auskömmlich. Damit droht den Reedereien ein ruinöser Wettbewerb. Dieser wird durch neue Megaschiffe, die noch während des Booms vor 2009 bestellt wurden, weiter angefacht. Bis Ende 2014 gehen nach Prognosen des Instituts für Seeverkehrswirtschaft und Logistik rund 149 Riesenfrachter mit mehr als 10000 Stellplätzen für Container in den Betrieb. Zum Vergleich: Bis April 2011 waren erst 78 dieser Containerschiffe unterwegs.

ÜBERSETZUNGSHILFE

REACH -TERMINOLOGIEN IN 22 SPRACHEN

Viele Leitfäden und technische Hilfsdokumente zum Thema REACH sind nur auf Englisch verfügbar. Um Akteuren das Leben zu erleichtern, stellt die Europäische Chemikalienagentur (ECHA) eine mehrsprachige Terminologiedatenbank zur Verfügung. Sie hält die wichtigsten REACH-Begriffe in 22 EU-Sprachen bereit. Neben den Definitionen bietet die Datenbank zudem einen Verweis darauf, wo diese Begriffe in den Regularien eine Rolle spielen. Interessierte finden das nützliche Tool unter <http://echa.cdt.europa.eu>.

BERUFSSKLEIDUNG

DRESSCODE FÜRS BÜRO GILT AUCH BEI HITZE

Ob bei sommerlichen Temperaturen eine Krawatte getragen werden muss oder nicht, darüber entscheidet der Chef. Das geht aus einem Bericht des Internet-Portals arbeitssicherheit.de hervor. In arbeitsschutzrechtlichen Vorschriften sind keine Regelungen zur betrieblichen Kleiderordnung getroffen. Demnach kann



grundsätzlich der Arbeitgeber über den Dresscode seines Betriebes entscheiden – auch bei sommerlichen Höchsttemperaturen, wo das Tragen von Berufskleidung durchaus unangenehm werden kann. Allerdings können sich Arbeitnehmer durch eine geschickte Kleiderwahl Erleichterung verschaffen. So heizen sich etwa Hemden und Hosen in hellen Farbtönen weniger schnell auf. Durch Kleidung mit weiten Schnitten gönnen Träger ihrem Körper mehr Luft zum Atmen.

PATENTMANAGEMENT

PATENTANMELDUNGEN IN CHINA NEHMEN ZU

Deutsche Unternehmen und Erfinder melden inzwischen zwei von drei Patenten im Ausland an. Dabei erweist sich China immer mehr als gefragtes Zielland. Das berichtet das Institut der deutschen Wirtschaft (IW) auf seiner Online-Seite. Demnach haben deutsche Firmen 2008 zehnmal so viele Patente in China eingereicht wie Mitte der 1990er Jahre. Grund ist der Vertrauenszuwachs in das chinesische Patentrecht: Es wird laut IW mittlerweile besser bewertet als beispielsweise das amerikanische System. Deutlichen Nachbesserungsbedarf sehen die IW-Ökonomen beim EU-Patentschutz. Bisher gibt es in der EU nur nationale Patente und die vom Europäischen Patentamt (EPA) in München vergebenen Patente, die der Inhaber jedoch in jedem EPA-Mitgliedsland einzeln durchsetzen muss. Seit Jahren gibt es Bemühungen um ein europäisches Gemeinschaftspatent. Mit dem EU-Patent sollen Unternehmen oder Privatpersonen die Möglichkeit haben, ihre Erfindungen in 25 Mitgliedsstaaten mit einem einzigen Europäischen Patent schützen zu lassen. Kosten und Aufwand sollen dadurch sinken. Bisher müssen für eine „EU-Patentanmeldung“ etwa 32000 Euro bezahlt werden.





WEIHNACHTEN UND GESCHENK-SETS EIN FEST FÜR DEN WERBEARTIKEL

Nach dem Fest ist vor dem Fest: Die leichte Abwandlung einer altbekannten Fußballerweisheit behält auch im Jahresablauf ihre Gültigkeit. Kaum ist Weihnachten vorbei, hat auch der Osterhase schon seine Eier gelegt und es geht im Sauseschritt der nächsten Adventszeit entgegen.

Natürlich haben diese Festzeiten jenseits ihres spirituellen Ursprungs auch in der Geschäftswelt seit Jahrhunderten ihren festen Platz. So sind die herausragenden Feste im Jahreszyklus allesamt Festtage des Schenkens. Noch mehr als Ostern geben die Adventszeit und die sich anschließenden Weihnachtstage in allen Gesellschaften christlicher Prägung Anlass für gegenseitige Gaben – und sind damit auch für die Werbeartikelindustrie willkommene Gelegenheit, mit phantasievollen Produkten und innovativen Ideen die Aufmerksamkeit des Beschenkten auf den Überbringer zu lenken. Innerhalb der folgenden Seiten erleben Sie die Vielfalt und den Einfallsreichtum der Branche, wenn es ums stilvolle Geben und das einprägsame Übermitteln werblicher Inhalte geht. In der Weihnachtsgeschichte überbringen Engel den Hirten die Kunde von Christi Geburt. Aber auch der schöne und gute Werbeartikel vermag es, der mit ihm transportierten (frohen) Werbebotschaft Flügel zu verleihen. Blättern Sie weiter und überzeugen Sie sich!





VOLLTREFFER FÜR NASCHKATZEN

Die Kalfany Süße Werbung GmbH hat für alle Naschkatzen einen Volltreffer gelandet: die Super-Maxi-Schokoladentafel im XXL-Format. Riesige 40 Gramm vom Markenhersteller Kraft Foods sollten die richtige Portion für das Schlemmermahl zwischendurch sein. Allen schlaun Katzen, die diesen XXL-Genuss gleichzeitig für ihre individuell gestaltete Werbung nutzen möchten, steht eine Werbefläche von 150 x 60 x 10 Millimeter auf einem Flowpack aus weißer Glanzfolie zur Verfügung, erhältlich ab 2 500 Stück.

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

ZEITLOSE SCHMUCKSTÜCKE

Früher gab es keine modernen Messgeräte mit viel Elektronik oder anderem Schnickschnack. Da war man auf die Präzision von Handwerkern und Feinmechanikern angewiesen, die zum Beispiel nautische Instrumente anfertigten, mit denen sich Seefahrer orientieren konnten. Genau an diese Zeit möchte die Kasper & Richter GmbH mit ihren nostalgischen Messinstrumenten aus der Armada-Serie erinnern. Die Artikel sind mit sehr viel Liebe zum Detail und originalgetreu gefertigt. Eine individuelle Gravur macht jedes dieser Präsente zum Unikat. Neun verschiedene Modelle mit unterschiedlichsten Funktionen stehen zur Auswahl.

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



AUSGEFALLENE OPTIK

Das erste, was an einem Geschenk ins Auge fällt, ist die Verpackung. Mit ihrer ausgefallenen Optik ziehen die Verpackungen der Serie Frame – geliefert von der Leser GmbH – alle Blicke auf sich. Durch ihren edlen, mit Leatherette überzogenen Rahmen und die transparente und dauerelastische Silikonmembran präsentiert Frame Produkte auf außergewöhnliche Art. Die in sieben Größen erhältlichen Etuis lassen keine Verpackungswünsche offen: Von der handlichen Uhr über ausgefallene Give-away-Ideen wie Äpfel bis hin zur Sektflasche setzt Leser den Inhalt perfekt in Szene. Individuelle Aufdrucke geben Frame zusätzlichen Pfiff.

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



ORIGINELL VERPACKT

Mit witzigen Verpackungsideen hilft Elasto Form dem Weihnachtsmann auf die Sprünge: Das Rentier auf der roten Plüschsocke Rudolph wird nicht nur am Kamin zum Hingucker. Der traditionelle Weihnachtsstrumpf besteht aus langhaarigem Plüsch mit weißer Krempe und Schlaufe zum Aufhängen. Für noch mehr Süßigkeiten und Geschenke gibt es passend dazu den extra flauschigen und großen Weihnachtsstiefel Santa. Die rot-weiße Weihnachtsmütze gleichen Namens rundet das weihnachtliche Angebot ab. Alle Artikel lassen sich per Transferdruck oder im TexHeat-Verfahren individualisieren.

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

DEKORATIVES FÜR DIE PARTY

Wer noch nach einem preiswerten Give-away für seine nächste Promotionaktion sucht, sollte in das Sortiment von e!xact schauen. Hier findet sich ein dekorativer Metall-untersetzer für Trinkgläser, der im Set zu vier oder sechs Stück, aber auch einzeln geliefert wird. Alle Einzelteile können in Fotoqualität nach Kundenwünschen bedruckt werden. Die Rückseite ist mit Kork beschichtet, so dass der Untersetzer nicht rutschen kann.

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



SPAREN AUF KNOPFDRUCK

Aktuelle Diskussionen um zukünftige Energiekonzepte zeigen auch die Notwendigkeit, besonders sparsam mit den Ressourcen umzugehen. Schon allein die Tatsache, dass in einer durchschnittlichen Familie Computer und Drucker rund zehn Prozent der Gesamtenergiemenge benötigen, schreit förmlich nach Einsparmöglichkeiten. Eine davon kommt von der Firma Xindao, denn hier kann der Standby-Button geordert werden. Der praktische Schalter dient dazu, den Computer per Knopfdruck bequem auf Energiesparmodus zu schalten.

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



SCHOKOLADEN - MÜNZEN

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



50. PSI Düsseldorf Halle 9, Stand D04

Holland Gebäck GmbH u. Co. KG

Robert-Bosch-Straße 14

41844 Wegberg

Telefon 00 49 - 24 31 - 50 94

Telefax 00 49 - 24 31 - 7 27 65

www.stereo-holland-gebaeck.de



SICHERHEIT SCHENKEN

Besonders in der Advents- und Weihnachtszeit besteht eine erhöhte Brandgefahr durch vergessene Kerzen oder den leicht entzündlichen Weihnachtsbaum. Auch Silvester brennt es häufig, da mit Feuerwerkskörpern manchmal zu leichtsinnig umgegangen wird. Da ist es gut, wenn die Gefahr rechtzeitig erkannt wird, zum Beispiel mit einem Rauchmelder, wie ihn die Indexa GmbH anbietet. Der Artikel mit der Bezeichnung RA 260 erfüllt alle Normen und Richtlinien und reagiert auf Brandrauch mit gellendem Alarmton. Er kann wirklich Leben retten, ein guter Grund, den Rauchmelder als kleine Aufmerksamkeit zur Weihnachtszeit zu verschenken.

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

GIFT IN A BOTTLE

Das vierteilige Geschenkset Vino Selection von Vabene sollte nicht nur bei ausgesprochenen Weinliebhabern großen Anklang finden. Den Designern ist es hierbei gelungen, wichtige Wein-Accessoires wie Kellnermesser, Tropfring und Verschluss sehr stilvoll zu verstauen, besteht das Etui doch aus einer nachempfundenen Bordeaux-Flasche mit Magnetverschluss. Dadurch wurden Funktionalität, Design und Gag („Gift in a bottle“, wie es der Hersteller bezeichnet) gekonnt vereint. Die „Werkzeuge“ sind aus hochwertigem Edelstahl gefertigt, wodurch für eine sehr lange Lebensdauer und Pflegeleichtigkeit gesorgt ist. Werbung lässt sich durch ein individualisiertes Flaschenlabel auf dem Etui anbringen. Alternativ bietet Vabene ein eigenes gestaltetes Label an.

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



MOBILER EISGENUSS

Wer macht das beste Eis? Wenn man die Italiener fragt, dann natürlich die Spezialisten aus dem Land südlich der Alpen. Kein Wunder also, dass der italienische Lieferant Nemox nun auch eine mobile Eisstation anbietet, die auf jeder Veranstaltung, am Pool im Urlaub oder bei einer Geschäftsparty, überall hinrollt, wo Bedarf nach einer erfrischenden Köstlichkeit besteht. Die Station mit dem Namen La Gelateria kann innerhalb von nur 30 Minuten etwa 800 Gramm Eis zu bereiten, zu dessen Aufbewahrung zwei 1,5-Liter-Behälter dienen.

48058 • Nemox International s.r.l. • Tel +39 30 9308901
info@nemox.com • www.nemox.com

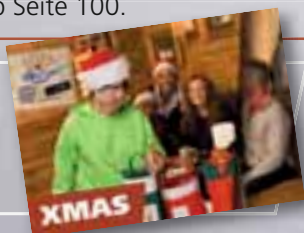




XMAS

Neu in der XMAS Kollektion: **Nikolauskostüm-Set (MB 9538)** bestehend aus Mantel, Bart und Mütze. Weitere Weihnachtsprodukte in unserem Katalog **Compilation 2011** ab Seite 100.

Der „XMAS Flyer“
präsentiert
unser gesamtes
Weihnachtssortiment.



NEW

agentur-kiesewetter.de



PFIFFIGES CHRISTMAS-DESIGN

Zwar ist es gerade mal Sommer, aber je eher man sich Gedanken über das Jahresende macht, desto besser ist es. Bei Fare werden all diejenigen fündig, denen es bei ihrem Weihnachtsgeschenk auf Originalität ankommt. Da gibt es nämlich diverse Artikel wie Regenschirme und Taschen, die durch ihr pffiffiges Christmas-Design aus dem Rahmen fallen. Zum Beispiel ist der Fare® Alu-Mini Christmas-Schirm zu haben, dessen Futteral mit einer weihnachtlichen Kunstpelzbordüre verziert ist. Werbeanbringungen werden auf Anfrage realisiert.

43144 • Fare - Guenther Fassbender GmbH • Tel +49 2191 609150
Info@fare.de • www.fare.de

PERSÖNLICHE NOTE

Schlüsselbund ist nicht gleich Schlüsselbund, zumindest nicht, wenn die Schlüsselanhänger von Xindao ins Spiel kommen. Der niederländische Werbemittelspezialist hat ein schier unendliches Repertoire im Angebot, mit dem jeder Bund eine persönliche Note erhält. Sechs Modelle lassen sich per Doming veredeln und bekommen so ihr eigenes Design. Kunden können jederzeit ihr eigenes Doming gestalten. Die Schlüsselanhänger sind aus hochwertigem Material gefertigt und werden in einem attraktiven Geschenkkarton geliefert.

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



KÖSTLICHKEITEN IM SET

Jeder, der die Trüffel-, Pralinen- und Gebäck-Köstlichkeiten aus dem Hause DreiMeister Spezialitäten kennt, weiß die Qualität und Frische dieser Produkte zu schätzen. Angeboten werden die Süßigkeiten in zahlreichen traditionellen Verpackungen, wie zum Beispiel rustikale Holzkisten oder klassische Kartonagen, aber auch als Geschenkset mit einer Flasche Wein. Speziell zum Weihnachtsfest hat DreiMeister 32 Golddublonen aus edlen Herkunftsschokoladen mit einer Flasche Spätburgunder Rotwein vereint, die in einer geschmackvollen schwarzen Kartonage mit Klarsichtdeckel verstaut sind. Wahlweise kann die Präsentbox auch mit einer Flasche Riesling und 150 Gramm handwerklich hergestellten Riesling-Trüffeln ausgestattet werden.

44886 • DreiMeister Spezialitäten Hans Schröder GmbH & Co. KG • Tel +49 2922 87730
gondro@dreimeister.de • www.dreimeister.de

STEINHORST®

FASZINATION ACRYLGLAS.

STEINHORST® – kreative Weihnachtsideen.

Individuelle Konzepte im kundeneigenen Corporate Design und handgefertigte Produkte aus Deutschland von kleinen bis großen Auflagen – STEINHORST® macht es möglich.

Wir fertigen individuelle, saisonale Werbeartikel aus Acrylglas in annähernd jeder gewünschten Form und Farbe.

Neben der Kreativität unserer Kunden bauen wir auf einen bestehenden, umfangreichen Ideenpool. Vom Weihnachtsmann über Elche als hängenden Baumschmuck bis zum Tannenbaum als steckbares 3D-Modell, sorgen wir von der Vision bis zum Überreichen für eine extrem hohe Nachhaltigkeit. Dabei spielt es keine Rolle, ob unsere Produkte auf Messen verteilt werden oder wegen ihrer guten Logistikeigenschaften als Mailingverstärker dienen. Die konturgeschnittenen Motive werden auf Wunsch auch in passgenauen Geschenk-

verpackungen geliefert. Dank modernster Lasertechnologie leisten wir Präzisionsarbeit und veredeln die Endprodukte mit Lasergravuren, im UV-Direktdruckverfahren oder per Siebdruck.

So überzeugen wir seit vielen Jahren unsere Kunden und sorgen für einen gelungenen, perfekten Werbeauftritt.

www.steinhorst.de

STEINHORST® ist eine Marke der mentec GmbH®.



saltini's®
SALZMANUFAKTUR SIEGSDORF

Das Natursalz in der Werbung.

Saltini's sind langlebig, hochwertig, nützlich und schön – alles, was man sich für einen perfekten Werbeartikel wünscht.

Und dazu noch modern, aromatisch, gesund, frisch ...

Das Allerbeste aber – **sie schmecken phantastisch.**

www.saltinis.de

Landkaufhaus Mayer GmbH
Vachendorfer Str. 3 · 83313 Siegsdorf
Telefon: 08662 / 4934-0 · Fax: 08662 / 4934-30
Email: info@landkaufhausmayer.de



Minimühle als Giveaway



Geschenkset



PERFEKTE NAGELPFLEGE

Das neue Beauty-Set für die perfekte Fingernagelpflege von Flörke besteht aus hochwertigen Pflgetools mit spezieller Kristallfeilenmischung für natürliche Fingernägel. Mit integriert sind eine Ornamentfeile, ein Supershiner für glänzendes Aussehen und ein neues, ergonomisch gestyltes Beautytool, das Hufstäbchen mit Schaber und weicher Drückerkfunktion. Mit Letzterem bleibt die Lunula gesund. Die Individualisierung erfolgt per Tampondruck auf den einzelnen Artikeln, kann aber auch auf der Blisterverpackung angebracht werden.

44294 • Hermann Flörke GmbH • Tel +49 6104 73373
info@floerke.de • www.floerke.de

ORDNUNGSGEWÄCHS

Wohin mit all den Ohrsteckern, Armreifen, Ringen, Ketten, Uhren und allem, was sonst noch schön macht? Koziol hat die Lösung: Pierce! Dabei geht es um ein „Ordnungsgewächs“, das genügend Möglichkeiten bietet, die Schönheitsaccessoires wohlgeordnet zu deponieren. Wie alle guten Kakteen wird Pierce locker 200 Jahre alt und bleibt dabei frischer als die meisten Besitzer.

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



VORSICHT AN DER BAHNSTEIGKANTE

Das Modelleisenbahnset für Neueinsteiger vom traditionsreichen Hersteller Piko aus der Spielzeugstadt Sonneberg hat schon viele große und kleine Eisenbahnfans auf den Geschmack des Spielens mit Modelleisenbahnen gebracht. Warum also nicht als Werbepäsent verschenken, vielleicht sogar zu Weihnachten? Das Set beinhaltet alles, was zum Einstieg gebraucht wird: Schienen, Trafo, Prellbock, Weiche, Fahrregler, Diesellok BR 218 und drei detailgetreue Güterwagons. Wen dann das Modelleisenbahnfieber so richtig gepackt hat, kann das Set später mit einer Fülle an passendem Piko-Zubehör und weiteren Modellen beliebig ergänzen.

45291 • Piko Spielwaren GmbH • Tel +49 3675 897228
p.unbehaun@piko.de • www.piko.de



Vom Himmel hoch...



... da komm ich her und bring euch süße Grüße mit. Grüßen Sie Ihre Kunden auf himmlische Weise – z. B. mit unserer leckeren Weihnachtsschokolade oder vielen anderen festlichen Sweeties. Mit Ihrer persönlichen Weihnachtsbotschaft himmlisch hochwertig bedruckt. Bestellung jetzt auch auf Erden bei:

MAGNA sweets GmbH • Gewerbering 5 / 6 • 82272 Moorenweis
Telefon 0 81 46-9 9 66 0 • Fax 0 81 46-9 9 66 111 • info@magna-sweets.de

www.magna-sweets.de



Sweets and more



BEGEISTERNDER SOUND

Unter den von Intraco exklusiv für die Werbeartikelbranche vertriebenen Philips-Produkten findet sich auch der Docking-lautsprecher Fidelio. Ob auf dem Schreibtisch, in der Küche oder an einem anderen Ort – dieses kleine Soundwunder begeistert mit seinem kristallklaren Klang. Das 360-Grad-Design sorgt dafür, dass Fidelio aus jedem Winkel eines Raumes eine gute Figur macht. Das Soundsystem DBB behält tiefe Basstöne auch bei geringerer Lautstärke bei. Das Gerät kann wahlweise mit 230 Volt Wechselstrom oder mit Akkus betrieben werden.

43540 • Intraco Trading bv • Tel +31 75 647 5420
info@d-vice.info • www.intraco.nl

SPEICHER MIT WEIHNACHTSBOTSCHAFT

Zum idealen Werbeartikel oder Kundengeschenk in der Weihnachtskampagne werden die USB-Sticks von Adesteflash, wenn sie mit einem passenden Design versehen werden. Mit einer zusätzlichen Personalisierung in Form einer Widmung, einem Logo oder Foto kreiert der Lieferant sogar Sonderanfertigungen. Adesteflash ist in der Lage, auch die Verpackung zu personalisieren oder auf Wunsch Daten aufzuspielen. Auch AutoRun-Funktionen oder Datenschutzooptionen stellen kein Problem dar. Wie es beim Lieferanten heißt, sind die Sticks innerhalb 48 Stunden nach Freigabe aller relevanten Details lieferbar. Alle angebotenen Modelle sind originale Markenspeicher.

48214 • Adesteflash Polonord Adeste SRL Tel • +49 69 67733524
k.waidacher@adesteflash.com • www.adesteflash.com/de



WEIHNACHTSBAUM AUS DER DOSE

Eine pfiffige Alternative zum klassischen Weihnachtsbaum stellt die dekorative Metalldose der Multiflower GmbH dar. Darin enthalten ist eine Tannenbaumschablone, eine Erdtablette und Grassamen. Der Beschenkte muss nur eine wenig Wasser dazugeben und schnell sprießt durch die Schablone das frische Grün. Eine eigene Gestaltung des Deckeetiketts ist schon ab 250 Stück möglich. Ab 1 000 Stück kann auch die Schablone selbst kreiert werden, beispielsweise in Form eines Logos. Die Dose hat ein Gewicht von 95 Gramm und ist 116 (Durchmesser) x 27 Millimeter groß.

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

Wussten Sie schon, ...

dass der Ursprung des Rechnens auf die Zeit zurückgeht, als die Menschen begannen sesshaft zu werden? Damals hatte man noch kein Zahlenverständnis, aber hielt bereits Tiere in Herden, die auf ihre Vollzähligkeit überprüft werden mussten. Dabei bediente man sich kleiner Steinchen, die man entsprechend der Anzahl der Tiere in einem Beutel sammelte. Beutel und Steinchen waren der so genannte Calculus.



in 8 Farben



Tiny | 110 3196

in 3 Farben



For you | 110 1642

Beam | 110 2356



Dotty Matrix | 110 4412



Mit Inspirion können Sie rechnen! Werbeartikel, die sich auszahlen, gibt es im aktuellen Christmas Special Katalog.

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

Inspirion GmbH, Zum Panrepel 39, D-28307 Bremen



KUSCHELIGE WEIHNACHTSGRÜSSE

Wohlfühlen steht bei allen Produkten von Herka im Mittelpunkt. Dafür hat man sich beim österreichischen Hersteller noch mehr auf seine Stärken konzentriert: hochqualitatives, Ressourcen schonendes Frottier in vielen attraktiven Varianten. Auch zum Weihnachtsfest liefert Herka Produkte, die sich als kuschelige Grüße bestens eignen: Egal ob Stern, Engel, Weihnachtsbaum, Mäander oder Glocke, die Hand- und Gästetücher aus flauschig weichem Frottier sollten überall gut ankommen. Die Applikationen werden per Einwebung oder Stick realisiert.

46235 • Herka GmbH • Tel +43 2864 2317

info@herka-frottier.at • www.herka-frottier.at

O DU SÜSSE WEIHNACHTSZEIT

Eine weiß-goldene Variation, die dem Beschenkten die Weihnachtszeit versüßt, findet sich im Angebot von Römer. Hierbei wurden verschiedene zart schmelzende Lindt-Produkte mit zwei schönen Rentieranhängern kombiniert. Verpackt ist das Ganze im weißen Geschenkkarton mit weißem Sizzle und edlem Rentieraufdruck in Gold auf dem Deckel. Über die Möglichkeiten, Werbebotschaften anzubringen, informiert der Lieferant gerne.

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

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



GAUMENFREUDEN AUS FRANKREICH

Gedanken an Frankreich sind fast immer und völlig automatisch mit Erinnerungen an kulinarische Genüsse verbunden. Da ist es nicht weiter verwunderlich, dass immer dann, wenn ein ausgefallenes Werbegeschenk gesucht wird, auch auf französische Köstlichkeiten zugegriffen wird. Das Unternehmen La Truffe Cendrée hat sich auf das Zusammenstellen von Arrangements aus „handverlesenen“ Gaumenkitzeln spezialisiert, die aus verschiedenen Regionen Frankreichs stammen. Die Verpackung erfolgt in sehr attraktiven, mit edlen Metallrahmen verzierten Holzboxen. Das gesamte Angebot kann im Katalog 2011/2012 „La Truffe Cendrée“ abgerufen werden.

La Truffe Cendrée Arnaud Bizac SA • Tel +33 5 65370022

contact@truffecendree.fr • www.la-truffe-cendree.com

BEIM ABSCHLAG KÜHLEN KOPF BEWAHREN

Die Golf-Shirts von Brecht Profashion aus Bretten sind aus 100% Coolmax® Extreme freshFX™, einer speziell entwickelten Faser, die dafür sorgt, dass Golfer beim Abschlag immer schön cool bleiben. Feuchtigkeit wird rasch von der Haut weg transportiert, wo sie spurlos verdunstet – ganz ohne Geruchsbildung.



Auch individuell mit Ihrem Firmen- oder Vereins-Logo – bedruckt oder bestickt!

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

Nur vom Feinsten

Liebe geht durch den Magen – Kundenbindung aber auch.

Gourmet Leon bietet innovative, hausgemachte Spezialitäten. Kräutermischungen für Pestos und Dips, Feigen- und Orangensenf sowie feinste Fruchtbalsame sind nur einige der Highlights aus der kleinen Feinkostmanufaktur, die auch zertifizierte BIO-Qualität anbietet. Kunden können damit ihr individuelles Gourmet-Geschenk selbst gestalten.

Gourmet Leon offeriert dafür eine Vielzahl von Formflaschen, Geschenkverpackungen und die Möglichkeit von Private Label.



Gourmet Leon – Christian Hjort • Tel +49 6251 984144
info@gourmet-leon.com • www.gourmet-leon.com



**PRODUCTS that
EXCITE!**

CHEERING • BRACELETS • LANYARDS • AWARENESS
GIVEAWAYS • WRITING TOOLS • AND MORE!

OVER 650 PRODUCTS!

PERFECT FOR YOUR NEXT PROMOTION

www.BamBams.com

Katharina@bambams.com PSI: 48006

Werben mit
TÜV-geprüften
Messern



MARTOR®
Solingen

Die Experten für sicheres Schneiden

Messer für Ihren Werbeaufdruck
Werben Sie mit Qualitätsmessern aus Solingen

Handy



Smartcut



- Sicherheits-Kartonöffner mit federbelastetem Klingenrückzug
- Messerkörper kann mit Werbedruck versehen werden
- TÜV-geprüft

www.martor.de/werbeartikel

MARTOR KG · D - 42648 Solingen
Tel.: +49 212 25805-15 · Fax: -55 · info@martor.de · www.martor.de



ELCH MIT ANZIEHUNGSKRAFT

Kein Weihnachtsmann, sondern ein magnetischer Weihnachts-Elch sitzt gut verstaut in einer Filztasche, die Multiflower für die nächste Weihnachtskampagne anbietet. Zusammen mit 100 Gramm Butterspekulatius verwandelt sich das Ganze zu einer sehr schönen Weihnachtsüberraschung. Werbebotschaften oder Weihnachtsgrüße werden auf dem Anhängekärtchen platziert. Ab 250 Stück kann Multiflower dieses Kärtchen individuellen Wünschen anpassen.

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

WEIHNACHTSSTIMMUNG IM WERKZEUGSCHRANK

Wera verpackt seinen Bit-Safe mit 30 Bits und einem Bit-Halter in einer attraktiven Weihnachtsbox. Die Weihnachtsbox ist werbefrei und kann nach dem Auspacken des Bit-Safes für weihnachtliche Zwecke weiterverwendet werden. Die enthaltenen Bits müssen sich aber nicht in der Weihnachtsbox verstecken. Enthalten sind besonders vergütete zähnharte Bits, die großen Kraftspitzen widerstehen, die beim Auftreten des Schraubenkopfes auf der Materialoberfläche entstehen. Alle gängigen Profile und Größen sind vorhanden, so dass der Anwender mit diesem Bit-Safe für (fast) alle Herausforderungen gewappnet ist. Die Code-Nr. lautet: 05057126001, Bit-Safe Classic 5.

48078 • Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co. KG • Tel +49 202 4045144
matuschek@wera.de • www.wera.de



-Anzeige-

**ETWAS GROSSES
KOMMT AUF SIE ZU:
DIE ERSCHLIESSUNG
NEUER MÄRKTE!**



› 11.–13. JANUAR 2012

Phantastische Jubiläums-Neuheit 2011

30
:: JAHRE ::

*Werbewirkung
schmeckt!*

FERRERO



NEU



①



②



③



④

• Premium-Adventskalender „Individuell“

Adventskalender in Dreiecksform,
Format 580 x 380 x 37 mm, gefüllt wahlweise mit:

- ① Fruchtgummi „Weihnachten“ „Individuell“
 - ② Lübecker Edelmarzipansterne
 - ③ Ferrero Rocher
 - ④ Ferrero Rondnoir
- ausschließlich sortenrein,
weitere Füllvarianten auf Anfrage.

Exklusiv bei Kalfany Süße Werbung!



Wir informieren Sie gerne!

Vertriebs-Hotline: 076 43/801 -25, -26, -479, -550

Alle Verpackungen erhalten Sie individuell bedruckt oder mit Standardmotiven.
Vertrieb über Werbemittelfachhandel.

www.kalfany-suesse-werbung.de



AM LAUFENDEN BAND

Die Pecotex Bergenthal GmbH ist auf die Fertigung von individuell gestalteten Geschenkbändern und Schleifen spezialisiert. Alle Produkte werden im eigenen Betrieb hergestellt, sind also „Made in Germany“, und können in kleiner oder großer Auflage für Jubiläen, Events, Geschenktionen oder Promotion-Kampagnen mit persönlichen Aufdrucken versehen werden. Aus diesen Geschenkbändern produziert Pecotex auch fertige Schleifen in verschiedensten Ausführungen mit hochwertigem Präsentcharakter. Dabei wird das zu bewerbende Produkt oder die Art des Geschenks berücksichtigt.

43108 • Pecotex Bergenthal GmbH • Tel +49 219150779
info@pecotex.de • www.pecotex.de

ERHELLENDE SCHLÜSSELBOTSCHAFTEN

Wer nach kleinen, sympathischen Botschaftern für die Weihnachtszeit sucht, findet bei Pruner Werbemittel verschiedene zur dunklen Jahreszeit passende Werbemittel wie etwa Schlüsselanhänger mit integriertem LED-Licht. Damit bleibt kein Schlüsselloch im Dunkeln. Weiterhin im Angebot: Schlüsselanhänger mit Melodie. Zur Weihnachtszeit passende Hits wie Jingle Bells oder ganz persönliche Lieblingsklänge werden einfach per Knopfdruck aktiviert und sorgen für fröhliche Momente. Wer einen Layoutvorschlag für die Individualisierung möchte, kann einfach ein Foto des gewünschten Motivs an Pruner senden. Dort wird gratis ein individuelles Design erstellt.

42634 • Pruner Werbemittel GmbH • Tel +49 7644 1063
pruner-werbemittel@t-online.de • www.pruner-werbemittel.de



FESTLICHE GENÜSSE

In einer attraktiven Metallbox kommt ein edles Geschenkset von Multiflower daher, mit dem alle Voraussetzungen für einen gemütlichen Adventsnachmittag gegeben sind. Mit der beigelegten Teezange ist der Wintertee (80 Gramm mit Apfel-Vanille-Geschmack) schnell aufgebrüht. Zum Süßen hat Römer hochwertigen Honig beigelegt. Zusammen mit dem kleinen Christstollen wird das Set zum klassischen Genuss in der Weihnachts- und Winterzeit. Eine eigene Gestaltung des separaten Kärtchens ist ab 250 Stück möglich.

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



KAFFEEWUNDER

Wer zur Weihnachtszeit etwas ganz Außergewöhnliches und zugleich Hochwertiges verschenken möchte, sollte in das Angebot von Lehoff schauen. Der Werbemittelexperte bietet nämlich seit Kurzem einen Kaffeeautomaten an, der zum Nespresso-Programm gehört. Die Maschine kommt von Krups und kann unter der Bezeichnung Krups Nespresso® Pixie bestellt werden. Die Maschine arbeitet mit 19 bar Pumpendruck, um die feine Geschmacks- und Aromafülle jedes Gran Cru zu entfalten. Der Kaffeeenießer kommt mit den in verschiedenen Geschmacksrichtungen lieferbaren Nespresso-Kapseln voll auf seine Kosten. Die Krups Nespresso® Pixie ist in Electric Red zu haben.

41259 • Lehoff Im- und Export GmbH • Tel +49 40 5296070
info@lehoff.de • www.lehoff.de

Magnet-Stifte



Neuheit

Patent

 **reidinger**
pencils & tools

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



SCHARFE KOMBINATION

Ab sofort vertreibt Hintz ein Set, das zwei starke Marken vereint: Für Licht sorgt XL100, die LED-Lampe von Mag-Lite mit bewegungs-gesteuertem elektronischem Multimode-Endkappenschalter für fünf verschiedene Betriebsmodi. Die Lampe wird in einem Kunststoffetui zusammen mit einem fünfteiligen Schweizer Messer mit Nagelfeile, Schere, herausnehmbarer Pinzette, Zahnstocher sowie Messer von Victorinox geliefert. XL100 verfügt über Volllicht im Normalmodus, Stroboskop, Signal-Blinkmodus, SOS-Notsignal und Nite Lite, einem Nachtlit mit Schlummerfunktion, das jeweils durch Bewegung reaktiviert wird. Es sind verschiedene Farbkombinationen erhältlich.

42919 • Siegfried Hintz • Tel +49 611 186890

info@s-hintz.de • www.leatherman.de



KLANGVOLLE GABEN

Ganz gleich, ob ein exklusives Dankeschön oder ein stimmungsvolles Weihnachtsgeschenk gesucht wird – bei Brisa Entertainment findet sich eine große Auswahl an Musiktiteln zu nahezu jedem Thema. Die Möglichkeiten, weihnachtliche Botschaften klassisch-feierlich oder modern und trendy in Szene zu setzen, reichen vom aufgeklebten Logo über den direkten Logo- und Labeldruck auf der CD bis hin zum Einlegen eines Grußes oder gar einer vollständig personalisierten Dose. Die Brisa Musik-CD in der Designerdose zum Beispiel ist ein besonders ansprechender, hochwertiger Werbeartikel.

47749 • Brisa Entertainment GmbH • Tel +49 8122 972739

promotional@brisa.com • www.brisa.com

-Anzeige-

ETWAS
GROSSES
KOMMT
AUF SIE ZU:

TRENDS
FÜHLEN
KÖNNEN!



➤ 11.–13. JANUAR 2012



ALBENE

Albene GmbH
Marketing Handel

Zumpestraße 6
81675 München

Tel.: 089/47 07 86 00
Fax: 089/47 07 86 01

e-mail: info@albene.de
www.albene.de

*Bereiten Sie lang anhaltende Freude
mit edlen Weihnachts-Geschenksets*

*Nachhaltig und exklusiv
in der Metalldose verpackt
„Rund um die Nuss“ oder
traditionell mit Christstollen und Tee*



--- GRATIS! KATALOG 2011 anfordern unter info@multiflower.de

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



www.teifoc.com





**Ihre Kunden
werden sich
wie zu Hause
fühlen !!!**

STEINE DIE VERBINDEN



solicut
SOLINGEN CUTLERY GERMANY

PrivateLabel

FELIX SOLICUT: Ihr Spezialist für firmenindividuelle Werbung auf scharfen Produkten – **100% MADE IN SOLINGEN!**

Unsere speziellen Private-Label-Produkte werden nach Wunsch an Ihre Haus- und Produktfarben angepasst, sowie durch Ihr Logo im Druck-, Ätz- oder Laserverfahren individualisiert – **SPRECHEN SIE UNS AN!**



FELIX SOLICUT GmbH • An den Eichen 6 • 42699 Solingen • Tel: +49-(0)212-6589-300 • Fax: +49-(0)212-6589-700 • privatelabel@felix-solicut.de • www.felix-solicut.de



ÜBERRASCHENDE STUNDEN

Brisa schmückt seinen neuesten Werbeträger namens MyClock mit drei weihnachtlichen Standardmotiven. Wird die Uhr in der Dose von der Rückseite geöffnet, kann ein individuelles Ziffernblatt eingelegt und die Uhr wieder verschlossen werden, womit für Überraschung beim Empfänger gesorgt sein dürfte: Schließlich bleibt dabei der Aufreißdeckel geschlossen. Das Design der Brisa MyClock, Ziffernblatt und Banderole, kann schon ab 48 Stück individuell gestaltet werden. Damit die Werbebotschaft auch ständig im Blick bleibt, kann MyClock am Magnet-Board, auf dem Schreibtisch oder an der Wand angebracht werden.

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

WÜRZIGE ARGUMENTE

Attaktive Küchenprodukte-Sets, verpackt im Geschenkarton, liefert Herstal. Neben Fusion, einem Paket bestehend aus einer in verschiedenen Farben lieferbaren Salz- und Pfeffermühle sowie vier Servietten, ist bei den Dänen das aus Öl- und Essig-Dispenser nebst Salz- und Pfeffermühle zusammengestellte Sortiment Zing erhältlich, wahlweise mit oder ohne Baumwollgeschirrtuch. Die Zusammenstellung namens Fuente, mit Wasserkaraffe inklusive farbigem Neopren-Cover und sechs Trinkgläsern, rundet das Portfolio an kreativen Präsenten ab.

48338 • Herstal A/S • Tel +45 70 204420
info@herstal.dk • www.herstal.dk



SPORTLICHE WEIHNACHTSKUGELN

Passend zur Weihnachtszeit sorgt Bola Gema aus Pakistan mit seinem Christmas-Soccer-Ball für Aufsehen. Der in den Größen 5, 2 sowie im Mini-Format der Größe 1 erhältliche Weihnachtsball kann mit einem Logo versehen werden, wodurch er zum sympathischen Werbebotschafter avanciert. Wer sein Logo platzieren möchte, sende dieses an design@bolagama.com oder kontaktiere die Pakistani per Mail an sales@bolagama.com. Als SA 8000 zertifiziertes Unternehmen steht Bola Gema für Qualität und hält eine große Auswahl an Hand-, Fuß-, Futsal-, Volley-, Beach- sowie Rugbybällen mit großer Werbefläche für den Aufdruck von Kundenlogos bereit.

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



FÜR EINGEFLEISCHTE GRILLPROFIS

Mit seinem One-Touch Premium Gourmet Holzkohle-Kugelgrill präsentiert Weber eingefleischten Grillfans, die auch im Winter nicht auf Selbstgegrilltes verzichten wollen, als Edel-Weihnachtsgabe den König unter den Röstern. Das Besondere an diesem Weber-Grill ist der zweigeteilte Grillrost. In die runde Aussparung in der Mitte wird bei der Zubereitung von Steaks das Sear Grate aus porzellanemailliertem Gusseisen gelegt. Bei dieser Methode wird die Oberfläche von Fleisch für kurze Zeit dem direkten Kontakt mit sehr heißem Metall ausgesetzt, wodurch das Grillgut ein tiefbraunes, rautenförmiges Grillmuster erhält. Nach einer kurzen Grillzeit wird das Fleisch direkt gewendet und bleibt saftig und zart. Während des Steak-Grillens in der Mitte auf dem Sear Grill können parallel Beilagen auf dem Rand des Grillrostes zubereitet werden.

45961 • Weber Stephen Deutschland GmbH & Co. KG • Tel +49 6132 8999-0
bzb@weberstephen.com • www.weber.eu

Weihnachten 2011 gut verpackt?



www.danway.de

Tragetaschen | Verpackungen



DAN WAY Design Lizenz GmbH
Mittelstraße 18

31275 Lehrte

Tel. 05132 / 5002-6
Fax 05132 / 5002-80

service@danway.de



TAFEL-FREUDEN

Die Troika Schoko-Box aus Weißblech, bedruckt mit Weihnachtsbaum-Motiv, macht aus einer Tafel Schokolade ein pfiffiges Präsent für jeden Anlass: Nach dem Verzehr der Köstlichkeit passen Stifte, Fotos oder auch viele andere Kleinigkeiten in die hübsche Schachtel. Die Metalldose ist passend konzipiert für die Unterbringung einer Tafel Schokolade und zeichnet sich durch einen hochwertigen Innenverschluss aus, der ihr durch das bündige Aufliegen der beiden Dosenteile ein edles Erscheinungsbild verleiht.

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

TISCHLEIN DECK DICH

Werbetextilien für die Weihnachtszeit, gestrickt aus 100 Prozent Acryl, hat die rumänische Firma Euro Fashion im Angebot. Die Decken gibt es in verschiedenen Größen ab 1,65 Meter aufwärts und mit verschiedenen Weihnachts- und Wintermotiven. Auch Decken für Babys und Kinder finden sich im Repertoire. Zudem können Sonderanfertigungen nach Kundenwunsch in jedweder Form und Pantone-Farbe nach Farbkarte realisiert werden.

48160 • Euro Fashion Manufacturing S.R.L. • Tel +40 238 721022
liliana@eurofashion.ro • www.eurofashion.ro



-Anzeige-

**ETWAS GROSSES
KOMMT AUF SIE ZU:
WOHNEN FÜR LAU!**



› 11.–13. JANUAR 2012

ROADSHOW 2011

7 Partner, 8 Städte, 5 Sterne Hotels

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

Wir präsentieren unsere Neuheiten in diesen schönen Hotels und geben Ihnen eine Vorschau auf die Kataloge 2012, jeweils von 13 - 19⁰⁰ Uhr.

Ausreichend Gratisparkplätze bei allen Hotels vorhanden!

28. November 2011



Frankfurt

„Hotel Villa Kennedy“
60596 Frankfurt
www.villakennedyhotel.de

29. November 2011



Düsseldorf

„Hilton Düsseldorf“
40474 Düsseldorf
www.hilton.de/duesseldorf

30. November 2011



Hamburg

„Hotel Atlantik“
20099 Hamburg
www.kempinski.com/de/hamburg

01. Dezember 2011



Berlin

„Kempinski Hotel Adlon“
10787 Berlin
www.kempinski.com/de/berlinadlon

05. Dezember 2011



Stuttgart

„Mövenpick Hotel Stuttgart Airport“
70629, Stuttgart - Flughafen
www.moevenpick-hotels.com

06. Dezember 2011



München

„Rocco Forte Charles Hotel“
80333, München
www.charleshotel.de

07. Dezember 2011



Wien

„Le Meridien Wien“
1010 Wien
www.lemeridienvienna.at

08. Dezember 2011



Prag

„Kempinski Hybernka“
110 00, Prag
www.kempinski.com/de/prague

Mehr Informationen finden Sie unter www.werbemittel-roadshow.de

MACMA

EASY
GIFTS
IT'S EASY NOW!

elasto
form

CLUB
CRAWATTE
CREFELD

kalfany.

Süße
Werbung
Qualität & Wirkung

EURO
STYLE
Leather & more. Since 1899.

WORLD OF TEXTILES



PER CORPORE SANO

Für Körper, Geist und Seele sind die Wellness- und Musikprodukte von Brisa Entertainment gedacht. Jedes Set enthält eine Brisa Entspannungsmusik-CD, 20 Räucherstäbchen von Nippon-Kodo sowie ein DermaSiel Bade-Elixier mit Flüssigsalz aus dem Toten Meer als perfektes Ensemble für die kleine Auszeit nach einem anstrengenden Tag. Die passende Werbebotschaft bekommt ihren Auftritt auf der die Designerdose ummantelnden Banderole. Weitere Möglichkeiten, wie etwa das Einlegen auf einer runden Karte mit individueller Weihnachtsbotschaft, werden auf Anfrage angeboten.

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

FESTLICHE LECKEREIEN

Mit seinem breiten Segment aus verschiedensten Köstlichkeiten zur Weihnachtszeit steht Magna Sweets schon in den Startlöchern. Neben bewährten Leckereien wie etwa dem Zimtstern im Flowpack, der leckeren Trinkschokolade am Holzlöffel oder dem Mini-Stollen, haben die Bayern aus Moorenweis nahe München in diesem Jahr auch mit einem Dominostein und einem Weihnachtsplätzchen zwei Spezialitäten von Bahlsen im Programm, beides verpackt im Flowpack und individuell bedruckt.

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



LEUCHTENDE PLANSPIELE

Mit der digitalen Wochenzeitschaltuhr von Brennenstuhl steht einer rundum gelungenen Weihnachtsbeleuchtung nichts mehr im Wege. Die Wochenzeitschaltuhr verfügt über einen Sieben-Tage-Turnus, zehn programmierbare Ein- und Ausschaltzeiten und eine Zufallsschaltung für die Urlaubszeit. Der 12- oder 24-Stunden-Modus ermöglicht mehr Flexibilität und ein LCD-Display sorgt für eine gute Übersicht. Durch die Steckdose mit Kinderschutz wird auch an die Kleinsten gedacht.

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

Weihnachten wird's magisch!

Passend im Winter als
Schal, als Mütze, Halstuch
und vieles mehr

Ein Werbegimmick das sich
wie durch „Zauberhand“
den Wünschen seines
Trägers anpassen lässt

Wechseln Sie mit
wenigen Handgriffen
die Form und Funktion
des Multifunktionstuches

Sommermodell



ca. 50 cm

ca. 25 cm

Wintermodell



ca. 71 cm

mit Fleece

ca. 25 cm

aditan GmbH - Industriestrasse 131d - 50996 Köln
Tel +49 (0)221/398039-0 - Fax +49 (0)221/398039-80
info@aditan.de - www.aditan.de

aditan

powered
by





ENTSPANNENDE MISCHUNG

Ein regionales Paket mit Produkten aus dem österreichischen Waldviertel hat Framsohn im Angebot: So enthält das Waldviertler Entspannungspaket unter anderem ein Handtuch von Framsohn mit Transferdruck nach Wahl, ganz gleich, ob es sich dabei um ein Logo oder um ein Foto handelt. Je nach Größe des Pakets werden zum Beispiel noch Tees von Sonnentor, diverse Crèmes und Seifen oder auch regionale Köstlichkeiten wie zum Beispiel Mohnzelten dazu gepackt.

47628 • Framsohn Frottier GmbH • Tel +43 2862 52455-328
zebi@framsohn.at • www.framsohn.at

-Anzeige-

ETWAS
GROSSES
KOMMT
AUF SIE ZU:
EIN
SHUTTLE
VOLLER
KUNDEN!



➤ 11.–13. JANUAR 2012



MEDITERRANES FLAIR

Die Krüge für Olivenöl, eine dazu passende, stilvolle Geschenkverpackung sowie das beliebte Olivenbrot von Opus 4 eignen sich besonders gut als tagesaktuelle Werbeträger, da es sich um Produkte des täglichen Bedarfs handelt. Oft und gerne werden sie vom Verbraucher in die Hand genommen und wecken positive Gefühle: Der kalte Winter lässt sich beim Anblick des südländischen Designs vergessen. Vervollständigt werden diese Eindrücke durch hochwertiges Porzellan und attraktives, stimmiges Design.

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



KLEIDSAMES FÜR DEN NIKOLAUS

Neu im X-Mas-Sortiment von Daiber ist das Nikolauskostüm-Set MB 9538. Der weihnachtliche Spaß besteht aus Mantel, Bart und Mütze und ist in den Größen S/M sowie L/XL erhältlich. Aber auch der Advent Calendar MB 9537 aus rotem Filz mit aufgesteppten Taschen und Filzsternen macht das Warten auf Weihnachten kurzweilig. Schließlich lassen sich die einzelnen Taschen des dekorativen, 78 Zentimeter langen und 39 Zentimeter breiten Adventskalenders mit kleinen Überraschungen befüllen. Zudem hält das Sortiment der Daiber-Eigenmarke Myrtle Beach eine große Auswahl an Nikolausmützen und Weihnachtshüten bereit. Zum besonderen Blickfang wird dabei der Xmas Party Hat mit Feder-Umrandung, weißer Schärpe und bunt blinkendem Diadem.

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

Imageträger Essential



Made in Germany



Schneider Schreib's auf

Kugelschreiber Essential. Unsere Markenqualität für Ihre Qualitätsmarke.
Anfragen an: viw@schneiderpen.de
www.schneiderpen-promotion.com



LEUCHTENDES BEISPIEL

Der innovative Teelichthalter CandleChain 4 line von KHK sorgt für weihnachtliche Stimmung in fast jedem Ambiente. Zehn attraktive Farben zum Kombinieren von Ober- und Unterteilen stehen zur Auswahl. Das Besondere ist die individuelle Werbeanbringung auf den Teelichtern, deren Aufdruck für die gesamte Brenndauer erhalten bleibt. Vom Logoaufdruck bis hin zum dekorativen Design lassen sich für viele Branchen passende Motive umsetzen. Der in einer PET-Box lieferbare Teelichthalter kann ab einer Stückzahl von 250 im individuellen Outfit geordert werden.

46131 • KHK GmbH • Tel +49 221 9854730

sales@khkgmbh.com • www.khkgmbh.com

SANTA BERT UND ENGEL BÄR

Frech und Fröhlich kommen die Wanderuper Weihnachtswichtel von mbw daher. Der Ur-Wichtel wurde einst von Schülern kreiert und von mbw als PVC-Anhänger umgesetzt. Dieser Wichtel entwickelte sich zum Markenzeichen des Weihnachtsdorfes Wanderup, einem gemütlichen Adventsmarkt mit karitativem Hintergrund. An der Weihnachtsmeile und in den Geschäften wird der Wichtel zu Gunsten der Hospizdienste Flensburg und Schleswig-Holstein gegen eine Spende abgegeben. Jedes Jahr wird ein neuer Wichtel entworfen, so auch in diesem Jahr. Die Präsentation des mittlerweile fünften Modells wird mit Spannung erwartet. Überdies beinhaltet die Xmas-Line von mbw diverse Filzanhänger für Baum und Geschenke oder zum Kult gewordene Figuren wie Santa BERT, EngelBERT sowie die kuscheligen EngelBären.

42020 • MBW Vertriebsges. mbH • Tel +49 4606 9402-0

info@mbw.sh • www.mbw.sh • www.weihnachtsdorf-wanderup.de

-Anzeige-



ETWAS GROSSES
KOMMT AUF SIE ZU:
SATTE FÖRDERUNG
VOM STAAT!



› 11.–13. JANUAR 2012

**ETWAS
GROSSES
KOMMT
AUF SIE ZU:
EINE HALLE
VOLLER
ERFINDER!**

› 11. – 13. JANUAR 2012





IN VINO VERITAS

Sommeliers wissen: Erst die richtige Trinktemperatur macht den Wein zu einer reinen Gaumenfreude. Wann die optimale Serviertemperatur erreicht ist, ermittelt zuverlässig das digitale Weinthermometer WS 1009 von technoline, aus der Technotrade-Kollektion. Das praktische Utensil für den Weinkenner kann überdies bis zu vier Optimal-Temperaturen speichern. Die edle Verpackung setzt das Weinthermometer gekonnt in Szene und eignet sich als ideales Werbegeschenk für die verschiedensten Anlässe.

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

GLANZVOLLER AUFTRITT

Das Traditional Shoe Care Equipment, unter der Artikelnummer 490 bei Lieferant Frank Bürsten gelistet, bietet zum einen den Nutzen einer hochwertigen Schuhpflegebox und zum anderen das edle Aussehen eines Geschenksets speziell für die Weihnachtszeit. Der exquisite Inhalt und die mit schwarzem Schmuckpapier kaschierte Box machen diesen Werbeartikel zu etwas Besonderem. Neben je zwei Glanz- und Cremebürsten mit feinstem Rosshaar enthält das Equipment zwei Glastiegel mit Schuhcreme von höchster Qualität. Ein Poliertuch aus Baumwolle und eine ausführliche Pflegeanleitung vervollständigen das Set. Um dieser Gabe eine persönliche Note zu verleihen, lässt es sich individuell nach den persönlichen Vorstellungen der Kunden bedrucken.

41853 • Frank Bürsten GmbH • Tel +49 7673 88865-0
info@frank-brushes.de • www.frank-brushes.de



KÖSTLICHE MISCHUNG

Neu von Nobilia by Slodkie Upominki aus Polen ist die Taika Box, ein kulinarischer Korb mit stilsicherem Inhalt: Bestandteil der Metalldose ist ein Becher im chinesischen Stil aus der limitierten Holiday-Serie Taika in Rot, hergestellt in Italien und kreiert von Designer Klaus Haapenniemi. Zudem beinhaltet das Präsent-Ensemble einen weihnachtlichen Beutel aromatischen Tees, ein Glas belgischer Earl Grey-Marmelade sowie köstliche Mandelkekse.

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

Präsente *2011*



*Präsente 2011 Sonder-Katalog zu beziehen über
Sanford GmbH - Newell Rubbermaid, Tel.: 069 380 789 438
oder über www.newellb2b.de*

WATERMAN
PARIS

 **PARKER**

rotring



TRAGENDE ROLLE

Die klassische und stabile Baumwolltasche von Maprom ist mit einem zeitlosen Weihnachts- beziehungsweise Wintermotiv einseitig bedruckt. Material, Farbe, Verarbeitung und die Möglichkeit der zusätzlichen individuellen Veredelung auf der unbedruckten zweiten Seite der 38 mal 42 Zentimeter messenden Tasche machen aus diesem bewährten Artikel den idealen, der Jahreszeit angepassten Werbeträger. Als ständiger Begleiter fungiert der sofort ab Lager lieferbare Beutel als Eyecatcher im Rahmen einer Weihnachtsaktion oder als besonderer Star in einer Verkaufsaktion für den Kunden.

47372 • Maprom GmbH • Tel +49 5271 9719-0
info@maprom.de • www.maprom.de



ZAUBERHAFTE TEEWELTEN

Weihnachten ist die Zeit der Wunder und mit dem Blooming Tea von Plantanas kann man nun eines verschenken. Das Besondere sind kunstvoll gebundene, ausschließlich in China hergestellte Kugeln weißen Tees, die sich in heißem Wasser zu prächtigen Blüten von betörender Pracht entfalten. Neben dem visuellen Erlebnis überzeugt Blooming Tea auch geschmacklich in besonderer Weise. Denn als Teesorte findet ausschließlich weißer und grüner Tee aus besten und ausgewählten Plantagen Verwendung, und diese gelten als die edelsten und teuersten der Welt. Was liegt in der Weihnachtszeit näher, als seinen Liebsten, Kunden und Freunden eine warme Überraschung zu schenken. Vom Früchtetee namens Weihnachtstee, Rotbusch Kaminstunde, bis hin zum klassischen, unter der Bezeichnung Hirtentee geführten Schwarzttee reicht die über 20 verschiedene Weihnachtsmischungen umfassende Auswahl. Schon ab einer Mindestabnahme von nur 100 Stück fertigt die Plantanas eine kundenindividuelle Teeserie an mit der Möglichkeit, das Design selbst zu gestalten oder die hauseigene Grafikabteilung mit der Gestaltung des Etiketts zu beauftragen – und das völlig kostenlos.

47992 • Plantanas Group GmbH • Tel +49 7306 926230
info@plantanas.de • www.werben-mit-tee.de

-Anzeige-

ETWAS
GROSSES
 KOMMT
 AUF SIE ZU:
 WERDEN
 SIE
 DER
 »PATE«!



➤ 11.–13. JANUAR 2012

Wir bringen Licht ins Dunkel !

Einen Überblick unseres vielfältigen LED-Lampensortimentes finden Sie in unserem **Katalog IMPRESSION 2011** oder in unserem Webshop unter **www.impression-catalogue.com**



*Preise netto zzgl. gesetzl. MwSt



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
4004 LM Tiel
T +31(0) 344 640 500
F +31(0) 344 640 501
E contact@givingeurope.nl

Giving Europe Espana S.L.
Riera Figuera Major. 69
08304 Mataro (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
50019 Sesto Fiorentino
T +39 055 888 61 01
F +39 055 888 61 26
E info@givingeurope.it



VIELSEITIGER HANDWERKER

Perfekt gestaltet, zeitlos schön, ausgestattet mit außergewöhnlich hoher Funktionalität ist Tool Tec von Richartz. Der hochglänzende Gusskörper umschließt schwarz eloxierte Aluminium-Einlagen. Neben der professionellen Zange mit Drahtschneider, einer langen Klinge, einer Säge und vielem mehr, überzeugt die einzigartige Kombinationsfunktion: Der Notfall-Glasbrecher, der durch eine innovative Verriegelung sicher ist und zuverlässige Dienste leistet, nimmt gleichzeitig auch einen Bitadapter und neun verschiedener Bits auf. Zum Lieferumfang gehört auch eine moderne und praktische Gürteltasche, die Tool und Bits gleichermaßen Platz bietet.

40884 • Richartz GmbH • Tel +49 212 23231-0

info@richartz.com • www.richartz.com

DAS KLINGET SO HERRLICH

Zum Fest der Feste sollten guter Geschmack und stimmungsvolle Festlichkeit ideal aufeinander abgestimmt sein: Passende werbliche Gaben hat micx-media mit seinen Media-Sets zu bieten, inklusive neuer farbiger Schuberwellen. Ob das stilvolle DVD-Nussknacker-Set mit stimmungsvollen Stücken vom Weltklasse-Orchester des Bolschoi Theaters oder festlich klassische Klänge im Audio-Nussknacker-Set: Die Auswahl an attraktiven weihnachtlichen Set-Konzepten der Bielefelder harmoniert bestens mit stilvollen Inhalten, die je nach Anlass ganz individuell nach den Kundenwünschen abgestimmt werden können. Geschmackvolle und variantenreiche Präsent-Arrangements finden sich auch aktuell im neuen micx-Katalog sowie im Internet unter www.micx-media.de.

45899 • micx-media in concept gmbh & co. kg • Tel +49 5205 9910-0

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



WERBUNG AUF RÄDERN

Mit der Fahrradtasche Buddy von Halfar fährt jetzt auch das Gepäck bequem mit. Denn die robuste Tasche lässt sich einfach an den Gepäckträger anhängen. Ihr verstärkter Rücken sorgt dafür, dass nichts in die Speichen gerät. Die Fahrradbefestigung versteckt sich Kleider schonend unter einer extra Klappe mit Klettverschluss. So lässt sich die Tasche auch als Umhängetasche einsetzen. Mittels Reißverschluss ist der Inhalt des Hauptfaches vor Regen und unerwünschten Zugriffen geschützt, und der Schließmechanismus kann, als besonderer Clou, mit einer Steckschnalle zum Handgriff verbunden werden. Ebenfalls immer dabei: die individuelle Werbung als Siebdruck, Stick oder Digitaldrucklabel, die auf dem Überschlager der Tasche bestens zur Geltung kommt.

45666 • Halfar System GmbH • Tel +49 521 98244-0

info@halfar.com • www.halfar.com

HORIZONTE

Wasserfest

Strapazierfähig

Umweltfreundlich

Papier aus Stein

ein Beitrag zum Schutz unserer Umwelt

Kein Baum muss für diese Produkte gefällt werden

Umweltfreundlich:

- keine Trinkwasser-Verschwendung - 100% frei von Zellulose
- minimale CO2 Emmission - fluoreszierenden Chemikalien
- keine Verwendung von Bleichmitteln, Säuren, Basen

Materialeigenschaften:

- Super strapazierfähig

- Wasserfest

- Leicht zu bedrucken: Offsetdruckverfahren, Digitaldruck, trocknet schnell, wenig Farbverbrauch

- Lebensmittelecht: Food Test bestanden

- Zertifiziert: LCA, MBDC C2C, FDA, RoHS, REACH,

- Patent: Patentiert in über 40 Ländern



HORIZONTE UG

Sales / Marketing : Feldkasseler Weg 26 ; D - 50769 Koeln

Tel.: +49-2235-4655455.. Fax:+49-2235-4655456 Hdy 0172-6837551

web: www.papier-aus-stein.de



INNERE QUALITÄTEN

Struktura milano 4 heißt die um drei frische Farben für das Innenleben erweiterte Serie von Manikür-Etuis von Richartz. Die Etuis aus tief schwarzem Nappaleder mit einer Auswahl an attraktiven Innenfuttern in Green, Purple, Blue und Black geben diesen Sets ihren individuellen und modernen Charakter. Der markante Magnetverschluss aus mattiertem Edelstahl verschließt das Etui sicher. Mit seinen Manikür-Etuis hat Richartz einen Trumpf im Werbemittel-sektor, der aus dem Rahmen fällt.

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

INDIVIDUELLE ADVENTSGRÜSSE

Der neue System-Adventskalender von Jung bietet neue Möglichkeiten, durch eine individuelle Kontur einen echten Blickfang in der Weihnachtszeit zu platzieren. Dabei kann sich der Kunde beispielsweise für die Form eines Weihnachts-Huhns, eines Lastwagens, eines Logos oder für ein Bild der Mitarbeiter frei entscheiden, da die Kartonage über dem Kalender so angelegt ist, dass sie individuell nach Kundenwunsch ausgestanzt werden kann. Als Standardvariante gibt es sowohl ein rechteckiges Format als auch die Standard-Konturen mit den Bezeichnungen Geschenke sowie X-Mas. Und auch der Inhalt wird der Zielgruppe schmecken: starke Markenschokolade von Gubor!

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



FRÖHLICHE WEIHNACHTSWÜNSCHE

Die Weihnachtskarte von emotion factory sorgt nicht nur am Nikolaustag, sondern auch als Grußkarte für Weihnachtswünsche an die Zielgruppe für höchste Aufmerksamkeit. Der lustige Weihnachtsmann zum Stecken aus Filz und Holz ist in der Karte plano eingelegt und wird mit wenigen Handgriffen zum dekorativen und stimmungsvollen Blickfang auf dem Schreibtisch. So bleibt der Werbende auch dann noch lange in Erinnerung, wenn die Karte gelesen und bereits beiseite gelegt ist. In der Steckfiguren-Kartenfamilie von emotion factory sind auch die Figuren Baum, Stern, Elch, Engel und Schaukelpferd lieferbar. So lässt sich die Botschaft auch variieren und ausweiten. Die Karten sind komplett individuell gestaltbar und bieten viel Platz für die Werbung und für festliche Grüße an den Kunden. Bereits ab einer Abnahmemenge von 250 Stück wird die Individualisierung im vierfarbigen Digitaldruck umgesetzt.

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

ÜBER ERFOLGSKONZEPTE KANN MAN EINIGES LESEN. BESSER, MAN HAT EINES.

Ihr Umsatzplus zur Weihnachtszeit: Mit unserem neuen Händlerkatalog bieten Sie Ihren Kunden richtungsweisende Neuheiten und beste Preis-Leistung!

- + Adventskalender mit Kundenmotiv schon ab 100 Stück
- + Markenschokolade in Premium-Qualität
- + Über 400 Kalendermotive! Gratis Layout-Service



Viele exklusive Neuheiten! Gleich
neueste Händlerkataloge anfordern!
Tel. 09971-85 71 0



Die Adventskalender-Experten:
Europas breitestes Adventskalenderprogramm!

CD-LUX GmbH • Tel 0 99 71-85 71 0 • Fax 0 99 71-85 71 29 • info@cd-lux.de • www.cd-lux.de

CD • LUX 
DIE ADVENTSKALENDER EXPERTEN

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

FIRMENGESCHENKE & INCENTIVES

Inspirierende Designs, brillante Geschenke

Swarovski feiert das 20-jährige Jubiläum des beliebten Weihnachtsornaments mit diesem exquisit gestalteten Stern in klarem Kristall. Es ist an einem eleganten, weißen Satinband mit einem silberfarbenen Metalletikett, auf dem die Jahreszahl 2011 angegeben ist, befestigt. Erinnern Sie Ihre Kunden mit diesem bezaubernden Dekorationsstück an die besonderen Momente des vergangenen Jahres. Zusätzlich ist auch ein kleiner Stern in gleichem Design erhältlich.

Weihnachtsornament € 59,-

Kleiner Stern (o.Abb.) € 32,-


SWAROVSKI



HIER SPIELT DIE MUSIK

Jingle bells, jingle bells, jingle all the way ... bei diesen Klängen kommen in der oft hektischen Vorweihnachtszeit auch im Büro festlich-besinnliche Gefühle auf. Für entsprechende Stimmungen sorgt die kleine Drehorgel von emotion factory. Zusammen mit einer emotionalen Werbebotschaft wird das kompakte Klangwunder zum attraktiven Give-away zu Weihnachten. Die Banderole um das kleine Instrument kann komplett individuell gestaltet werden, und dies bereits ab einer Mindestabnahmemenge von 250 Stück im vierfarbigen Digitaldruck.

45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 81550

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

FESTLICHER GENUSS

Im brandaktuellen Weihnachtskatalog von Jung finden sich wieder viele leckere Neuheiten, die Mitgliedern nahezu jeder Zielgruppe zum Fest ein Leuchten in die Augen zaubern. Allem voran die Präsent-Box mit feinem Gebäck von Bahlsen, die sich im Handel bereits erfolgreich etabliert hat und auch beim Vaihinger Süßwarenspezialisten unter dem viel versprechenden Namen Genuss-Momente geführt wird. In der rundum vollständig individuell bedruckbaren Verpackung aus weißem Karton finden sich drei feine Bahlsen Schokoladenklassiker mit dem Füllgewicht von zirka 117 Gramm, dekorativ präsentiert in einem edlen Tiefziehteil und in Folie verpackt. Kundenindividuelle Gestaltung der Box ist bereits ab 208 Stück möglich.

41545 • Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG • Tel +49 7042 907-0

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



BRENNENDE BOTSCHAFTEN

Bedruckte Kerzen gibt es viele. Absolut neu sind die Kerzen von JHI, die man erst anzünden muss, um die verborgenen Texte oder Bilder sehen zu können. Die vollständige Botschaft erfährt der Betrachter erst Stunde um Stunde, wenn die Flamme brennt. Es kann aus vielen verschiedenen Standardtexten gewählt oder eine selbst gestaltete Grafik in der Größe 21,9 mal 10,5 Zentimeter anlegt werden. Verschiedene Sprachen, das Lösungswort eines Preisrätsels, die Firmengeschichte, Erfolgsprodukte oder die Namen der Mitarbeiter könnten etwa versteckt werden. Bei der Gestaltung hat der Kunde freie Hand. Die Kerze misst 7 mal 14 Zentimeter. Sie wird in die vom Kunden gewünschte Farbe eingetaucht, mit einer ebenfalls individuell gestalteten Banderole umwickelt und danach einzeln in Cellophan verpackt. Auf Wunsch können auch Geschenkverpackungen mit angeboten werden.

48291 • JHI Hackel Industrievertretung GmbH • Tel +49 621 74814-66

info@j-h-i.com • www.j-h-i.com

Our success comes from the details we care about.



As Teks-Pro is a manufacturer company, we provide our customers with qualified, affordable and fast textile service to Europe. As a company, which appreciates the importance of maintaining its responsibilities, both for its customers and employees we achieve the best quality with our textile products, which have been approved by international Oeko-Tex certificate.





HIMMLISCHE MOMENTE

Sanders Imagetools sorgt mit der Künstleredition Angioletto mit verschiedensten Produkten für höchste Genüsse. Zur Auswahl stehen unter anderem ein Piccolo Riesling mit vollflächig hochwertiger Illustration. Die Flasche ist zusätzlich mit einem aufklappbaren Angioletto-Kommunikationskärtchen für persönliche Widmungen ausgestattet. Die italienische Variante Vino Frizzante ist als 200-Milliliter-Alu-Slimline-Dose mit Angioletto-Pärchen erhältlich. Noch exklusiver sind die Dosen als Zweier-Set in einer Präsenthülle mit Metallboden und -deckel inklusive zweier Trinkhalme erhältlich. Die besondere Raffinesse dieses Sets besteht darin, dass beide Dosen nebeneinander gestellt ein Gesamtmotiv ergeben, das an klassische Vorbilder erinnert. Zusätzlich zum Thema Weihnachten ist mit dem Angioletto-Motiv auch eine feine Schweizer Vollmilchschokolade erhältlich. Alle Angioletto-Produkte sind bereits ab 24 beziehungsweise 48 Stück erhältlich und perfekt auch als Last-Minute-Präsent geeignet, da vom Bestelleingang bis zur Auslieferung nicht einmal zwei Werktage vergehen.

46551 • Sanders Imagetools GmbH & Co. KG • Tel +49 9401 60798-0

welcome@imagetools.com • www.imagetools.com

LICHTE BEISPIELE

Mit einer formschönen individuellen Optik überzeugen die exklusiv bei Nestler-matho erhältlichen LED-Leuchten BOB und BOBBY, die inklusive Batterien in attraktiven Geschenkboxen geliefert werden. BOB mit sechs sehr hellen LEDs liegt angenehm in der Hand und wird mit farblich passendem Lanyard geliefert. Es gibt die Leuchte BOB in Schwarz/Grün, Blau und Metall/Rot. Insgesamt kann aus acht Farbvarianten und -kombinationen ausgewählt werden. Die BOBBYs sind die pfiffige Alternative mit drei hellen LEDs und praktischem Schlüsselanhänger mit Karabinerhaken. Insgesamt kann man aus vier Farbmöglichkeiten wählen. Als Werbeanbringung wird eine stilvolle Lasergravur empfohlen. Noch effektivere Werbewirksamkeit verspricht eine rund um den Korpus ausgeführte Laserung.

41816 • Nestler-matho GmbH & Co. KG • Tel +49 7221 2154-0

kay.eichenberger@nestler-matho.de www.nestler-matho.com



AUF TUCHFÜHLUNG

In der männlichen Kleidung ist die Krawatte ein Schmuckstück, das wahren Stil verrät. Club Crawatte Crefeld sorgt mit seiner Kollektion hochwertiger Seidenkrawatten und -tücher für ein geschmackvolles, stimmiges Erscheinungsbild und einen professionellen Auftritt im Sinne der Corporate Identity. Seit jeher bekannt für das gewisse Etwas, bietet der Krefelder Spezialist für textile Accessoires Traditionsunternehmen mit individualisierten Krawatten, Tüchern und Schals maßgeschneiderte Sonderanfertigungen im Corporate Design. Die Produktion der exklusiven Stücke erfolgt überwiegend in Krefeld, in einer der modernsten Jacquard-Webereien Europas. Mit firmeneigenem Designatelier und innovativen Veredelungstechniken werden individuelle Konzepte umgesetzt und werbenden Unternehmen geradezu auf den Leib geschneidert.

43606 • Club Crawatte Crefeld • Tel +49 2151 7812990

service@club-crawatte.de • www.club-crawatte.de

Green PACK
by **LESER**



SERIE EARTH

NEU: Verpackungen aus PLA

100% Biokunststoff
100% kompostierbar



PACKAGING & NATURE

www.leser.de · leser@leser.de

**EXCLUSIVE
GIFT
SETS**



by

SŁODKIE OPONIKI

**CHRISTMAS IS CLOSER
THAN YOU THINK...**

**IT IS TIME YOU CHOSE
AN EXCLUSIVE GIFT FOR
YOUR CLIENTS, CONTRACTORS
AND BUSINESS PARTNERS**

THE SWEETEST OF ADVERT

POLAND, 04-481 WARSAW, BELLONY STREET 1B
TEL: +48 (22) 673 54 75, +48 (22) 611 95 86, FAX: +48 (22) 616 00 08
E-MAIL: INFO@SŁODKIEOPONIKI.PL
WWW.SŁODKIEOPONIKI.PL WWW.SŁODKIE.COM



NUR VOM FEINSTEN

Liebe geht durch den Magen – Kundenbindung aber auch. Gourmet Leon bietet innovative, hausgemachte Spezialitäten. Kräutermischungen für Pestos und Dips, Feigen- und Orangensenf sowie feinste Fruchtbalsame sind nur einige der Highlights aus der kleinen Feinkostmanufaktur, die auch zertifizierte BIO-Qualität anbietet. Kunden können damit ihr individuelles Gourmet-Geschenk selbst gestalten. Gourmet Leon offeriert dafür eine Vielzahl von Formflaschen, Geschenkverpackungen und die Möglichkeit des Private Label.

48266 • Gourmet Leon – Christian Hjort • Tel +49 6251 984144
info@gourmet-leon.com • www.gourmet-leon.com



BUNTES FÜR DEN BAUM

Hochwertige Weihnachtsdeko legt mentec mit seinen Acrylglas-Produkten unter den Tannenbaum. Seit 25 Jahren stellt das Unternehmen unter der Marke Steinhorst Produkte aus Acrylglas her, die durch trendiges Design und große Farbvielfalt bestechen. Neben der langjährig etablierten Serie von hochwertigen Büroaccessoires bietet Steinhorst dem PSI Handel nun auch ein großes Angebot an Baumschmuck, beispielsweise einen Elch oder auch einen 3-D-Weihnachtsbaum zum Zusammenstecken, für die Weihnachtszeit an. Doch auch für jede Saison hat das Unternehmen die passenden Artikel: Ob zu Halloween oder Ostern – die konturgeschnittenen Motive werden schnell und unkompliziert in passgenauen Verpackungen geliefert.

Durch moderne Lasertechnologie garantiert mentec eine präzise Fertigung der hochwertigen Accessoires, die mit Lasergravur, UV-Direktdruck oder Siebdruck individualisiert werden können. Vom Produktdesign über die Produktion und Werbeanbringung bis hin zum Versand an den Endkunden liegt der gesamte Prozess in einer Hand, was hervorragende Qualität, reibungslose Abwicklung sowie größtmögliche Flexibilität sicherstellt. So können Motive auch individuell nach Kundenwunsch entworfen und umgesetzt werden. Die in Deutschland handgearbeiteten Produkte lassen sich dank ihres leichten Materials auch perfekt als Mailingverstärker einsetzen. Um jeden Kunden speziell zu überraschen, gibt es die Weihnachtsaccessoires auch in geringer Stückzahl.

48328 • mentec GmbH • Tel +49 89 4272290
steinhorst@mentec.de • www.steinhorst.de

3D Lasergravuren in Glas



Und welche Idee dürfen wir für Sie umsetzen?

Alle Produkte auch im
PSI Product Finder 2.0

EYE CATCHER

www.krebs-logo.de

- mehr als 30 Kugelfarben zur Auswahl
- kostenloses Design der Kugel am PC
- jedes Logo ist realisierbar

- more than 30 colours available
- free simulation
- we can print any logo!



EVENT
PRESENT
PROMOTION
COLLECT
MERCHANDISE



Teelichthalter mit Logo
Teacandleholder with logo

Ganzjahres Artikel, 6 Farben zur Auswahl, jedes Logo möglich!
Year-round article, make your choice from 6 colours, every logo possible



BRAUNS HEITMANN



Krebs & Sohn eine Marke der
BRAUNS-HEITMANN
GmbH & Co. KG
Industriegebiet Warburg-West
Lütkefeld 15
34414 Warburg / Germany

www.krebs-xmas.de
www.krebs-logo.de

Birgit Müllner:
Tel.: 0049 5641 95481
birgit.muellner@brauns-heitmann.de

PHOTOVOLTAIK FÜR DEN SCHREIBTISCH

Ob Business- oder Weihnachtsgeschenk.
Mit diesen Produkten machen Sie das Thema
Photovoltaik bei Ihren Kunden greifbar.

Jetzt schon an Weihnachten denken
und sofort Katalog anfordern!



Solar Modell 1



Solar Modell 2

Solar Modell 3

2in1 Solar Leuchte

Kugelschreiber ohne Solar-Funktion

Solar Visitenkartenbox

Notizbox ohne Solar-Funktion

Bleistiftbox ohne Solar-Funktion

0068-WD

www.wertobjekte.com



LTP Litschka GmbH & Co. KG | Am Bruch 5 | D-42857 Remscheid
Tel.: +49 2191 71033 | E-Mail: anfrage@wertobjekte.com

WERTOBJEKTE com

Kunden binden mit Präzisionsmodellen

ETW GRO KOM AUF'S

› 11.–13. JA

AS SSES MIT IEZU!



NUAR 2012

NACHRUF

ZUM TODE VON HERBERT RICHTER

Herbert Richter, Seniorchef der Herbert Richter GmbH & Co., ist am frühen Morgen des 12. Mai 2011 völlig unerwartet verstorben. Er wurde am 14. Juli 1933 als Sohn von Alfred Richter und Hilda Richter, geborene Denzle, in Pforzheim als zweites von



Herbert Richter

fünf Kindern geboren. Nach Kriegsende half er maßgeblich, das Unternehmen seiner Eltern in Neuenbürg aufzubauen. Im Jahre 1956 gründete er sein eigenes Unternehmen in Bad Wildbad. Mit Unterstützung seiner Mitarbeiter gelang es Herbert Richter, ein führendes Unternehmen seiner Branche aufzubauen. Herbert Richter stammte aus einfachen Verhältnissen. Mit steigendem wirtschaftlichem Erfolg war es ihm stets ein besonderes Bedürfnis, sich um sozial schwächere Mitmenschen zu kümmern. Sein soziales Engagement, nicht nur innerhalb seines Unternehmens, das viele behinderte Menschen beschäftigt, wurde mit höchster Anerkennung und zahlreichen Auszeichnungen belohnt. So erhielt Herbert Richter für seine Verdienste unter anderem das Bundesverdienstkreuz am Bande und die Bürgermedaille der Stadt Pforzheim. Neben seinem Enga-

gement für sein Unternehmen und verschiedene Organisationen war Herbert Richter auch Mitglied in mehr als 50 Vereinen. Herbert Richter war mit seinem Unternehmen eines der Gründungsmitglieder des PSI und ein langjähriger Freund von PSI Gründer Walter G. Jung. Das PSI sowie die Redaktion des PSI Journals sprechen Familie und Wegbegleitern von Herbert Richter ihre herzliche Anteilnahme aus. <

A&M KREATIVFABRIK

GESCHÄFTSERÖFFNUNG IN WIEN



Am 1. April fand die offizielle Geschäftseröffnung der A&M Kreativfabrik GmbH statt, die seit Februar dieses Jahres die Pharmaindustrie und medizinische Fachkreise mit gebrandeten Medizinprodukten beliefert. Den zahlreichen Gästen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz wurde ein buntes Programm geboten: In den neuen Agenturräumen im zweiten Wiener Gemein-

debezirk war eine sogenannten „Probierstraße“ eingerichtet worden, die eine kleine Auswahl an neuen Werbeartikeln zum Anfassen, Ausprobieren oder Kosten bot. Neben der Produktinformation und -beratung profitierten die Gäste zudem von einer persönlichen Führung durch das Wiener Burgtheater. Stilvoll und kulinarisch ging das Event im Erzherzog-Karl-Zimmer des Burgtheaters zu Ende. www.kreativ-fabrik.com <

WINNING MOVES UK LIMITED
NEUER GESCHÄFTSLEITER
CUSTOM GAMES

Winning Moves hat Peter Griffin zum Geschäftsleiter Custom Games bestellt. Peter Griffin hat zuvor bei Google gearbeitet, wo er die Google University leitete. Danach absolvierte er seinen MBA



Peter Griffin

am Imperial College. Winning Moves erstellt komplett maßgeschneiderte Ausgaben populärer markengeschützter Spiele. Das Sortiment umfasst das weltweit beliebte Brettspiel Monopoly, das meistverkaufte Kartenspiel Top

Trumps sowie Trivial Pursuit, Cluedo, Twister und Yahtzee, die alle individuell auf Unternehmenskunden und Werbung ausgerichtet werden können. Kontakt:

peter@winningmoves.co.uk – www.winningmoves.co.uk/bzb <

MAHLWERCK PORZELLAN GMBH
STEFFEN HOCK NEUER KEY
ACCOUNT MANAGER

Seit 1. Juli 2011 ist Steffen Hock neuer Key Account Manager bei der Mahl-



Steffen Hock

werck Porzellan GmbH, dem Spezialisten für Werbeporzellan high quality. Der Kaufmann und VWA-Betriebswirt bringt langjährige Erfahrungen in der Neuakquise wie der Kundenbetreuung mit: Unter anderem war er Area Sales

Manager bei American Express und Head of Sales bei Legoland Deutschland. Auch die Werbeartikelbranche ist kein Neuland mehr für Hock, denn er arbeitete bereits als freier Mitarbeiter bei einem Werbeartikelhändler. www.mahlwerck.de <

DIE6 MIT NEUEM MITGLIED TOP DISPLAY IM VERBUND AUFGENOMMEN

Erneuten Zuwachs vermeldet der Werbemittelverbund DIE6. Mit der international operierenden Hamburger Werbemittel-agentur top display International GmbH haben die



DIE6

Spezialisten zum 1. Mai 2011 ein weiteres renommiertes Unternehmen in ihren Verbund aufgenommen. Erst im Februar waren mit Manrique (Waldbüttelbrunn) und Tengler Druck (Ingolstadt) zwei neue Mitgliedsunternehmen dazugestoßen. „Wir sind stolz darauf, dass wir top display für unseren Verbund gewinnen konnten“, so DIE6-Geschäftsführer Holger Kapanski. „Dabei dokumentieren wir einmal mehr unseren Willen zu einer kontrollierten Expansion auf allerhöchstem Niveau.“ DIE6 wurde 1990 als Einkaufsnetzwerk von sechs Unternehmen gegründet. Heute besteht der Verbund aus 15 Werbemittelspezialisten, die ein breites Produktspektrum und Serviceleistungen rund um den Werbeartikel anbieten. www.die6.de <

PROMOWOLSCH – THE CUSTOMER FACTORY NEU IM AUSSENDIENST

Seit dem 15. Juli 2011 betreut Annika Raestrup für Promowolsch – The customer factory als Reisende die Händler in West-Europa. Mit ihrer Hilfe soll eine noch engere Beziehung zu den Kunden aufgebaut werden. Neue Agenturen für das breite Streuartikel-Programm aus Kunst-



Annika Raestrup

stoff zu begeistern, gehört ebenfalls zu ihren Aufgaben. Annika Raestrup absolviert in Kürze beim Unternehmen aus Geseke ihre Prüfung zur Industriekauffrau. <

MID OCEAN PARTNER EVENT 2011

LERNEN, NETWORKEN UND GENIESSEN



Zwischen dem 6. und 16. Juni hatte Mid Ocean Brands insgesamt rund 220 Kunden aus ganz Europa zum diesjährigen Partner Event nach Baveno am Lago Maggiore geladen. Entsprechend der Vertriebsgebiete gab es drei Gruppen, die jeweils drei ebenso informative wie unterhaltsame Tage vor der imposanten Kulisse des oberitalienischen Sees verbrachten.

BESTENS ORGANISIERT

Damit sich die Gäste voll und ganz auf die Sessions konzentrieren und das anschließende abwechslungsreiche Rahmenprogramm genießen konnten, war der ganze Event inklusive Anreise bestens vom Gastgeber organisiert. Die deutschen Partner waren zusammen mit ihren Kollegen aus Benelux, Polen und Russland am 14. Juni angereist. Am Ankunftstag war noch genügend Zeit, um sich zu akklimatisieren und erste Eindrücke der bezaubernden Umgebung zu sammeln. Nach Reception und Begrüßung durch CEO Willem van Walt Meijer und Director North Europe Diederik de Koning gab es beim gemeinsamen Dinner eine erste Gelegenheit zum Kennenlernen, die Mid-Ocean-Mitarbeiter und -partner zum Gedankenaustausch nutzten.

NÜTZLICHES KNOW-HOW

Der Folgetag war bis gegen 15 Uhr den Vorträgen gewidmet. Themen wie etwa Webseiten-Optimierung, Kommunikation und Importe aus China gaben interessante Anregungen für Gespräche und vermittelten nützliches Know-how fürs Business. Interessante Erkenntnisse zur Frage „Was erwartet der Industriekunde vom Werbeartikelhandel?“ lieferte eine Studie, die im Rahmen des Events vorgestellt wurde. Am Nachmittag brachen die Gruppen zu verschiedenen Freizeitaktivitäten wie Bootsfahrten auf dem See und Besichtigungstouren in die Umgebung auf. Ein festliches Gala-Dinner war einer der Höhepunkte des zweiten Tages – bevor es am nächsten Morgen auf die Heimreise ging.

STARKER UND KREATIVER PARTNER

Mit dem aufwendigen und vielseitigen Event ist es Mid Ocean Brands wieder einmal gelungen, in lockerem und ausgefallenem Rahmen den Kontakt zu seinen Partnern zu festigen. Anregungen zur Intensivierung der Zusammenarbeit gab es jede Menge und Mid Ocean Brands präsentierte sich als starker und kreativer Partner des Werbeartikelhandels, der den Kunden mit Lösungen überzeugt und ihm das Business erleichtert. <

STUCO GMBH & CO.KG**ERFAHRUNGSUSTAUSCH WERBEMITTEL**

Aktuelle Tendenzen im Werbemittelmarkt und der effiziente Umgang mit Streuartikeln und hochwertigen Werbeartikeln – das waren die zentralen Themen-Schwerpunkte in einem hochinteressanten Workshop, zu dem der Fullserviceanbieter Stuco



**Die Location der Veranstaltung:
Der Kölner Wasserturm.**

jüngst einige seiner großen Kunden eingeladen hatte. In der angenehmen Atmosphäre des Kölner Wasserturms diskutierten die Teilnehmer mit dem Vorsitzenden des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW), Patrick Politze, über Qualitätsstandards, gesetzliche und steuerliche Rahmenbedingungen sowie über die Zukunft des deutschen Werbemittelmarktes. Weitere hochkarätige Referenten lieferten dabei zahlreiche Ansatzpunkte für den lebendigen Erfahrungsaustausch am Nachmittag. Besonders aufmerksam verfolgten die Teilnehmer den Zwischenbericht von Patrick Politze über die vom BWL in Auftrag gegebene umfangreiche Studie zur Wirkung von Werbeartikeln beim Konsumenten. Stuco traf mit der Veranstaltung den Nerv der Zeit: Alle Teilnehmer lobten sowohl die Organisation, die zahlreichen interessanten Themen sowie die Form (Learn-together-Erfahrungsaustausch) dieses Kundenevents. „Die Veranstaltung zeigte bis-

her unbekannte, aber hochinteressante Optionen im Umgang mit Werbeartikeln auf und lieferte viele zahlreiche Ansatzpunkte für die Praxis“, so die einhellige Meinungen der Teilnehmer.

MARKE[DING] WERBEARTIKELMESSE 6./8. SEPTEMBER 2011**ERSTMALS AUCH IN WIEN**

Die Vorbereitungen für die österreichische Werbeartikelmesse Marke[ding] 2011 laufen auf Hochtouren. Nachdem die von Forum Werbegeschenke aus Weißkirchen organisierte Messe in den vergangenen Jahren stetig gewachsen ist, wird es in diesem Jahr zwei Messetage geben. Dazu importieren die Veranstalter das erfolgreiche Konzept aus Wels erstmals auch in die österreichische Hauptstadt. Im Anschluss an die Veranstaltung im Messezentrum Wels am 6. September 2011 steigt der zweite Messetag am 8. September in einer spektakulären Location: der traditionsreichen Wiener Hofburg. Organisatorisch unterstützt wird die Wiener Veranstaltung von den beiden Messepartnern Ebetshuber Werbeartikel, Kalham und Nowak Werbeartikel, Wien. Nähere Infos unter: www.werbeartikelmesse.at oder www.markeding.at



**Spektakulärer Schauplatz der Marke[ding]
2011: Die Wiener Hofburg.**

VERSTÄRKUNG**JUDITH STAHL UNTERSTÜTZT
ECO-PROMO TEAM**

Seit April 2011 unterstützt Judith Stahl die eco-promo GmbH als Vertriebsmitarbeiterin Innendienst. Bei der Beratung



Judith Stahl

und Betreuung der internationalen Händler bringt die 29-jährige Kauffrau für Bürokommunikation ihre Erfahrungen ein, die sie während ihrer Ausbildung bei einem Werbemittelhändler sowie als Sachbearbeiterin und Fremdsprachen-

korrespondentin sammeln konnte. Mit der Verstärkung des Teams unterstreicht eco-promo als Spezialist für innovative ökologische Werbeartikel seinen Fokus auf schnellen und zuverlässigen Service für seine Partner. www.eco-promo.de

PRO FACTORY WERBEMITTEL**AUSBAU DES VERKAUFSTEAMS**

Seit dem 1. Mai 2011 unterstützt Susanne Böttger das Verkaufsteam der Pro Factory Werbemittel GmbH und Co. KG aus Neu Wulmstorf. Die gelernte Grafikerin und Fachkraft für visuelle Kommunikation wird schwerpunktmäßig für die Angebotserstellung, Auftrags-Visualisierungen und Kundenbetreuung



Susanne Böttger

zuständig sein. Auch grafische Umsetzungen wie Flyer- und Kataloglayouts fallen in ihren Aufgabenbereich. Pro Factory hat sich auf die Produktion hochwertiger Werbetaschen spezialisiert. Die

individuelle Taschenproduktion für den deutschsprachigen Markt ist das Kerngeschäft des bei Hamburg ansässigen Unternehmens. www.pro-factory.de

GEIGER AG

ZUWACHS IM MARKETING



Ajla Mahic

Seit Anfang des Jahres verstärkt Ajla Mahic das Marketing-Team der Geiger Aktiengesellschaft. Die gelernte Industriekauffrau ist unter anderem für die Vor- und Nachbereitung von Messen, die Pflege und Betreuung der Geiger-Internetseite

und für Mailing-Aktionen zuständig. Ajla Mahic ist ein „Eigengewächs“ des Kalenderspezialisten. Sie stieg im Jahr 2008 als Auszubildende beim Unternehmen aus Mainz-Kastel ein.

Kontakt: Tel. +49 6134-188212 – amahic@geiger.ag

EMOTION FACTORY GMBH

KREATIVE VERSTÄRKUNG



Franziska Eberhardt

Beim Vaihinger Spezialisten für grüne Werbung, der emotion factory GmbH, ergänzt Franziska Eberhardt seit 1. April 2011 die Marketing-Abteilung im grafisch-kreativen Bereich. Die Grafik-Designerin und studierte Mediengestalterin (Bachelor of Arts) ist überwiegend für Produkt-Neuentwicklungen, Katalogprojekte und für den Servicebereich „Gestaltungsvorschläge für Kunden“ zuständig.

Franziska Eberhardt folgt auf Dina Löwl, die Anfang Mai aus dem Unternehmen ausgeschieden ist.

www.emotion-factory.com

GWW-KONJUNKTURUMFRAGE

AUFWÄRTSTREND SETZT SICH FORT

Jüngst hat der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft (GWW) die Ergebnisse seiner aktuellen Konjunkturumfrage vorgelegt. Demnach verzeichnet das Stimmungsbarometer einen kontinuierlichen Anstieg. Rund 56 Prozent der befragten Unternehmen bewerten ihre derzeitige Geschäftslage als gut. Vor sechs Monaten tendierten 36,5 Prozent der Befragten zu dieser Einschätzung, vor einem Jahr 15 Prozent. Lediglich 3,5 Prozent äußern sich derzeit unzufrieden über ihre Lage, 2010 taten das noch mehr als 20 Prozent.

GUTE AUSSICHTEN

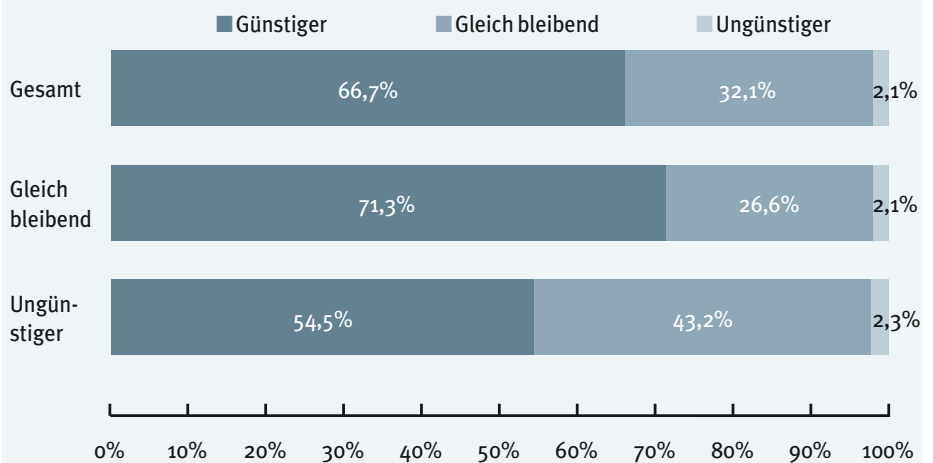
Auch den kommenden Monaten sehen die meisten positiv entgegen. 65,7 Prozent der Befragten erwarten, dass sich der Aufwärtstrend fortsetzt und rechnen mit einer Verbesserung der geschäftlichen Entwicklung binnen der nächsten sechs Monate. „Mit der verbesserten Geschäftslage haben sich die Erwartungen vieler Unternehmen erfüllt. Der Aufschwung erweist sich als erstaunlich robust. Die Geschäftserwartungen der Unternehmen verbessern sich in der ganzen Breite der Wirtschaft weiter – in exportstarken ebenso wie in Binnenbranchen“, resümiert Patrick Politze, Vorsitzender des Lieferantenverbandes und des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft.

MEHR EINSTELLUNGEN GEPLANT

Auch bei den vorgesehenen betriebspolitischen Anpassungen lässt sich der deutliche Aufwärtstrend ablesen. Über 40 Prozent der Befragten tragen sich mit der Absicht, verstärkt in ihr Unternehmen zu investieren, die Produktion auszudehnen, rund 47 Prozent setzen auf einen verstärkten Export. Und mehr als ein Drittel der befragten Unternehmen beabsichtigt die Ausdehnung des Personalstands. An der aktuellen Konjunkturumfrage hatten sich 150 der dem GWW angeschlossenen Unternehmen beteiligt. Die Konjunkturumfrage wird vierteljährlich vom GWW und dessen Mitgliedsverbände AKW, bwg und BWL durchgeführt. Das Stimmungsbarometer dient der Branche als wichtige Informationsquelle. www.gww.de

GESCHÄFTSLAGE UND -ERWARTUNGEN:

Mit welcher Geschäftsentwicklung rechnet ihr Unternehmen in den nächsten 6 Monaten im Vergleich zum gegenwärtigen Zeitpunkt?



44 ≤ n ≤ 140

März 2011 BWL/AKW/bwg/EPPA-Konjunkturumfrage



Hell, modern und geräumig präsentierte sich die Offenbacher Ausstellungshalle K39.

NEWSWEEK 2011

WERBEARTIKEL AUF TOUR

Viele Neuheiten, Besucher und zufriedene Gesichter: Das und vieles mehr bot die diesjährige BWL-Newsweek, die Mitte Mai durch Deutschland tourte. Wir waren vor Ort, um Eindrücke der Werbeartikel-Roadshow für Sie festzuhalten.

Längst ist sie zu einem festen Termin im Kalender vieler Branchenmitglieder geworden: die Newsweek des Bundesverbandes der Werbeartikel-Lieferanten, die vom 16. bis 26. Mai 2011 zum neunten Mal durch die Republik reiste. An insgesamt neun Tagen boten über 90 Lieferanten einen Überblick über ihre Neuheiten, Topseller, Trendprodukte sowie Serviceleistungen. Präsentiert wurde an den sieben Standorten München, Nürnberg, Ludwigsburg, Offenbach, Wuppertal, Hamburg und Berlin. An vielen Stationen war die Stimmung unter den Ausstellern so gut wie lange nicht mehr.

WACHSENDER BESUCHERSTROM

Zur guten Laune und hohen Motivation der Lieferanten trugen sicherlich die erfreulichen Besucherzahlen bei, vor allem

in Offenbach mit 566 Besuchern, Berlin (416 Besucher) und Wuppertal (413 Besucher). Insgesamt 2811 Gäste konnte die BWL-Newsweek verzeichnen. Dieser Erfolg ist gewiss dem effizienten und einzigartigen Konzept der Neuheiten-Show geschuldet: So bietet die Newsweek als Fachmesse für Händler und als Ideenforum für Industriekunden beiden Zielgruppen einen kompakten Überblick über Neuheiten und Trends der Branche.

OPTIMIERTES KONZEPT

Auch in diesem Jahr hielt man an den erprobten „Newsweek-typischen“ Parametern wie „Beschränkung auf wenige Exponate“, „partnerschaftliches Zusammenspiel zwischen Lieferanten und Werbemittelberatern“ sowie „separate Händler- und Industrietage“ fest. Doch wer sich nicht

weiterentwickelt, bleibt stehen. Daher hatte der Bundesverband der Werbeartikel-Lieferanten erneut am Konzept der Roadshow gefeilt. So stellte der BWL den Lieferantenpartnern erstmals ein praktisches digitales Programm zur Angebotserfassung zur Verfügung. Dies ermöglichte den Ausstellern eine zeitnahe und zeitsparende Nachbereitung der Messe. Zudem war ein zweiter Händlertag eingerichtet worden, um dem verstärkten Wunsch nach einer sauberen Trennung zwischen Industrie und Handel entgegenzukommen. Breit gefächert war das Spektrum der Meinungen zum Thema Händler- und Industrietage. Einerseits wurde die Ansicht geäußert, der durchschnittliche Industriekunde sei mit dem Angebot überfordert und könne die Vielfalt des Gezeigten gar nicht beurtei-



Neue Welten taten sich für den Industriekunden auf, vor allem bei erklärungsbedürftigen elektronischen Produkten.



len. Der Händler sei der wirkliche, kompetente Kunde, er denke eher in Projekten und ihm sollte die Beratung gelten. Andere Aussteller hingegen begrüßten die Möglichkeit, auch den Endkunden ihr Angebot ausführlich erklären zu können.

PROFESSIONELLE BERATUNG

Um uns ein möglichst umfassendes Bild von der BWL-Newsweek machen zu können, besuchten wir verschiedene Stationen der Neuheitenschau. Am Standort Offenbach, wo es einen Händler- und einen Industrietag gab, wurde die Newsweek ih-

rem Anspruch als Ideenplattform und Instrument zur Kundenbindung im besonderen Maße gerecht. Im Veranstaltungszentrum Halle K39 in der Kaiserstraße konnten Besucher bequem und fernab jeglicher Messehektik in Erfahrung bringen, welche Neuentwicklungen es bei Büroaccessoires und Schreibgeräten, Sport- und Freizeitartikeln, technischen Produkten, Süßwaren und Textilien sowie klassischen Give-aways gibt. Ideen wurden hier aufgefrischt, Kontakte vertieft und Kunden ausführlich am Produkt selbst beraten. Die

Station Offenbach erhielt daher im Großen und Ganzen gute Noten. Die Gespräche beurteilte man mehrheitlich als gehaltvoll und vielversprechend.

KOMPAKT UND ÜBERSICHTLICH

Als eine in puncto Attraktivität wie Besucherfrequenz der unbestritten besten Locations der diesjährigen Newsweek entpuppte sich die Dressurhalle des Tierparks Hagenbeck in Hamburg. Während im Foyer die Counter regional ansässiger Händler platziert waren, gruppierten sich die einheitlichen Ausstellerstände im alten, mit

ILONA BÜSSELBERG, WAREI GMBH

Wir nehmen seit fünf Jahren als Händler an der Newsweek teil und das hat uns ein klares Umsatzplus beschert. Wir haben immer großzügig



Ilona Büsselberg

Kunden eingeladen, sowohl Bekannte aus der Region als auch solche, die wir gar nicht persönlich kannten. Das Angebot wurde sehr gut angenommen und daraus haben sich interessante Bezie-

hungen ergeben. Als kleine Firma könnten wir bei einer Hausmesse gar nicht so viele Lieferanten einladen. Insofern ist die Newsweek für uns eine nützliche Plattform zur Kundenbindung.

JOEP RAANHUIS, JOYTEX QUALITY BAGS



Joep Raanhuis

Gute Gespräche, vernünftige Anfragen und konkrete Entscheidungen – das hat uns die Newsweek bisher gebracht. Und dabei ist erst die Hälfte vorbei. Von daher bin ich sehr zufrieden, aber das

ist ja nicht neu, denn die Veranstaltung lohnt sich immer. Man kann sich nicht erlauben, nicht dabei zu sein. Als kleineres Unternehmen kann man kaum in zwei Wochen so viele qualifizierte Kontakte machen, so viele Kunden kann ich gar nicht besuchen.

HEINRICH PAPPERT, TEUTOBURGER

Wir sind das erste Mal auf der Newsweek präsent – für uns besonders interessant, weil wir bislang der einzige Wettbewerber unter den Ausstellern



Heinrich Pappert

mit kulinarischem Sortiment sind. Zwei der Ausstellungstage verliefen besonders erfolgreich. Viel versprechende Kontakte via Händler hatten wir bislang schon zu großen Industriekunden, für die

das Thema Kulinarisches auch ganzjährig von Interesse ist. Organisatorisch waren die Tagesabläufe hervorragend vorbereitet. Für künftige Newsweeks wünschte ich mir allerdings etwas mehr Präsenz im nördlichen Teil Deutschlands.



Schaute auch mal kurz, was es Neues gab:
Ein Hagenbeck-Bewohner mit Pfleger.



Die Newsweek geht mit der
Zeit: digitale Auftragserfas-
sung per iPad.

Wandmalereien geschmückten Saal. Kompakt und übersichtlich gestaltete sich hier der Rundgang der Gäste an den Neuheiten entlang. Auch wenn die Deutschlandreise der Lieferantenrunde hier bereits auf die Zielgerade zusteuerte, war den Ausstellern keine Erschöpfung anzumerken. Im Gegenteil: Die hohe Frequenz an qualitativ hochwertigen Besuchern spornte noch einmal zusätzlich an, den Gästen die werbewirksamen wie verkaufsfördernden Möglichkeiten ihrer neuesten Artikel anschaulich be-greifbar zu machen.

HOCH MOTIVIERT

Auch die Händler zeigten sich hoch motiviert und ergriffen die Gelegenheit nicht nur, um bestehenden Kunden in entspannter Atmosphäre neue Werbepotenziale aufzuzeigen, sondern nutzten diese mobile Hausmesse auch zunehmend zur Neukunden-Akquisition. Für BWL-Vorstandsmitglied Bernd Koch, selbst Aussteller mit seinem Unternehmen Club Crawatte Crefeld, liegen die Vorteile der Veranstaltung auf der Hand: „Das Zusammentreffen aller Marktteilnehmer kommt jedem einzelnen

zugute, angefangen vom Lieferanten über den Werbemittelberater bis hin zum eigentlichen Entscheider auf Seiten der Industrie. Und ganz nebenbei promoten wir damit auch die Branche beziehungsweise den Werbeartikel.“

BESTENS ORGANISIERT

Auch in Hamburg gab es zahlreiche positive Stimmen die Organisation betreffend. Durchgängig wurde das Organisationsteam gelobt, in dem neben Ralf Samuel auch Rainer Dillenburg und Klaus Beyer hinter den Kulissen Erstaunliches leisteten. Die

RONALD ECKERT, DÖBLER WERBEARTIKEL

Die Newsweek 2011 in Hamburg war eine rundum gelungene Veranstaltung. Eine interessante Location und eine tolle Auswahl an Lieferanten boten unseren Kunden einen umfangreichen Überblick über die Möglichkeiten der haptischen Werbung. Wir haben sehr gerne an der News-



Ronald Eckert

week teilgenommen und konnten wieder viele interessante Projekte und Anfragen erhalten. Einziges Manko war für uns, dass die Zahl der Zusagen und tatsächlichen Besucher wieder stark voneinander abwich.

LISA HILSER, HERI

Nürnberg, Offenbach, Wuppertal und Berlin waren für uns die besten Stationen der BWL-Newsweek. Dort waren Qualität und Quantität der Kontakte sehr gut. Die Locations waren in der



Lisa Hilser

Regel verkehrsgünstig gelegen, boten ausreichend Platz und gewährleisteten einen flüssigen Besucherrundlauf. Auch bei vereinzelt aufgetretenen Problemen gebührt ein Lob der Organisation und Logistik. Mit Überschneidungen im Messeangebot hatten wir glücklicherweise nicht zu kämpfen, da wir viele einzigartige Produkte im Sortiment führen.

TINA MAHLER, ORCAS

Unseren Eindruck von der Veranstaltung kann man wirklich als ‚sehr gut‘ bezeichnen. Besonders ergiebig war der Händlertag in Offenbach. Aber auch was die so genannten ‚Industrietage‘



Tina Mahler

betrifft, gibt es mittlerweile keine Bedenken mehr – auch von Händlerseite. Wir als Aussteller stehen zu unseren Verpflichtungen gegenüber dem Kunden. Äußerst positiv ist das vom BWL gestellte neue digitale Angebotserfassungssystem via Scanner und iPad, das schon sehr hilfreich ist. Aber auch ansonsten ist die Newsweek bestens organisiert.



Schauplatz der Hamburger Newsweek-Station war die schicke Dressurhalle des Tierparks Hagenbeck.



Abläufe waren bestens getaktet. Jeder Aussteller hatte morgens seine Gitterbox mit seinem Stand und den wichtigsten Werbeexponaten an Ort und Stelle zur Verfügung. Ebenso der Abtransport abends verlief reibungslos. Zudem sorgte die Maßnahme, die Abfolge der Stände von einem zum anderen Ausstellungsort zu verändern, für Zustimmung bei den Lieferanten, in deren Reihen es in der Vergangenheit immer mal wieder Unmut über vereinzelte Platzierungen gab.

AUCH AN DEN ZAHLEN DER BWL-NEWSWEEK LÄSST SICH DIE POSITIVE ENTWICKLUNG DER NEUHEITENSHOW ABLESEN:

München	289 Besucher	(2010: 255)
Nürnberg	388 Besucher	(2010: 379)
Ludwigsburg	355 Besucher	(Stuttgart 2010: 347)
Offenbach	566 Besucher	(Frankfurt/M 2010: 574)
Wuppertal	413 Besucher	(2010: 391)
Hamburg	384 Besucher	(2010: 387)
Berlin	416 Besucher	(2010: 397)

Zu den separaten Handelsbesuchertagen in München und Offenbach begrüßten die BWLer 306 Handelspartner (2010 in Wiesbaden: 241).

GERHARD HÖNIG, RITZENHOFF, BLOMUS

Auf allen bisherigen Stationen der Newsweek waren die Besucher offen und freundlich. Für mich ein Zeichen dafür, dass auch auf der anderen Seite die Geschäfte wieder besser laufen.



Gerhard Hönig

Besonders gut bewerte ich in der ersten Woche die Stationen Ludwigsburg und Offenbach, wo Qualität und Quantität der Kontakte stimmte. Die Ausstelleranzahl auf der Newsweek ist nach meiner Meinung

im Grenzbereich, ein Mehr an Überschneidungen im Messeangebot ist nicht notwendig. Positiv will ich die zwei Händlerstage herausheben, die eine Summe zusätzlicher Kontakte bedeutete.

RALF SAMUEL, GESCHÄFTSFÜHRER BWL: POSITIVE BILANZ



Ralf Samuel

Die erfreuliche Tendenz hält an. Auch die Newsweek 2011 war wieder ein Schritt nach vorne im Rahmen einer in den vergangenen Jahren durchweg günstigen Entwicklung.

Der zusätzlich eingefügte zweite Händlerstag entsprach dem verstärkten Wunsch nach einer sauberen Trennung zwischen Industrie und

Handel. Die Resonanz von Lieferanten wie Handelsseite war insgesamt sehr positiv. Aussteller lobten die Qualität der Besucher und Werbeartikelberater die Qualität des Angebots. Die Unterstützung von Seiten des BWL wie beispielsweise die neue digitale Auftragsfassung mittels iPad wurde sehr gut angenommen. Auch die Organisation verlief nahezu reibungslos. Natürlich werden wir auch bei der künftigen Veranstaltung weitere Anregungen und Vorschläge unserer Mitglieder in die Konzeption mit einbeziehen.



Bei der Führung erfuhr man, wie Blei- und Buntstifte hergestellt und veredelt werden.

BWG FORUM 2011 – 25 JAHRE BWG – 250 JAHRE FABER-CASTELL

GLANZVOLLER JUBILÄUMS-EVENT

Zum 25-jährigen Verbandsjubiläum hat der Vorstand des Bundesverbands der Werbemittel-Berater und -Großhändler (bwg) eine ganz besondere Event-Idee realisiert: Zur Seminarveranstaltung vom 26. bis 28. Mai war der bwg zu Gast bei Faber-Castell in Stein bei Nürnberg. Zwei erlebnisreiche Tage mit spannenden Einblicken in die Stifte-Fertigung, interessanten Vorträgen und einem festlichen Abend im Faber-Castell'schen Schloss.

Das bwg-Forum ist seit Jahren eine rege genutzte Veranstaltung „von Kollegen für Kollegen“, die Inhabern und Geschäftsführern wie auch Mitarbeitern von Werbeartikelunternehmen nützliches Wissen für's Business, aber auch für die ganz persönliche Weiterentwicklung bietet. Im

Jahr des 25. Verbandsjubiläums war das Faber-Castell'sche Schloss nahe Nürnberg Schauplatz des zweitägigen Events. Seit zwei Jahren hat der bwg die Betriebsbesichtigungen bei einem Lieferanten wieder aufgegriffen – eine hervorragende Möglichkeit für die Mitglieder, einmal jähr-

lich hinter die Kulissen zu schauen und einen ihrer Lieferantenpartner intensiv kennen zu lernen. Die Wahl fiel auf Faber-Castell, weil das Unternehmen in diesem Jahr sein 250-jähriges Bestehen feiert. Der führende Hersteller holzgefasster Stifte mit einem breit gefächerten Sorti-



ment zum Schreiben, Zeichnen, kreativen Gestalten und für dekorative Kosmetik gehört zu den ältesten Industrieunternehmen der Welt und ist bereits in achter Generation in Familienbesitz. Seit 1978 steht Anton Wolfgang Graf von Faber-Castell an der Unternehmensspitze.

STIFTEFERTIGUNG AUS DER NÄHE BETRACHTET

Am Nachmittag nach der Anreise traf man sich auf dem Firmengelände, wo Dirk Peppmüller, Leiter Werbearbeit und Sondergeschäfte, die Gäste begrüßte. Nach einer einführenden Information zur Unternehmensgeschichte wurden die Besucher in zwei Gruppen durch die Fabrikation geführt, wo Tag für Tag eine halbe Million Stifte produziert werden. Viel Neues gab es da zu erfahren: Wie entsteht der Härtegrad der Mine und wie kommt sie in den



Der bwg zu Gast bei Faber-Castell:
Mitglieder lernten die Produktionshal-
len und das gräfliche Schloss kennen.



Ein Bild mit Seltenheitswert: Lernen in prachtvollem historischem Ambiente.



Wie immer war das Forum auch Plattform für Gedankenaustausch unter Kollegen.

Holzstift? Worauf kommt es bei der Lackierung an? Wie können Stifte individualisiert werden? Dies alles wurde sachkundig erklärt und jeder konnte beim Rundgang durch die traditionsreichen Fertigungshallen selbst verfolgen, wie aus Zedernholz ein Blei- oder Buntstift entsteht.

BEEINDRUCKENDE PRACHT

Im zweiten Teil der Führung ging es durch den Park zum Schloss. Der 1903 bis 1906 erbaute Familiensitz, der sich von außen im Charakter einer Burg präsentiert, faszinierte die Besucher durch sein geschmackvolles und ausgesprochen prächtiges Interieur. Das Treppenhaus in weißem Marmor, ein Ballsaal mit kostbarer Ausgestaltung, kunstvolle Jugendstil-Mosaiken, wertvolle Gemälde und Wandmalereien, Gobelins und zeitgenössisches Mobiliar – man konnte sich in den weitläufigen Räumen nicht sattsehen. Einen Einblick in die gräfliche Lebensweise des 19. Jahrhunderts ga-

ben auch die original erhaltenen Kinderzimmer, das Herren- und Damenbad sowie eine Ausstellung zur Familiengeschichte, die in einigen der aufwändig restaurierten Räumlichkeiten untergebracht ist. Wo es so viele neue Eindrücke gibt, hat man auch viel zu erzählen, und so hatten die bwgler einen ebenso informativen wie unterhaltsamen Nachmittag. Am Abend startete die Gruppe per Bus nochmals vom Hotel Richtung Schloss, wo im Speisesaal für ein festliches Diner gedeckt war. Nach dem Empfang im Foyer genoß man einen Abend in einzigartiger Atmosphäre. Es war eine fröhliche Gesellschaft, und bei Kollegengesprächen und Gedankenaustausch übers Werbeartikelgeschäft verging die Zeit wie im Fluge. Keine Frage, dass danach im Hotel noch weitergefeiert wurde.

BEWÄHRTES SEMINARKONZEPT

Am zweiten Tag standen die Seminare auf dem Programm. Nach bewährtem Muster

referierten Dr. Brigitte Bösenkopf und Paul Johannes Baumgartner in zwei in sich abgeschlossenen Blöcken, so dass die Teilnehmer die Bausteine kombinieren konnten. Mancher blieb „seinem“ Referenten treu, mancher gewann am Nachmittag neue Eindrücke beim zweiten Vortrag. Bei der Auswahl der Referenten hatte der bwg besonderen Wert darauf gelegt, dass die Themen nicht nur die Geschäftsführer ansprechen, sondern auch für Mitarbeiter interessant sind. Das ist perfekt gelungen, denn die Themen Burnout, Motivation, Stimme als Erfolgsfaktor sowie Gesundheit und Ernährung betreffen wirklich jeden. Dass die Seminare in den historischen Räumen des Schlosses stattfanden, hatte seinen besonderen Reiz: Immer mal wieder schweifte der Blick zu Wandmalereien, Holztäfelungen und kunstvollen Blumenarrangements. <



Paul Johannes
Baumgartner



Dr. Brigitte
Bösenkopf

**Einfach Herrn Fliß kontaktieren –
UND PLÖTZLICH
FINDET SIE
JEDER GUT!**

*Tobias Fliß:
Ihr persönlicher
Betreuer für
unsere neuen
Online Services.*

Wettbewerbsvorteil sichern? Anruf genügt!

Sie sind **Werbeartikel-Hersteller** und bieten attraktive Produkte an? Aber warum finden die Händler Sie dann nicht?

Mit unseren **neuen Online Services** werden Sie mit Ihrem Angebot direkt für Ihre Kunden sichtbar. Und das Beste – ab sofort bedeutet das für Sie: **Minimaler Aufwand. Maximaler Erfolg!**

Jetzt **unverbindlich Tobias Fliß** anrufen unter: **+49 (0) 211 90 191 - 315** oder E-Mail senden an: **Tobias.Fliß@reedexpo.de** und wir erledigen für Sie den Rest!



AB INS NETZ!

Weitere Infos zu unseren neuen Online Services finden Sie unter: www.psi-network.de



Reges Kundeninteresse beherrschte die diesjährige Neuheitenschau in Fulda.

PARZELLERS WERBEMITTEL: HAUSMESSE 2011

BEGEISTERNDE AKZEPTANZ

Am 12. Mai lud Parzellers Werbemittel zu seiner diesjährigen Hausmesse in die Münsterfeldhalle in Fulda ein. Mit 22 Ausstellern stellte das zehnköpfige Parzellers-Team ein breites Spektrum an interessanten Neuheiten und Produktideen vor.

Ideenreiche Neuheiten mit werbestarkem Potenzial sorgten für äußerst reges Interesse auf der jüngsten Hausmesse der Fuldaer Werbeartikelexperten von Parzellers Werbemittel. Das angenehme Ambiente und das gute Catering ergänzten die Präsentation zu einer rundum gelungenen Veranstaltung. Die Bilanz von Parzellers-Geschäftsführer Rainer Klitsch fällt dementsprechend positiv aus: „Wir sind begeistert von der Akzeptanz unserer Messe und konnten einen deutlichen Anstieg der Besucherzahlen verbuchen. 197 Besucher aus 128 Firmen hatten wir zu Gast, die Kunden sind aus bis zu 100 Kilometern Entfernung angereist. Da wir in jedem Jahr die Aussteller teilweise wechseln, wurde besonders die Angebotsvielfalt mit wenig Überschneidungen und das immer neue Bild unserer Messe gelobt. Auch die Aus-

steller waren sehr zufrieden mit dem stetigen Besucherstrom und den teilweise sehr interessanten Anfragen.“

HOCHWERTIGES GEFRAGT

„Auf der Veranstaltung wurde zudem deutlich, dass der Trend zum hochwertigen Produkt anhält. Nach wie vor sind USB-Sticks, Notizbücher, Sonderanfertigungen und Textilien stark gefragt“, kommentiert Klitsch die Tendenz der Kundennachfrage. Dies hänge auch mit der derzeitigen Lage des Werbeartikelmarktes zusammen, die der Parzeller-Geschäftsführer auf gutem Wege sieht: „Die Werbeausgaben sind nicht mehr eingefroren, der Werbeartikel ist in den letzten Jahren längst eine feste Größe im

Marketing-Mix der Unternehmen geworden. Guter Wert-Werbung wird ein hoher Stellenwert eingeräumt. Deshalb werden Beratung, Know-how und Kompetenz immer wichtiger.“

BERATUNG IM FOKUS

Die Stimmung auf Seiten der Industriekunden umschreibt Klitsch im Vergleich zu den Vorjahren als „erheblich entspannter“ und präzisiert: „In den Firmen wird nach der Krise wieder mehr verdient, die Werbemittel-Vorräte sind oft aufgebraucht und es ist ein guter Bedarf zu spüren, wieder neue Aktionen anzugehen.“ Den Auftrieb will das Parzellers-Team künftig für weitere Vorhaben nutzen, die der Geschäftsführer „aber (noch) nicht alle verraten kann“. Sicher indes ist, dass „wir auf jeden Fall unsere Verkaufskraft noch mehr verstärken wollen. Wir setzen weiter auf gute Beratung und Sonderanfertigungen. Damit ist man nicht in der direkten Vergleichbarkeit des erbarmungs-, oft auch sinnlosen Preiskampfes und erhöht gleichzeitig die Kundenbindung.“

www.parzellerswerbemittel.de



Das Parzellers-Team mit Geschäftsführer Rainer Klitsch (3. v. r.) trat auf seiner Hausmesse im Kapitäns-Look auf.

**GIFTED CITY:
İSTANBUL**
İSTANBUL
BİR HEDİYEDİR!



Istanbul Expo Center / Cnr Expo, Turkey 22-25 September / Eylül 2011



SCHREIBWAREN UND LEDER

SMARTE ACCESSOIRES

Alt und immer wieder neu ist das Thema Schreiben. Auch angesichts der Diskussionen um den vermeintlichen Niedergang handschriftlicher Aufzeichnungen in Zeiten des Medienwandels: Es wird weiterhin geschrieben und fleißig notiert. Und dazu hält die Branche die passenden Werbemittel parat.

Bevor wir Ihnen aber die neuesten werbestarken Artikel zum Thema vorstellen, zunächst noch ein kurzer Ausflug in die Geschichte des Schreibens: Die Schrift ist eine der wichtigsten kulturellen Errungenschaften der Menschheit. Zwar benutzen die Menschen bereits seit Zehntausenden von Jahren Zeichen und Bilder, um Botschaften zu hinterlassen. Doch erst durch die Schrift wurde es möglich, Inhalte klar zu fixieren. Die ältesten Schriftfunde gehen ins vierte Jahrtausend vor Christus zurück und stammen aus dem Sumerischen. Bezeichnenderweise handelt es sich dabei um Wirtschaftstexte bzw. um Berechnungssysteme zu Handelszwecken. Man nimmt heute an, dass die Erfindung der Schrift mit der Buchführung im alten Mesopotamien ihren Anfang nahm. Hohlkugeln aus Ton („Bullen“) enthielten verschiedene tönernen Symbole, die zur Kontrolle des Inhalts auf der Außenseite in den Ton eingedrückt waren. Soweit unser kleiner Exkurs. Nun folgen Seiten, die den bleibenden Wert der Schrift speziell auf, mit und durch Werbeartikel – eben auch solche aus Leder – verdeutlichen. Smarte und ebenso beredte Accessoires warten auf Sie. <



ORDNUNG AUF DEM PULT

Für alle mehr oder weniger nützlichen Gegenstände des täglichen Lebens bietet Aristos seine neue Pultschale aus Kunstleder an. Das edel gestaltete Wohnaccessoire wird mit vier Druckknöpfen an den Ecken in Form gebracht und nimmt neben Schlüsselbund, Handy und Co. auch Münzen oder Krimskrums auf. Die Schale gibt es in vielen Farben in Wildleder- oder Glattlederoptik. Auch eine ansprechende Kroko- oder Würfeloptik sind lieferbar. Sie kommt in einem schwarzen Stoffbeutel zum Empfänger und kann mittels Lasergravur auf dem silbernen Metall-Button veredelt werden. Durch die vielfältige Farbstellung passt sich die Pultschale jedem Wohn- oder Einrichtungsstil optimal an.

45456 • Aristos GmbH • Tel +41 41 7432047
info@aristos.ch • www.aristos.ch



NATÜRLICHE ROHSTOFFE

Schreibgeräte wachsen bekanntlich nicht in der Natur, wohl aber Rohstoffe, die deren Herstellung dienen. Dieser Erkenntnis folgend hat Ritter-Pen den Kugelschreiber Organic entwickelt, der zu 90 Prozent aus nachwachsenden, kompostierbaren Werkstoffen besteht. Der Drücker aus ABS-Kunststoff sorgt für das prägnante Outfit des Schreibers. Auf Schaft und Clip steht eine relativ große Werbefläche zur Verfügung. Im Inneren ist eine Jogger Qualitätsmine integriert, die das durchdachte Gesamtkonzept von Organic perfekt abrundet.

44508 • Ritter-Pen GmbH • Tel +49 6161 8080
info@ritter-pen.de • www.ritter-pen.de

Gütesiegel Evo



Made in Germany



Schneider Schreib's auf

Kugelschreiber Evo. Unsere Markenqualität für Ihre Qualitätsmarke.
Anfragen an: viw@schneiderpen.de
www.schneiderpen-promotion.com



GELUNGENER GEL-SCHREIBER

Jüngstes Mitglied der Stabilo EASY-Familie ist der Gel-Roller Stabilo EASYgel, der in Verbindung mit dem trendigen Tisch-Ständer EASYpod zum idealen Werbemittel für alle wird, die mit ihren Werbeaktionen Jugendliche und trendbewusste junge Erwachsene erreichen wollen. Der Anatomie von jungen Erwachsenen angepasst, liegt der in drei frischen Farbkombinationen erhältliche Gel-Roller perfekt in der Hand und ist daher besonders für Viel- und Schnellschreiber geeignet. Mit der blauen Gel-Tinte mit Anti-Schmier-Formel garantiert der mit innovativen Griffmulden ausgestattete Schreiber ein leichtes, flüssiges Schreiben ohne Druck. Im transparenten Zip-Etui überreicht, fällt individuelle Werbung garantiert sofort ins Auge.

43287 • Schwan-Stabilo • Tel +49 911 5673420
service@stabilo-promotion.com • www.stabilo-promotion.com

NEUER LIEBLINGSBOTSCHAFTER

Der Scrivo von Senator erfüllt beste Voraussetzungen, um sich schon auf den ersten Blick in die Herzen der Kunden einzuschreiben: Mit dem matt gebürsteten Aluminium und den frohen Farben setzt er neue Trends auf dem Markt der Metallschreibgeräte. Das als Druckkugelschreiber oder Druckbleistift erhältliche Modell gibt es in Schwarz und Silber sowie in den Modifarben Orange, Rot, Blau sowie Grün. Das Gehäuse des Scrivo kann per Siebdruck, Lasergravur sowie Ätzung veredelt werden.

41838 • Senator GmbH & Co. KGaA • Tel +49 6162 801202
ulrike.lange@senatorpromotion.com • www.senatorpromotion.com



MAGISCH ANZIEHEND

Neu vom Schreibgeräte-Spezialist Reidinger ist der elegante Magnet-Bleistift auf den Markt gekommen: Er haftet buchstäblich an allem Metallischen und ist damit stets griffbereit. Ebenso zieht er magisch alles Metallische an. Die effiziente Werbewirkung erreicht der Magnet-Bleistift durch die flexible Platzierung: eben überall dort, wo der nützliche Alltagsgegenstand gebraucht wird. Optional kann hierfür auch ein selbstklebendes Metallplättchen mitgeliefert werden. Eine hochwertige individuelle Bedruckung macht das pfiffige Produkt schließlich zum perfekten Werbeträger.

42938 • Reidinger GmbH • Tel +49 9732 9105-0
info@reidinger.de • www.reidinger.de

PEN
COLLECTION

senator®

Der neue **VERVE** Atemberaubend vielfältig!

designed to brand

Unglaublich: Über 111.000 Farbvariationen

Individuell: Vielfältige Bedruckungsmöglichkeiten

Innovativ: Neue Präzisionsdrehmechanik

Unverwechselbar: Geschütztes Design



Sie suchen Klasse statt Masse? Mit unserem neuen Verve halten Sie Innovation aus Form, Funktion und Farbe in Ihrer Hand! Kombiniert aus über 111.000 Farbmöglichkeiten und Ihrem Branding wird dieses Schreibgerät alle Blicke auf sich ziehen. 100% versprochen – 100% Qualität!

realize the possibilities / www.senatorpromotion.com



ANHÄNGLICHE BEGLEITER

Kofferanhänger und Tickettaschen für die Reise, „Made in Germany“, gibt es aus der Fertigung der Lederfabrik Garnier. Alle Artikel können je nach Kundenwunsch aus Echtleder, Lederersatzstoffen oder Kunstleder gefertigt werden. Ob farbenfroh oder in gedeckten Tönen, in der Standardform oder individuell gestaltet, oder auch ob exklusiv oder überaus preisgünstig – für jeden Geschmack ist sicher etwas dabei. In Sonderanfertigung lassen sich zudem bei einer Mindestabnahmemenge von 100 Stück eigene Vorstellungen in Bezug auf Form, Farbe und Ausführung realisieren. Werbewirksame Veredelungen mittels Prägung oder Druck sind ebenfalls möglich und werden individuell nach den Wünschen der Kunden umgesetzt.

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

EDLES SCHREIBGERÄTE-SET

Eco-promo, Spezialist für innovative und zugleich ökologische Werbeartikel, bietet mit Executive Albero ein hochwertiges Schreibgeräte-Set, das höchste Ansprüche an eine umweltbewusste Kommunikation erfüllt. Das FSC-zertifizierte Buchenholz für das Gehäuse von Druckkugelschreiber und -bleistift stammt aus nachhaltig bewirtschafteter heimischer Forstwirtschaft. Das edle, schwarze Etui ist aus Recycling-Hartpappe gefertigt. Executive Albero überzeugt durch ein ergonomisches, sympathisches Schreibgefühl.

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



SKAKE IT, BABE

Neu von Nespen ist Shaky, ein pffiger Schüttel-Kugelschreiber in kompaktem Format. Der Clou: Die Mine kommt durch leichtes Schütteln zum Vorschein und verschwindet durch denselben Handeinsatz wieder im Korpus. Mit einer Länge von nur elf Zentimetern passt Shaky bequem in jede Ledermappe, Hand- oder Brieftasche und wird praktischerweise entsprechend oft genutzt. Auf Wunsch wird das in Chrom matt sowie in glänzenden Farben wie Schwarz, Blau, Perlmutter und Kupfer erhältliche Schreibgerät, das mit einer genormten D1-Kurzmine bestückt ist, in attraktiver Klarsicht-Geschenkbbox geliefert.

40608 • Max Nestele GmbH & Co. KG Nespen • Tel +49 7231 9207-0
info@nespen.com • www.nespen.com



HIMMLISCHE ERFÜLLUNG

Mit Flying Wish Paper hat Contento ein im Sektor bereits bestens bekanntes Wunschzettel-Set im Lieferprogramm, das auf Partys, Geburtstagen, Hochzeiten, zu Weihnachten oder auch zu Silvester für Furore sorgt. Flying Wish Paper funktioniert ganz einfach: Der Anwender notiert seine Wünsche, Träume und persönlichen Ziele mit dem im Set enthaltenen Bleistift auf einem der Wunschzettel, konzentriert sich fest auf den niedergeschriebenen Inhalt und knüllt den Zettel in der Hand zu einer kleinen Kugel. Anschließend wird der Zettel wieder vorsichtig auseinandergefaltet, leicht glatt gestrichen und so um den Zeigefinger gedreht, dass eine Säule entsteht, die aufrecht auf einer der ebenfalls im Set enthaltenen Unterlagen abgestellt werden kann. Mit dem Streichholz wird die Wunschsäule schließlich angezündet, um im letzten Moment abzuheben und in den Himmel zu steigen.

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

UMA[®]
Die Handschrift
der Werbung



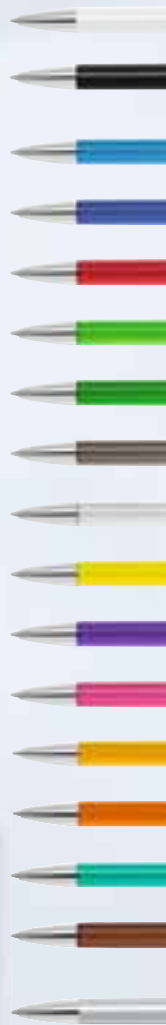
CANDY – Der Unwiderstehliche



GRUPPE DREI[®] 0811

CANDY SI
0-0124 SI

CANDY transparent SI
0-0124 T-SI



Der neue uma
Hauptkatalog
2011/2012 ist da!

www.uma-pen.com/hauptkatalog

www.uma-pen.com

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

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



ZAUBERHAFTER BOTSCHAFTER

Wie alle anderen Originalprodukte von Rubik's ist auch beim gleichnamigen Stift das Besondere, dass sich die zu ihm gehörigen Würfel allesamt einzeln um die eigene Achse drehen können. So werden Spiel und Spaß mit zuverlässiger Funktionalität des Schreibers verbunden. Jede einzelne Würfelfläche kann übrigens im Offsetdruck in Fotoqualität bedruckt werden, wodurch das Accessoire zum aufmerksamkeitsstarken Werbeträger wird.

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

FESTIVAL DER FARBEN

Der neue Skeye Basic von Senator bringt Farbe ins Spiel: Bei Skeye Basic handelt es sich um einen in Weiß, Gelb, Orange, Rot, Hellgrün, Grün, Blau und Schwarz erhältlichen, modernen Druckkugelschreiber mit innovativem Anti-Roll-Effekt, der dafür sorgt, dass der Clip immer nach oben zeigt. Vorteil: Dadurch steht die dort angebrachte Werbung stets im Blickpunkt. Eine effektive Werbewirkung, die durch die neuen intensiven Farben noch verstärkt wird, ist damit garantiert. Insbesondere der breite Clip, aber auch der Schaft des Schreibgeräts, lassen sich aufmerksamkeitsstark per Sieb- oder Tampondruck veredeln. Erhältlich ist Skeye Basic mit in Schwarz oder Blau schreibender, langlebiger Großraummine.

41838 • Senator GmbH & Co. KGaA • Tel +49 6162 801202
ulrike.lange@senatorpromotion.com • www.senatorpromotion.com



FARBENFROHER BESCHÜTZER

Mit Skuba Pen Sleeve lanciert Senator ein modernes Einstecketui für Schreibgeräte auf dem Werbeartikel-Sektor. Das neue Pen Sleeve, außen aus Vinyl und innen aus Stoff gefertigt, bietet idealen Schutz für einen einzelnen oder zwei schmale Schreiber und passt dank seiner kompakten Maße in nahezu jede kleine Tasche. Das werblich per Druck oder Prägung individualisierbare Accessoire ist in Orange, Rot, Lime, Cyan sowie in dezenteren Farben wie Dunkelblau, Anthrazit und Schwarz erhältlich.

41838 • Senator GmbH & Co. KGaA • Tel +49 6162 801202
ulrike.lange@senatorpromotion.com • www.senatorpromotion.com



Request your offer:
frans@newpen.be



Blumiger Magnetismus



team-d

Import - Export Warenvertriebs GmbH

Erlenwiesen 10-12
D-73614 Schorndorf

Fon: 07181/989600
Fax: 07181/989601

www.team-d.de
psi@team-d.de

nebulös?



Wir helfen

individuell, preisgünstig, schnell

Lederfabrik Garnier

Kofferanhänger
und Ticketaschen



ENTE, LOK ODER LOGO

Wer einen USB-Stick in einer individuellen, nicht standardisierten Form sucht, kann diesen bei Adesteflash in Auftrag geben. Für seinen maßgeschneiderten USB-Stick braucht der Kunde lediglich einen ersten Entwurf seiner Idee an Adesteflash zu schicken. Nachdem der Lieferant seine Lösungsvorschläge in Form von Bildern an den Kunden zur Prüfung zurückgeschickt hat, entwirft Adesteflash ein entsprechendes Designkonzept und fertigt die gewünschte Form. Verwendet werden ausschließlich Markenspeicher. Auf Wunsch wird der USB auch mit den Kundendaten bespielt. Zudem sind auch AutoRun-Funktionen und Datenschutzoptionen möglich.

48214 • Adesteflash Polonord Adeste SRL • Tel +49 69 67733524
info@adesteflash.com • www.adesteflash.com

FIXE IDEE

GLAGGwildlife heißt die raffinierte Geschenkidee von iClaw, ein Aufkleber fürs Handy, der fortan als Halterung fungiert. Aber nicht nur Handys finden mit der vermutlich kleinsten Universalhalterung der Welt ihren Platz. Auch Fernbedienungen, Smartphones, Navigationsgeräte oder USB-Sticks können an beliebiger Stelle im Auto, im Büro oder auch im Aktenkoffer positioniert werden. Die ultraflachen Hochleistungsmagnete wurden speziell zur Anwendung auf elektronischen Geräten entwickelt. Überzogen mit feinem Leder werden die in Österreich handgefertigten und in sechs Varianten erhältlichen Produkte zum stilvollen Blickfang.

48297 • iClaw Innovations- & Vertriebs GmbH • Tel +43 4274 51658
stranig@iclaw.eu • www.iclaw.eu



MAGISCH ANZIEHEND

Neu von Reidinger ist der patentierte Magnet-Zimmermannsbleistift mit sicher am Stiftende eingearbeitetem Magneten. Er ist erhältlich in eckig-oval, weiß lackiert, und überaus nützlich, da er alles Metallische anzieht. So hilft er etwa dabei, Nägel und Schrauben parat zu halten und solche aus Ritzen zu bergen. Das pffiffige, individuell bedruckbare Produkt haftet überall griffbereit, praktischerweise also auch an Leitern, Werkzeugkästen, Maschinen oder auch am Metallregal.

42938 • Reidinger GmbH • Tel +49 9732 9105-0
info@reidinger.de • www.reidinger.de



SCHÖN UND PRAKTISCH

Die Funktionsweise der wahlweise aus klassischem Leder oder aus Kunstleder fabrizierten Rucksack-Tragetasche von Kerler ist einfach und originell: In Sekunden lässt sich die Tragetasche mit einem Handgriff vom schicken Shopper in einen geräumigen, bequem zu tragenden Rucksack umfunktionieren. Das Behältnis misst 40 mal 42 mal 9 Zentimeter, womit es ein Fassungsvermögen von über 15 Litern erreicht. Durch Bedruckung mittels großflächigen Fotodrucks wird es zum aufmerksamkeitsstarken Eyecatcher.

47270 • Kerler GmbH • Tel +49 7563 91000

post@kerler.de • www.kerler.de



ART. 82 100 Twinx

Schreiben
erleben ...



GEMASERTER SCHREIB-MASTER

Massive Holzmaterialien und feinste Mechaniken machen den Druckkugelschreiber Vivo von e+m Holzprodukte zum Handschmeichler par excellence. Schlichtes Design und edle Naturmaterialien, gepaart mit perfekter Technik, zeichnen den mit handgearbeitetem Korpus aus massivem Holz und perfekt in der Hand liegenden Kugelschreiber aus. Vivo ist erhältlich in dunkler Wenge sowie heller Braunesche natur oder weiß gebeizt. Alle Oberflächen sind mit natürlichen Wachsen versehen, womit Vivo eine perfekte Haptik erhält. Personalisiert nach Kundenwunsch durch Bedruckung oder Lasergravur, verpackt in schwarzer Geschenkbox, ist Vivo ein nachhaltiges Werbegeschenk.

42200 • e+m Holzprodukte GmbH • Tel +49 9181 2975-75

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



EINDRUCKSVOLLE PRÄSENTATION

Der erste Eindruck zählt, wenn es um das Werben von Neukunden geht. Mit der maßgefertigten Präsentationsmappe aus Kunststoff von Siplast werden Verkaufsunterlagen optimal präsentiert. Anschreiben, Visitenkarte und Prospekte erhalten einen festen Platz, damit der Kunde schnell die gesuchte Information findet. Die Mappen bieten zudem für jedes Budget großen Gestaltungsspielraum bei der Ausstattung. Von der Einstecktasche über den passenden Verschluss bis hin zum Tragegriff werden alle Details optimal auf den Inhalt abgestimmt. Abgerundet wird der erste Eindruck durch ein tadelloses Corporate Design, das über die Auswahl der passenden Materialfarbe und eines ansprechenden Aufdrucks spielend gelingt.

46405 • Siplast Siegerländer Plastik GmbH • Tel +49 2732 59220

info@siplast.de • www.siplast.de

-Anzeige-

ETWAS
GROSSES
KOMMT
AUF SIE ZU:
1.600
FREUNDE
AUF EINER
PARTY!



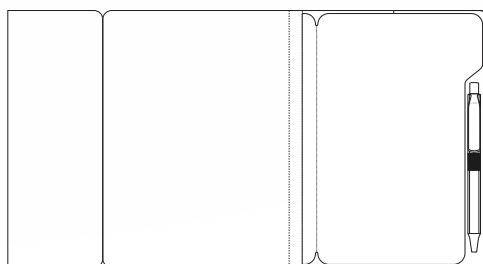
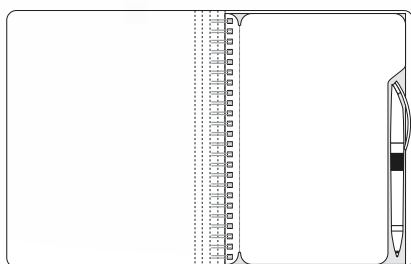
➤ 11. – 13. JANUAR 2012



Zwei 2-in-1 Markenbotschafter. Eine Klasse für sich.

Die neuen CS8 Block und CS8 Ring

Personalisierbar und mit dem Stift Ihrer Wahl für einen ausdrucksstarken Auftritt – die neuen Prodir Pen-Books sind einfach eine Klasse für sich. Der vergrößerte Buchdeckel des CS8 Block bietet Platz für jede Gestaltungsidee. Den CS8 Ring erkennt man sofort an der Ringbindung mit Metallspirale und der praktischen Tasche für Visitenkarten oder andere Kleinigkeiten. Einfach besonders!





NOSTALGISCHE SPORTGERÄTE

Als SA 8000 zertifiziertes Unternehmen steht Bola Gema aus Pakistan für Qualität in Sachen Bälle. Die Pakistani haben eine große Auswahl an Hand-, Fuß-, Futsal-, Volley- Beach- sowie Rugbybällen mit großer Werbefläche für den Aufdruck von Kundenlogos. Zu den Highlights derzeit zählt der aus zwölf Teilen genähte 12 Panel Retro-Ball aus hochwertigem Leder, im Bereich des Ventils mit einer trendigen Ledernaht versehen. Ähnlich wie dieser Fußball gestaltet ist auch ein attraktiver Rugbyball. Soll eine dreidimensional erscheinende Werbebotschaft auf dem Ball erscheinen, muss der Kunde lediglich sein Logo an design@bolagema.com einsenden oder seine Wünsche an sales@bolagema.com schreiben.

47566 • Bola Gema • Tel +92 52 3550426

sales@bolagema.com • www.bolagema.com

AUSDRUCKSSTARKER WERBER

Ein Tintenroller aus Metall im Design Golf-Style ist einer der Stars im Sortiment von Troika. Ausgestattet mit einer schwarzen Troika 5888 Mine, hergestellt in Deutschland, wird das von grafixx designte Produkt in weißer Metallbox inklusive Ersatzmine geliefert. Mit nur 44 Gramm ist das kompakte, nur 126 mal 13 mal 15 Millimeter kleine Produkt ein Leichtgewicht mit zugleich ausdrucksstarken Werbeargumenten.

46311 • Troika Germany GmbH • Tel +49 2662 9511-0

d.roether@troika.de • www.troika.de



KOMFORTABEL EINGEHÜLT

Ein Kugelschreiber im attraktiven Etui ist immer willkommen und so hat die Lederfabrik Garnier eine Reihe hochwertiger Etuis im Angebot. Die abgebildeten Etuis und Hüllen sind Muster aus eigener Fertigung. Aber auch jede andere Form lässt sich laut Garnier kostengünstig realisieren. Verarbeitet werden auf Wunsch die verschiedensten Materialien, vom erlesenen Rindsleder über bestes Spaltleder bis hin zu kostengünstigem High-Tech-Kunstleder. Auch die Farbgebung unterliegt fast keiner Einschränkung. Die Werbebotschaft des Kunden erfolgt mittels Bedruckung oder Prägung.

42592 • Lederfabrik Garnier GmbH • Tel +49 6175 7982710

info@lederfabrik-garnier.de • www.lederfabrik-garnier.de

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

ECKENFELDER!
Kalender und mehr...

www.eckenfelder.de



KEIMFREI ZEICHEN SETZEN

Stilolinea, Schreibgerätespezialist aus dem norditalienischen Turin, hat mit iProtect einen zu 99,9 Prozent antibakteriell wirkenden Kugelschreiber auf den Markt gebracht. Für das ISO 22196 zertifizierte Produkt, das in Italien hergestellt wird, wurden ausschließlich hochwertige Materialien verwendet. Besonders geeignet ist iProtect für den werblichen Einsatz im Bereich der Medizin. Auf dem Korpus des Schreibers ist reichlich Platz für die individuelle Botschaft, die in verschiedenen Verfahren aufgedruckt werden kann.

45328 • Stilolinea Srl • Tel +39 011 2236350
info@stilolinea.de • www.stilolinea.de



ANSPRUCHSVOLL UND UNTERSCHRIFTSREIF

Einen schlanken Metallkugelschreiber namens Noir, der seinem Namen dank seines in Schwarz glänzend gehaltenem Korpus alle Ehre macht, hat Troika im Angebot. Ausgestattet ist Noir mit in Schwarz schreibender Troika easyFlow Mine, die in Deutschland hergestellt wird. Ausgeliefert wird der schmale, elegante Werbebotschafter in schwarzer Metallbox inklusive einer Ersatzmine.

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

-Anzeige-

ETWAS GROSSES KOMMT AUF SIE ZU:

DIE CHANCE

AUF »BIG APPLES«!



› 11.–13. JANUAR 2012



ALL YOUR PEN₃

STILOLINEA®



Eco Friendly Pens: for a cleaner world.

Choose for your company promotion the green signature of Stilolinea Eco Friendly Pens. Bio-S! and the other Ecopens are produced with natural, compostable and certified materials with full respect for the environment; the innovative iProtect provided with an antibacterial additive; Eco Ciak and Eco Baron recycled in Europe. All exclusively created by the Italian Designer Mr. Enrico Fumia and all guaranteed, as always, by Stilolinea.

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



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

GLITZERNDEN SIXPACK

Scribo Bleistifte hat passend zur Weihnachtszeit ein reichhaltig ausgestattetes und werthaltiges Bleistift-Geschenkset im Sortiment. Das Geschenkset besteht aus sechs schwarzen Bleistiften mit Swarovski-Kristallen, einem schwarz lackierten Anspitzer, einem Lineal sowie Radiergummi und Metallschoner. Die Innenteile sind in der Kombination Schwarz und Grau gehalten, die Außenhülle ist rot. Damit avanciert der Bleistiftsatz auf jedem Schreibtisch zum echten Blickfang. Das Set ist ohne Mindestauflage auch einzeln erhältlich. Ab einer Auflage von 200 Stück können Bleistifte und Außenhülle der Box individuell bedruckt werden, so die Information aus Süddeutschland.

46262 • Scribo Bleistifte oHG • Tel +49 9128 727249

info@scribo-bleistifte.de • www.scribo-bleistifte.de



HANDLICHE SAMMELMAPPE

Bei Bühring gibt es ab sofort die praktische, handliche Handy-Mappe Bovo aus leicht genarbttem Vollrindleder, entworfen von MMDesign M. Makedonski. Sie eignet sich hervorragend für Notizen bei Messe-Rundgängen und kleineren Besprechungen. Die Mappe, die über eine praktische Lasche mit magnetischem Verschluss verfügt, kann nach Kundenwunsch auch variabel gestaltet werden, zum Beispiel mit elastischen Schlaufen für USB-Sticks und mehrere Schreibgeräte oder mit Steckfächern für Karten sowie auch hinsichtlich der Auswahl des Materials. Als Werbeanbringung wird eine Blindprägung im Rahmen der Produktion auf dem Lederzuschnitt empfohlen.

40807 • Bühring GmbH • Tel +49 4154 795400

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



NÜTZLICHE ANHÄNGSEL

Es gibt Dinge, von denen kann man nie genug bekommen. Kugelschreiber und Schlüsselanhänger gehören dazu, und so schlagen Kunden mit dem Geschenkset For you von Inspirion gleich zwei Fliegen mit einer Klappe. Das Set beinhaltet einen in Blau schreibenden Kugelschreiber mit Drehmechanismus und einen Schlüsselanhänger mit einer 25 x 15 Millimeter großen Druck- und Gravurfläche. Beide Artikel sind farblich aufeinander abgestimmt und können in den Farben Rot, Blau und Schwarz bestellt werden. Auf Samtvelours gebettet, machen Kugelschreiber und Schlüsselanhänger im rechteckigen Etui einen guten Eindruck.

42907 • Inspirion GmbH • Tel +49 421 5227-0

info@inspirion.eu • www.inspirion.eu



STEINHORST®

EINE MARKE DER MENTEC GMBH.

Hightech Laserbearbeitung trifft auf jahrzehntelange Erfahrung und detailverliebte Handarbeit. So entsteht Präzision und ein vollendetes Design für unsere STEINHORST®-Büroaccessoires. Jedes Detail steht im Fokus unserer Leidenschaft und kann den individuellen Wünschen unserer Kunden angepasst werden.

Vom Locher über Hefter bis hin zum Ablagekorb und Brieföffner veredeln wir mit unseren Artikeln jedes Arbeitszimmer und sorgen für einen individuellen und hochwertigen Charme.

WWW.STEINHORST.DE



Pen **RITTER**®
GERMANY

Design-Metallclip

Hochglänzende
Oberflächen

Große Werbefläche
auf dem Schaft

Art.-Nr.: 15300

MADE IN GERMANY



Elegance
Transparent

www.ritter-pen.de



SCHÖNER SCHREIBEN

Die Schreibmappe Unique von Halfar besticht durch gradlinige Optik und vielseitige Funktionen. Sie ist aus schwarzem Kunstleder gefertigt. Innen findet von der Visitenkarte über Unterlagen im Format DIN A4 bis hin zum Kugelschreiber alles wohlgeordnet seinen Platz. Ein Schreibblock ist bereits integriert. Der besondere Clou ist der Magnetverschluss: Er verleiht der Schreibmappe ihr charakteristisches Design. Zugleich dient er als zusätzliche Fläche für Veredelungen.

45666 • Halfar System GmbH • Tel +49 521 98244-0
info@halfar.com • www.halfar.com

KLEINES ALLROUND-OFFICE

Prodir hat sein Stiftbuchsoriment um die zwei neuen Pen-Books CS8 Block und CS8 Ring erweitert. Die personalisierbaren Notizbücher sind die ersten Pen-Books, die mit jedem Prodir Schreibgerät kompatibel sind, wofür die flexible Stiftflasche des CS8 Block und CS8 Ring sorgt. Damit alles auch sicher verschlossen ist, kommt ein Elastikband zum Einsatz. Die Modelle sind in den Versionen Basic und Plus erhältlich. Äußerlich präsentieren sich beide Modelle mit eleganten Rundecken. Im Inneren macht ein Buchblock mit speziell konturierten Seiten auf sich aufmerksam. Die Buchdeckel der Version Basic sind in zwei Standardfarben erhältlich und mit Siebdruck oder transparentem Glanzreliefdruck personalisierbar. Die Buchdeckel der Version Plus können individuell mit Bilddruck oder Volltonfarben im Vierfarbendruck gestaltet werden.

43417 • Prodir GmbH • Tel +49 6762 4069-0
sales@prodir.de • www.prodir.de



KOMFORTABLES SCHREIBGEFÜHL

Bisher mussten drei Finger der Greifhand dafür sorgen, dass Schreibgeräte ordentlich geführt werden und eine leserliche Schrift auf dem Papier hinterlassen. Bei langem Schreiben führt das zu verkrampften Fingern. Ein völlig anderes Konzept verfolgt hingegen PenAgain ErgoSleek von JHI. Dieser ergonomisch geformte Stift verschmilzt gewissermaßen mit der Schreibhand. Der Zeigefinger fährt durch die beiden Enden des Schaftes und legt sich in eine gummierte Mulde, wodurch der Finger nicht abrutschen und daher völlig unverkrampft geschrieben werden kann. Das polierte Aluminium des PenAgain ErgoSleek und sein Gewicht machen ihn zu einem hochwertigen Design-Schreibgerät. Der PenAgain ErgoSleek wird in den drei verschiedenen Farben Chrome, Nachtblau und Anthrazit und einer Geschenkbox mit Ersatzminen geliefert. Mit einer Lasergravur kann ein Logo oder die URL des Kunden aufgebracht werden.

48291 • JHI Hackel Industrievertretung GmbH • Tel +49 621 74814-66
info@j-h-i.com • www.j-h-i.com





einfach. online. bestellen.



- schneller Zugriff rund um die Uhr
- einfache Preiskalkulation
- zuverlässige Bestellabwicklung
- günstigere Preise
- schnelle Lieferzeiten
- nur für Wiederverkäufer

 <http://shop.karlknauer.de>

D-77781 Biberach/Baden
Tel. +49 (7835) 782 333
Fax +49 (7835) 782 349
www.karlknauer.de
webshop@karlknauer.de



TINTENROLLER *ball*
FRIXION



1. schreiben 2. reiben 3. korrigieren



die gesamte FRIXION family sehen Sie unter www.pilotpen.de



PILOT

express your visions



FLEXIBLES DUO

Banduo, das flexible Kombiband von DNS Design, ist vielseitig einsetzbar und verbindet geschickt Dinge, die zusammengehören. Frei nach dem Motto: aus zwei mach eins. Das Werbeband gibt es in verschiedenen Größen, lässt sich individuell bedrucken und passt sich somit an jedes Werbekonzept optimal an. Banduo ist ideal geeignet als Streuartikel oder auch als Mailing-Verstärker. Für die Individualisierung der Bandfarbe kann ab 250 Stück frei nach Pantone C ausgewählt werden. Auf dem Stoffband wird per Siebdruck veredelt. Optional kann ein hochwertiger Kugelschreiber inklusive Individualisierung mitgeordert werden.

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



DIE LEICHTIGKEIT DES SCHREIBENS

Schon der Name des Schreibsets, Carbon, weckt hohe Erwartungen, die nicht nur optisch eingelöst werden. Das bei Topico erhältliche Set besteht aus Tintenroller und Kugelschreiber, jeweils versehen mit echter Karbon-Veredlung am Schaft. Das hochwertige Material sorgt für ein leichtes und entspanntes Schreibgefühl. Denn Karbon ist hart wie Stahl, aber leichter, und rostet nicht. Einen glänzenden Eindruck hinterlassen auch die silberfarbigen Dekorelemente und das elegante Schwarz der Verschlusskappe. Der Tintenroller schreibt in Schwarz auf Weiß. Ein harmonisches Schriftbild in Blau liefert der Drehkugelschreiber ab. Die edlen Schreibgeräte werden in einem Geschenk-Etui mit Aluminiumplatte versandt, die sich für eine Logo-Anbringung eignet.

44327 • Topico • Tel +49 40 780992-0
sales@topico.de • www.topico.de

-Anzeige-



ETWAS
GROSSES
 KOMMT
 AUF SIE ZU:
 SO RICHTIG
 WICHTIG
 BEHANDELT
 WERDEN!

➤ 11.–13. JANUAR 2012

PSI JOURNAL

Der Countdown zur 50. PSI Messe 2012 läuft:
Präsentieren Sie sich flankierend zu Ihren
Werbemaßnahmen mit redaktionellen Beiträgen
oder Anzeigen im PSI Journal!

PSI Journal 09/2011

Titelthema I: Geschirr und Küchenhelfer

Titelthema II: Herbstneuheiten

Redaktionsschluss: 15. Juli 2011

Anzeigenschluss: 05. August 2011

PSI Journal 10/2011

Titelthema I: Digitale Speichermedien/Audio

Titelthema II: Premiums und Uhren

Redaktionsschluss: 19. August 2011

Anzeigenschluss: 05. September 2011

PSI Journal 11/2011

Titelthema I: Mailingverstärker/Streuartikel

Titelthema II: Werbeatikel für Sie/Ihn/Best Ager

Redaktionsschluss: 16. September 2011

Anzeigenschluss: 05. Oktober 2011

PSI Journal 12/2011

Titelthema I: Trends und Klassiker

Titelthema II: Werkzeug und Do-It-Yourself

Redaktionsschluss: 17. Oktober 2011

Anzeigenschluss: 04. November 2011

PSI Journal 01/2012 - Messeauflage 25.000 Expl. -

Titelthema: Messeneuheiten 2012

Redaktionsschluss: 28. Oktober 2011

Anzeigenschluss: 21. November 2011

Beschreibung + Abbildung Produkt:

Bitte senden Sie nur ein Produkt je Titelthema.
Beschreiben Sie einfach und klar, was der Anwender
über das Produkt wissen sollte. Die Beschreibung
(DOC-, PDF- oder RTF-Formate, 800 Zeichen inkl.
Leerzeichen) sowie separat eine hoch auflösende
Abbildung des Produkts (EPS, TIF, JPG, PDF, die
Mindestauflösung beträgt 300 dpi) senden Sie uns
per E-Mail an die Redaktion des PSI Journals unter:
hoechemer@edit-line.de

Eine potentielle Veröffentlichung der Produktvorstellung
ist kostenlos, kann aber nicht garantiert werden.

Für Anzeigenschaltungen finden Sie die Mediadata unter
http://www.psi-network.de/media_daten_1-186.html

Für weitere Beratung steht Ihnen das PSI Sales Team
zur Verfügung:

Tel.: +49 211 90 191 - 600

E-Mail: sales@psi-network.de

kaai
KALENDER

Werbung im Zeichen der Zeit!

Werbekalender 2012

Monatsplaner
mit Werbefußleiste



▲ 3-Monatsplaner
"Middle" B58F

NEU:



Jetzt mit
Wire-O-Bindung

Monatsplaner
mit Wire-O-Bindung



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



**Jetzt kostenlosen
Katalog bestellen!**

Unsere Produkte

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

Kaai Kalender GmbH

Senefelderstr. 8
73760 Ostfildern

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

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



SCHARFER SCHREIBER

Dass ein Kugelschreiber auch in völlig anderen Formen umsetzbar ist, beweist der innovative Schweizer Messerhersteller Victorinox mit Signature: Das Schreibgerät ist in die Schale eines nur 58 Millimeter langen Taschenwerkzeugs integriert. Im aufgeklappten Zustand wird daraus ein vollwertiger Kugelschreiber, dessen gasdruckgefüllte Marken-Mine in jeder Lage schreibt. Zusammen mit der Schere, der Nagelfeile mit Schraubenzieher, der Klinge und der Pinzetten/Zahnstocher-Kombination, wird Signature zum praktischen Schlüsselanhänger. Mit Signature Lite hat Victorinox zudem ein Modell mit LED im Programm. Es stehen insgesamt neun Schalenfarben zur Auswahl, drei davon in transparenter Ausführung.

44281 • Victorinox AG • Tel +41 41 8181211

261@victorinox.ch • www.victorinox.ch

AUF DER ROLLE

Einen pfiffigen Bleistift hat Newpen aus Belgien im Lieferprogramm: Der feine, mit glatter und runder Außenhaut gestaltete Stift namens Newspaper ist vollständig aus Zeitungspapier gefertigt und außen mit einem farbigen Finish ausgestattet, wodurch der Korpus des mit einer HB-Mine sowie am Ende mit einem Radiergummi ausgestatteten Schreibers bedruckbar wird. Die Größe der Werbefläche beträgt 45 x 15 Millimeter. Aktuell sind ab Lager sechs verschiedene Farben lieferbar.

48142 • Newpen sprl • Tel +32 67 220195

frans@newpen.be • www.newpen.be



STANDING OVATIONS

Werbebotschaften präsentieren sich effektiv und originell mit Hilfe der Bookcover-Aufsteller aus dem Hause Notes. Die hochwertigen Bookcover-Aufsteller beinhalten je 50 Blatt der nützlichen adNOTES® Haftnotizen in den Formaten 100 x 72 Millimeter sowie 50 x 72 Millimeter einschließlich eines Filmmarker-Sets mit 5 Streifen zu je 20 Blatt im Format 12 x 45 Millimeter. Damit ist alles griffbereit, was man zur Bearbeitung von Unterlagen und für rasche Notizen benötigt. Der ansprechende Aufsteller lässt sich ideal gestalten und bietet jeder Werbebotschaft ausreichend Platz. Desktopdisplays werden flachliegend einzeln in Folie eingeschweißt geliefert. Gehüllt in einen vierfarbig bedruckbaren, glanzfolienkaschierten Bookcover-Einband, zeigen sich die Bookcover-Aufsteller rundherum von ihrer besten Seite.

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

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



BLEIBENDE WERTE

Wer ein ganz besonderes Geschenk mit bleibendem Wert sucht, wird bei Parker garantiert fündig. Die hochwertigen Schreibgeräte der Premium-Marke der Newell Rubbermaid – Sanford GmbH erfüllen höchste Ansprüche. In diesem Jahr präsentiert Parker wieder attraktive Geschenkverpackungen für die Serien Parker IM und Urban. Der Parker IM definiert den Begriff des hochwertigen Schreibgerätes zu einem erschwinglichen Preis neu. Er vereint mit seinem modernen Design Klassik und ausgereifte Technik. Der Einsatz von hochwertig glänzendem Lack und Chromteilen sorgt für höchste Qualität. Das Produkt ist in acht Oberflächen einzeln oder auch als Set in einer attraktiven Geschenkverpackung erhältlich. Parker Urban ist das perfekte Schreibaccessoire für designbewusste Menschen: kurvig und ergonomisch, die ideale Verbindung aus Form und Funktion. Parker Urban Premium kombiniert unverwechselbares Design und aktuelle Farben mit einer speziellen Oberflächenbearbeitung für eine exklusive Haptik. In der modernen Schatulle findet sich zusätzlich ein klassisches Notizbuch mit hochwertiger Soft-Touch-Oberfläche und fein liniertem Papier.

42878 • Parker Schreibgeräte – eine Marke

der Newell Rubbermaid – Sanford GmbH

werbeartikel@sanford-europe.com • www.newellb2b.de

Schreibgeräte in Bestform...

...erleben Sie
nur bei uns.
Tauchen Sie ein in
die bunte Welt der
P.Collection und
besuchen Sie
uns auch auf
unserer neuen
Website.
Wir freuen
uns auf Sie!

P.COLLECTION

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



DEONET FÜHRT KUGELSCHREIBER EIN

Deonet hat sich im Werbeartikelmarkt als zuverlässiger und schneller Produzent personalisierter USB-Sticks etabliert. Ab sofort bietet Deonet auch Kugelschreiber für den Werbeartikelmarkt an. Der Deonet Budget Pen ist ein neutraler Kunststoffkugelschreiber mit schwarzer Mine, der in roter, schwarzer und blauer Gehäusegestaltung erhältlich ist. Die Kugelschreiber können vollfarbig oder in nahezu jeder PMS-Farbe personalisiert werden. Hierfür nutzt Deonet seine modernen, digitalen Drucktechniken. Dies beinhaltet gestochen scharfe Druckumsetzung zu einem besonders günstigen Preis. Der Budget Pen ist schon ab einer Menge von 70 Stück verfügbar. Dank europäischer Produktionsanlagen (Eindhoven, Niederlande) profitieren Kunden von niedrigen Mindestbestellmengen und einer kurzen Lieferzeit von nur fünf Werktagen für das gesamte Sortiment, heißt es bei Deonet.

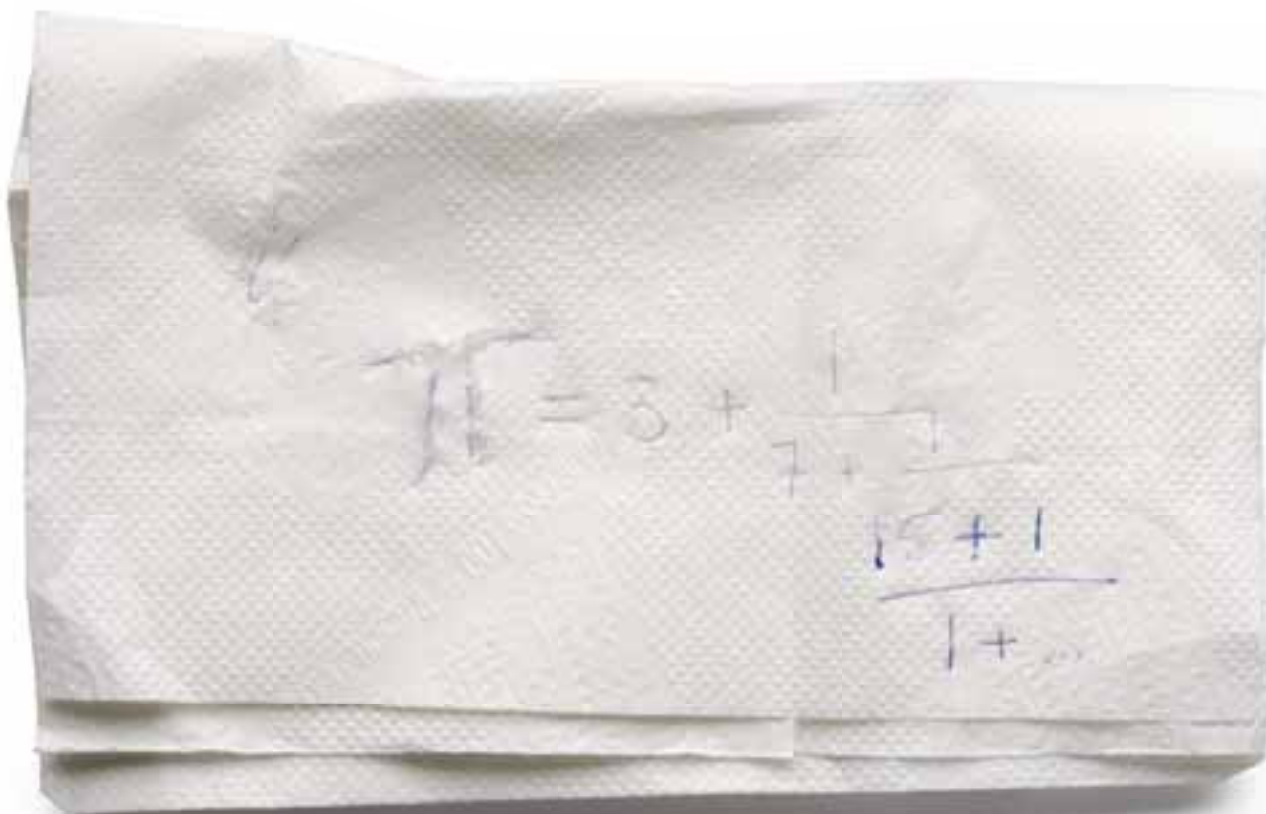
46660 • Deonet GmbH • Tel +49 2824 955-225
c.evers@deonet.de • www.deonet.de

-Anzeige-

ETWAS GROSSES
KOMMT AUF SIE ZU:
EINE HALLE
VOLLER ERFINDER!



➤ 11.–13. JANUAR 2012



Note the difference.



- An even thickness and quality of line • Age and light resistant • Lifetime guarantee on the push mechanism
- Water resistant • Writes 8,000 m. • Replaceable refill • Available in all the colours of the rainbow
- Also comes as a mechanical pencil • Made in Sweden



 **BALLOGRAF** rondo

There's only one original.



Der Jubiläumskatalog bietet ein umfassendes und leistungsstarkes Angebot an Werbeartikeln für jeden Anlass.

Seit nun dreißig Jahren überzeugt Süße Werbung die Branche spielend von den Vorzügen seiner süßen Werbeartikel. Das individuelle Erfolgskonzept des Schwarzwälder Unternehmens basiert auf vielen Faktoren: Zu ihnen zählt auch der besonders gute „Riecher“ für Markttrends und außergewöhnliche Innovationen. Mit dieser besonderen Gabe war bereits Unternehmensgründer Pieter Schubert ausgestattet. Er beschloss Anfang der achtziger Jahre, sein Konditorengeschäft auszuweiten und seine Eigenkreationen als individualisierte Werbegeschenke auch an Unternehmen zu verkaufen. Schon bald trug diese Idee erfreulich viele Früchte, war aber zum Bedauern von Schubert stark an das Weihnachtsgeschäft gekoppelt. So sann er über einen geeigneten Werbeartikel nach, der sich bei Jung und Alt, Groß und Klein stetiger Beliebtheit erfreuen sollte und gleichzeitig auch während des gesamten Jahres verarbeitet und verkauft werden konnte.

FRUCHTGUMMI – REVOLUTION IM WERBEARTIKELMARKT

Schließlich kam er auf einen Gedanken, der nicht nur sein eigenes Geschäft auch während des Jahres zusätzlich beflügeln sollte, sondern auch den gesamten Werbeartikelmarkt revolutionierte: Fruchtgummi als Werbeartikel. Um auch in diesem attraktiven Geschäftszweig seine Unabhängigkeit zu bewahren, begann er als bis dahin erster und einziger Süßwarenlieferant im deutschen Werbeartikelmarkt das Fruchtgummi selbst herzustellen und mit einer eigenen Gummibärchenabpackmaschine zu verpacken. Auch wenn diese Strategie anfänglich von vielen Mitbewerbern belächelt wurde – mit ihr begann der Siegeszug der Süßen Werbung. Ein Vorreiter sollte Schubert noch ein weiteres Mal sein: Nur wenige Jahre nach seiner ersten mutigen Entscheidung war er der erste seiner Bran-

30 JAHRE KALFANY SÜSSE WERBUNG GMBH & CO. KG

PIONIER IN SACHEN SÜSSE WERBEARTIKEL

Fruchtgummi als Werbeartikel – mit dieser Idee revolutionierte Süße Werbung einst den Werbeartikelmarkt. Stolz auf seine lange Tradition feiert der Süßwarenlieferant in diesem Jahr sein 30-jähriges Bestehen. Ein Rückblick auf eine rasante Erfolgsgeschichte.



Auch das ist ein Stück Firmengeschichte: Der junge Pieter Schubert (2. v. r.) weist Stimmungskanone Tony Marshall (4. v. r.) in die Osterhasenproduktion ein.



Dachziegel in Schokolade gegossen.

che, der eine eigene Digitaldruckmaschine kaufte und damit die Produktionstiefe und Flexibilität rund um seine süßen Werbeartikel weiter komplettierte. „Wir waren dem Markt immer voraus. Wir haben nicht auf seine Anforderungen reagiert, sondern ihn mitgestaltet“, erzählt Schubert.

LEBENDIGER INNOVATIONSGEIST

Das sichere Gespür für aufkeimende Trends zu haben und die Kompetenz, die Innovationen so unabhängig wie marktgerecht umzusetzen, zählen sicherlich zu den herausragendsten Stärken von Süße Werbung – damals wie heute. Auch nach der Übernahme des von Schubert gegründeten Unternehmens im Jahre 2007 durch die Zertus-Tochter Kalfany setzt der heute unter dem Namen Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG firmierende Werbeartikelspezialist auf die Drei-Säulen-Philosophie: Innovation, Unabhängigkeit und Qualitätsführerschaft. Mit dem heutigen Geschäftsführer Fritz Haasen konnte das Unternehmen einen durchaus würdigen Nachfolger für den kreativen Gründer Schubert finden. Haasen vereint wie nur wenige Pioniere Gespür für das Machbare sowie kaufmännisches Geschick. Dank dieses vorausschauenden Managements präsentiert die Kalfany Süße Werbung heute eine Fruchtgummi- und Bonbonproduktion, eine Schokoladenveredelung, eine Druckerei, eine Verpackungs- sowie eine Logistik- und Versandabteilung unter einem Dach.

LEBENSMITTELQUALITÄT WIRD GROSSGESCHRIEBEN

Damals wie heute ist die Lebensmittelqualität und -sicherheit ein großes Thema im Hause Kalfany. Täglich sorgt ein Expertenteam für die Gewährleistung und Weiterentwicklung des hohen nationalen wie internationalen Qualitätsanspruchs. Zusätzlich unterzieht sich das Unternehmen in regelmäßigen Abständen einem sehr aufwändigen Verfahren zur Lebensmittelauditierung. Das mag wohl mit ein Grund dafür sein, dass das Unternehmen beliebter Kooperationspartner für weltbekannte Markenartikler der Süßwarenbranche ist. Heute zählen so klangvolle Namen wie Ferrero, Lindt & Sprüngli, DeBeukelaer, Katjes, Soletti, Manner, Tabasco und viele mehr zum Markenportfolio der Süßen Werbung und ergänzen so zum größten Teil exklusiv die hauseigenen Marken Pulmoll, Kalfany, Cupper Sport sowie Echt Sylter Brisen-Klömbyes.

NACHHALTIGE PERSPEKTIVE

Genau wie in der Lebensmittelherstellung setzt das Team der Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG auch in puncto „nachhaltige Produktion“ hohe Maßstäbe an sich selbst. Bereits jetzt hat das Unternehmen erhebliche Summen in die Optimierung seines Energiekreislaufs investiert. So fördert Kalfany aktuell mit einer Summe von fast zwei Millionen Euro den Bau einer großen Photovoltaikanlage mit über 700

kWp in Herbolzheim und Müllheim. Mit dem daraus selbst erzeugten Solarstrom soll das Unternehmen zukünftig ein Viertel seines jährlichen Strombedarfs decken und bei einer Laufzeit von zwanzig Jahren gegenüber der konventionellen Stromerzeugung 8.300t CO2 einsparen. In Planung ist auch die zeitnahe Errichtung von Wärmerückgewinnungsanlagen. Mit diesen kann nicht nur die Anschlussleistung für Heiz- und Kälteenergie, sondern auch der Energieverbrauch für Heizung und Kühlung und damit Schadstoffemissionen wie Betriebskosten gesenkt werden. Fritz Haasen: „Neben unserem klaren Bekenntnis zu Innovation, Qualität und Vertrauenswürdigkeit halten wir die Aufnahme des Themas Nachhaltigkeit in unsere Unternehmensstrategie für eminent wichtig – gerade im Rahmen unserer integralen, zukunftsweisenden Ausrichtung auch an werteorientierten Maßstäben.“

TOLLE ANGEBOTE ZUM JUBILÄUM

Das Jubiläum will Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG natürlich auch mit seinen Geschäftspartnern feiern. Deshalb bietet das Unternehmen ein umfangreiches Jubiläumsangebot mit über 50 Neuheiten und tollen Aktionsangeboten zu Sonderkonditionen. Sie werden das komplette Jubiläumsjahr über die süße Werbewelt beflügeln und Akzente setzen.

www.kalfany-suesse-werbung.de



Karin Koch und Heinz Draaken haben in zehn Jahren viel erreicht: ein funktionierendes Unternehmen mit stabiler Kundenbasis.

10. PEINER WERBEARTIKELTAG – 10 JAHRE KOCH PROMOTION

ERFOLGSFAKTOR BERATUNG

Nach bewährtem Konzept und mit sichtlichem Erfolg ging im Juni der 10. Peiner Werbeartikeltag über die Bühne. Im Forum Peine, der allseits beliebten Location, präsentierten rund 40 Lieferanten Neuheiten, Klassiker und Werbeartikel „Made in Germany“. Zudem feierte Veranstalter Koch Promotion sein 10-jähriges Jubiläum.

Gut gefüllte Gänge und Andrang an den Ständen – was der Besucher schon am Vormittag ahnte, bestätigten uns Karin Koch und Heinz Draaken am Nachmittag: Mit 140 Personen von 89 Firmen hat auch die zehnte Auflage der Hausmesse von Koch Promotion, einem Partnerunternehmen der Moll Logistik GmbH, wieder bemerkenswerten Zuspruch seitens der Industriekunden erfahren. Sogar 24 neue Unternehmen waren erschienen, was den Veranstalter ganz besonders freute. Und

so wurde das gleichzeitige Jubiläum von Unternehmen und Messe auch im zehnten Jahr ein Erfolg, von dem aus man zuversichtlich nach vorne schauen kann.

FIRMENGESCHICHTE IST MESSEGESCHICHTE

Unternehmen und Messe sind bei Koch Promotion besonders eng verknüpft: „Nachdem wir im März 2002 unsere Firma gegründet hatten, haben wir im selben Jahr gleich den ersten Werbeartikeltag veranstaltet. Als Partner von Moll hatten wir ja

bereits Kontakte zu Lieferanten und so war eine Messe ein erster Schritt in den Markt. Tatsächlich wurde sie sozusagen zur Initialzündung für die Firma“, erzählt Karin Koch. „Obwohl es damals auch eine wirtschaftlich schwierige Zeit war, konnten wir auf Anhieb gute Kunden gewinnen, die uns zum Teil bis heute treu sind.“ Grundsätzlich war in der Region, die früher zum eher strukturschwachen Zonenrandgebiet zählte, zu dieser Zeit eine breite Mittelstandsbasis vorhanden. So gab



Kommunikation und viel Information:
Der Peiner Werbeartikeltag ist jedes Jahr eine gut besuchte Hausmesse.



Persönliche Betreuung wird bei Koch Promotion groß geschrieben.
Berater Thomas Ulrich führte seine Kundinnen über die Messe.



es noch ausreichend Potenzial im Werbeartikelgeschäft, was den Firmenstart sicherlich erleichterte, so die Einschätzung der Geschäftsführerin.

INDIVIDUELLE BETREUUNG VON ANFANG AN

Was ist es nun, was dem Unternehmen eine solch stabile Kundenbasis beschert? „Wir setzen von Anfang an auf persönliche Beratung und Kontakt. Im Gegensatz zu Moll arbeiten wir überhaupt nicht mit Katalogen, sondern bringen unsere Muster gerne persönlich zum Kunden. Das gibt uns die Gelegenheit, Ideen zu erläutern und noch genauer zu erfahren, was der Kunde braucht“, so Heinz Draaken. Die Beratungskompetenz wird noch dadurch getoppt, dass Koch, Draaken und ihre Berater bei Bedarf gemeinsam mit dem Kunden zum Lieferanten fahren, um Informationen aus erster Hand zu vermitteln. „Wir bieten dem Kunden eine Plattform von Produkten und Ideen, die er für sich nutzen kann. Was uns von Seiten des Lieferanten erreicht, das geben wir an den Kunden weiter, so dass er sich auf die-



ser Basis entscheiden kann. Vom Selbstverständnis her begreife ich den Werbeartikelhandel als Vertrieb des Lieferanten“, ergänzt Karin Koch.

STABILE BASIS GESCHAFFEN

Nach unserem Gespräch haben wir den Eindruck, dass die beiden zufrieden sind mit dem, was sie erreicht haben: Das Team steht, jeder Kunde hat seinen festen Ansprech-

partner, und das wird honoriert. Es gibt praktisch keine Personal-Fluktuation, was ebenfalls für das Unternehmen spricht. Wohin soll die Reise weiter gehen? „Unsere Firma hat eine gesunde Größe erreicht, die auch so bleiben soll. Wir werden weiterhin unsere Basis festigen und uns um Akquise kümmern, aber das Schiff soll immer wendig bleiben“, resümiert Karin Koch. <



Das umfangreiche Sortiment an Dosen und -inhalten bietet für jeden Geschmack etwas.

ADV PAX LUTEC BEZIEHT NEUE RÄUMLICHKEITEN

KOMPETENZ IN SACHEN WEISSBLECH

Die ADV PAX Lutec GmbH, spezialisiert auf Verpackungen aus Weißblech, ist umgezogen. Der stetig wachsende Zuspruch für die kreativen, formschönen und praktischen Werbedosen war verantwortlich für den Bezug der neuen Räumlichkeiten, die ein schnelles und effizientes Arbeiten ermöglichen.

Bereits seit 2003 hat die Firma ADV PAX Lutec GmbH ihren Sitz in Dettlingen an der Erms. Die permanent wachsende Zahl erfolgreicher Partnerschaften mit zahlreichen namhaften Unternehmen führte im Laufe der Zeit dazu, dass die ursprünglichen Geschäftsräume den Anforderungen nicht mehr genügten und die Flexibilität zunehmend einschränkten.

Über kurz oder lang gab es daher nur eine Lösung: Neue Büroräume mussten her. Vergangenen Februar war es soweit: Die Belegschaft der Firma ADV PAX Lutec konnte den fertig gestellten Neubau in der Paul-Lechler-Straße 5 beziehen.

EFFIZIENTES ARBEITEN

Bei der Planung des neuen Gebäudes wurde an alles gedacht: Geräumige Büros und

eine Lagerfläche für bis zu 800 Paletten erleichtern dem Team schnelles und effizientes Arbeiten. Ankommende Container werden nun direkt und ohne Verzögerung im betriebseigenen Lager abgefertigt und kontrolliert. „Eine zügige Weiterleitung an Kunden oder kostengünstige Einlagerung sind nun einfacher denn je. Die Lieferzeiten werden dabei mit etwa 10 Wochen so kurz wie möglich gehalten. Wünscht der Kunde eine Konfektionierung, ist nun auch das an Ort und Stelle möglich, dank der passenden Räumlichkeiten“, so Geschäftsführerin Elzina Kukavica.

ATTRAKTIVER SHOWROOM

Außerdem stehen nun attraktive Präsentationsflächen zur Verfügung: „Ein ansprechender Showroom lädt Kunden ein, sich ausführlich beraten zu lassen und sich selbst von der hervorragenden Qualität der in Asien gefertigten Weißblechdosen zu überzeugen. Die Vielzahl der ausgestellten Dosen, die im Laufe der Jahre produziert wurden, wird mit Sicherheit viele Kunden zu eigenen, unverwechselbaren Formen und Gestaltungsmöglichkeiten inspirieren. Für Kunden, denen es nicht möglich sein sollte, den Showroom von ADV PAX Lutec zu besuchen, findet sich im neuen, umfangreichen Musterlager garantiert ein passendes Anschauungsobjekt, das ihn auf Wunsch auch auf dem Postweg erreicht“, erklärt Elzina Kukavica weiter.



FÜR JEDEN GESCHMACK ETWAS

Als gewissermaßen ‚reale‘ Ergänzung zum gerne frequentierten virtuellen Online-shop wurde im neuen Gebäude des Dettinger Unternehmens nun auch ein Dossenshop-Lagerverkauf eingerichtet. „Hier können nach Herzenslust Dosen verschiedener Art – bedruckt, geprägt oder blank, leer oder befüllt – sowie hochfeine Pralinen, Teesorten, Gewürze und andere Leckereien für den eigenen Genuss, als ausgefallene Geschenke oder für den täglichen Gebrauch eingekauft werden“, umschreibt die Geschäftsführerin das umfangreiche Sortiment an Dosen und -inhalten, bei dem sicherlich für jeden Geschmack etwas zu finden ist.

HÖCHSTE QUALITÄTSANSPRÜCHE

Als Experte für innovative Verpackungen aus Weißblech ist das Unternehmen ADV PAX Lutec darauf spezialisiert, detailliert auf Kundenwünsche einzugehen. Bei den Produkten kann es sich um blanke wie bedruckte Dosen handeln, um Dosen mit Sichtfenster oder Streueinsatz, um klassische Dosen oder Sonderformen in allen erdenklichen Formen. ADV PAX Lutec steht für höchste Qualitätsansprüche. Kein Wunder also, dass Qualitäts-Marken aus den unterschiedlichsten Branchen sich auf die Verpackungsprofis aus Süddeutschland verlassen. „Ob sachlich, üppig, modern oder nostalgisch, ob bedruckt, geprägt oder gestanzt – Produkte und Fer-



Die beiden Geschäftsführer Elzina Kukavica und ihr Mann Edin.

tigung sind geprägt von Qualität, Zuverlässigkeit und Schnelligkeit, und diese wiederum sind die Garanten für eine erfolgreiche und langfristige Zusammenarbeit mit unseren Partnern“, betont Elzina Kukavica und ergänzt: „Individuelle Lösungen statt Standardprodukte entwickelt unser strategisches Expertenteam ganz nach den Ansprüchen und Erfordernissen sowie Hand in Hand mit den Kunden.“

KUNDENERFOLG IM MITTELPUNKT

„Markterfolg beginnt mit hoher Aufmerksamkeit – mit der perfekten Präsentation überzeugender Produkte. Oft lassen erst beste Verpackungen den Kunden zugreifen. Oder anders gesehen: Nachlässige Verpackung macht das Kaufinteresse nicht selten zunichte. Unser Anspruch ist es, mit unseren Kunden im Dialog zu optimalen Lösungen zu kommen. Die Freude an hochwertigen, innovativen Verpackungen treibt uns dabei ebenso wie unser Engagement als Partner unserer Kunden in Sachen ganzheitlichem wie strategischem Verpackungsmanagement“, fasst Elzina Kukavica das Unternehmenscredo der ADV PAX Lutec zusammen. <

Das neue Geschäftsgebäude.



ADV PAX LUTEC VERTRIEBS GMBH

Paul-Lechler-Straße 5
D-72581 Dettingen
Tel. +49 7123 38007-0
Fax +49 7123 38007-50
www.adv-pax.de



MICHAEL MÄTZENER

DIE WELT BE-GREIFBARER KOMMUNIKATION

Mit dem Schweizer Michael Mätzener stellen wir Ihnen diesmal einen Menschen vor, der mit seinem Unternehmen diewerbeartikel gmbh seit 2005 vormacht, wie der Werbemittelhandel durch neue Konzepte den sich stetig ändernden Bedingungen der Branche erfolgreich begegnet und so auch die Zukunft des Mediums Werbeartikel aktiv mitgestaltet.

Nichts ist beständiger als der Wechsel: Was für den Philosophen Heraklit von Ephesos 500 Jahre vor Christus schon evident erschien, hat noch immer seine Gültigkeit. Auch die Werbeartikelbranche ist kein behaglicher Hort althergebrachter Gepflogenheiten, sondern stetig im Wandel begriffen. Das gilt in Zeiten rasant sich entwickelnder Märkte mehr denn je. Veränderung, Neuerung und Umgestaltung der

bislang gängigen Geschäftsmodelle sind die notwendigen Folgen in der Praxis der Branche. Dabei geht es um nicht weniger als um die künftige Existenzberechtigung des Werbemittelhandels als mittleres Bindeglied in der Wertschöpfungskette dreidimensionaler Werbung. Dies zumindest entspricht auch der Überzeugung unseres Portraitkandidaten, des Schweizer Michael Mätzener, der mit seiner Firma diewer-

beartikel gmbh den Werbeartikel nicht nur als wirkungsstarkes Produkt, sondern vor allem als ideales Marketingtool im Bewusstsein seiner Kunden zu verankern versucht. Damit steht Michael Mätzener exemplarisch für eine neue Generation von Werbemittelprofis, die mehr wollen und können, als nur möglichst viele Artikel möglichst preisgünstig bei nächstbestener Gelegenheit an den nächstbesten Kunden zu

verkaufen. Sie erfüllen das oft strapazierte Wort des Fullservice mit neuen Impulsen und leisten vor allem eines, und das möglichst professionell: wertvolle Konzepte über Zweck, Vorteil und sinnvolle Einsatzmöglichkeiten des Mediums Werbeartikel.

NAME MIT PROGRAMM

Doch zurück zu Michael Mätzener, den wir am Rande des Promoswiss Forums auf der Terrasse des Traditionshotels Schweizerhof in Luzern zum Gespräch treffen. Der Blick geht hier am Ufer des Vierwaldstättersees über die malerische Umgebung der so genannten Innerschweiz. Hier im Herzen des Alpenstaats liegt die Heimat Mätzeners. Hier auch, in Schwyz, der Hauptstadt des gleichnamigen Kantons, hat er im Jahre 2005 sein eigenes Unternehmen gegründet: diewerbeartikel gmbh, die sich im Untertitel auch „Agentur für begreifbare Kommunikation“ nennt. Ein Name mit Programm, das Michael Mätzener im Laufe des Gesprächs näher erläutert und der auch sein Verständnis vom neuen Werbemittelhandel umschreibt. Bezeichnend ist dabei, dass das Wort „Händler“ dabei so gut wie gar nicht über seine Lippen kommt. Wenn er von seinem Geschäftsbereich, oder besser: von seiner Profession, spricht, benutzt er den Begriff des „Werbeartikelberaters“. Ihm geht es um Produktkonzepte, solche jedoch, die das Wissen um die Funktion und Wirkungsweise der einzelnen Artikel mit einschließt. Hier kommen ihm seine Kenntnisse aus der Anfangszeit seiner Berufslaufbahn gelegen.

VON HERSTELLER- ZU HÄNDLERSEITE

Begonnen hatte Michael Mätzener als Maschinenmechaniker. Parallel zu seiner Arbeit absolvierte er eine Weiterbildung zum Flugzeugmechaniker. Eher „zufällig“ kam eine weitere Fortbildung zum Kaufmann hinzu, die ihn allerdings auf den Geschmack und die Richtung seiner jetzigen Tätigkeit brachte. Berufsbegleitend eignete er sich die Fähigkeiten eines Marketingleiters an und fungierte schließlich als Key Account Manager für den Bereich Promotional Products bei Victorinox, bevor er die Seiten wechselte. „Der technische Background hilft ungemein, die Produktionsprozesse

Bild einer Kampagne, bei der diewerbeartikel gmbh von der Entwicklung des Konzeptes bis zur Umsetzung alles im eigenen Hause geleistet hat: Logoentwicklung, Homepage, Flyer, Werbeartikel und Lancierung des Projektes bei einem Info-Event mit Politikern und führenden Wirtschaftskräften.

auf Herstellerseite nachvollziehen zu können und deren Hintergründe zu begreifen. Dies kommt mir bei der Beratung meiner Kunden enorm zugute“, sagt Mätzener: „Ich kann ihnen anschaulich vermitteln, was wie machbar ist und eben auch, was nicht funktioniert.“

GESAMTPLANERISCHE KONZEPTE

Seine „Mission“ begann er in Schwyz zunächst alleine mit einer Teilzeitbeschäftigten. Jedes Folgejahr kam ein weiteres Teammitglied hinzu. Heute arbeitet die Agentur mit fünf Personen und einem Grafiker an neuen Werbekonzepten für einen Kundenstamm, der sich seit den Anfängen kontinuierlich erweitert hat. Und diese Kunden wissen, dass sie bei Michael Mätzener und seinem Team bestens aufgehoben sind; und die begreifen, was ihnen geboten wird. Eben nicht nur gute Produkte, sondern „die Einbindung des Werbeartikels in ein gesamtplanerisches Verkaufsförderungskonzept“. Mätzener: „Der klassische Werbeartikelhandel wird irgendwann mal sterben. Es ist bereits heute eine unserer Stärken, gemeinsam mit dem Kunden medienübergreifende Pläne zu entwickeln, bei dem die integrierten Werbeartikel die entscheidende Botschaft übermitteln. Dahinter steckt die Gewissheit, dass der Werbeartikel mittels seiner haptischen Beschaffenheit den einprägsamsten aller unserer Sinne anspricht, den des Fühlens, Spürens, Begreifens, den Tastsinn eben. In Kombination mit den anderen Sinnen lässt sich via Werbeartikel noch viel mehr erreichen. Ich bin überzeugt, dass das Potenzial des Werbeartikels und seiner Anwendungsmöglichkeiten noch lange nicht erreicht ist.“

DAS ZIEL, ANDERS ZU SEIN

Michael Mätzener, der auch als Vorstandsmitglied des Verbands Promoswiss aktiv



ist, gibt längst auch Referate zum Themenkreis, wie man den Werbeartikel als zielgerichtetes Medium erfolgreich einsetzen kann und hat dazu mit zwei gleich gesinnten Kollegen 2008 die Firma promoFACTS GmbH als Schulungs- und Beratungsunternehmen gegründet. Dabei gibt er die Erfahrungen und Erkenntnisse an Lieferanten, Händler und Industriekunden weiter, die er in seinem Kerngeschäft gesammelt hat: „Wir befinden uns auf dem Weg in eine neue Generation der gegenständlichen Werbung. Mit unserem Unternehmen haben wir es uns von Anfang an zum Ziel gesetzt, anders zu sein. Nicht nur ein Werbeartikel-Händler, nicht nur ein Werbeartikel-Berater, nicht nur ein Grafiker, nicht einfach eine Werbeagentur. Wir wollen über die ursprünglichen Leistungen dieser Berufe und Tätigkeiten hinausgehen. ‚Full-Service‘ im engeren Sinne kann auch ein Logistiker leisten. Unser Anspruch ist es, dem Kunden alles aus einer Hand anzubieten, was er für eine erfolgreiche Werbekampagne benötigt. Dazu gehört auch die Vorarbeit: Ideen zu generieren, einen Kommunikationsplan zu entwickeln und mit haptischen Werbeträgern herauszuarbeiten, wie man eine Firma optimal nach vorne bringt“, so Michael Mätzener, dem man seine Leidenschaft für die gegenständlichste aller Werbearten glaubhaft abnimmt.

EMOTIONALER NUTZEN

„Zwar ist es heute wichtig, alle Medien zu nutzen, das greifbarste darunter, der Werbeartikel, hat indes zweifellos das größte Potenzial darunter. Er schafft es weit mehr als Inserat, Plakat oder Spot, Werbung po-

MICHAEL MÄTZENER IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Was, schon wieder morgen!

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn ich meine Tagesziele erreicht habe und vor 19 Uhr zuhause bin.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Für jedes Problem eine Lösung zu haben.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Pessimisten.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Wenn ich auch mal einen unproduktiven Tag habe!

Wie können Sie die Zeit vergessen?

Wenn ich meinen Hobbys, dem Kochen oder Malen nachgehe.

Vier Wochen Zwangsurlaub – wohin geht's?

Ab auf die Alp irgendwo in der Schweiz ... und im Einklang mit der Natur leben!

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für den Genuss des Lebens!

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Ja klar, aber nur von guter Werbung, die alle meine Sinne anspricht.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn er zielgerecht und überlegt mit der richtigen Botschaft in das entsprechende Konzept eingebunden wird.

Den Besten, den Sie je bekommen haben?

Es wäre nicht richtig einen „Besten“ auszuzeichnen, sondern eher den mit dem größten Erinnerungswert und das ist mit Abstand die SKA-Mütze, die ich als Kind kriegte! (Die Schweizer wissen, was ich meine.)

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Wenn immer noch nicht erkannt wird, welche Wirksamkeit und welches Potenzial dieses Werbeinstrument mit sich bringt und selbst in unserer Branche immer noch von „Werbegeschenken“ gesprochen wird.

sitiv und nachhaltig in den Köpfen der Empfänger zu verankern. Er vermittelt Emotionen, die direkt bei der Übergabe sichtbar werden, die ein unmittelbares Feedback erzeugen. Ziel eines jeden Werbeartikelberaters sollte es sein, jenseits vom Preiskampf den Nutzen dieses Instruments zu vermitteln. Es geht auch nicht unbedingt um neue Produkte, vielmehr geht es um die richtigen Artikel mit der richtigen Botschaft am richtigen Ort“, betont Mätzener, der dies auch mit der „Affinität des richtigen Artikels“ umschreibt. Im Mittelpunkt steht eine ganzheitliche Betreuung des Kunden, die diesem die Leistungen einer Werbeagentur erspart. Deshalb scheut sich Mätzener auch nicht, zusätzliche Leistungen zu berechnen. Denn er hat die Erfahrung gemacht, dass Geschäftspartner, die sich vertrauensvoll wie gut betreut finden, Kreativität und Know-how gerne honorieren und zu treuen Kunden werden. „Wenn der emotionale Nutzen stimmt, spielt der Preis keine Rolle mehr“, sagt Mätzener. Die Entwicklung seiner Firma gibt ihm recht: „Wir haben gemerkt, dass es der richtige Weg ist, seine Philosophie zu leben. Die Visionen, die dahinter stehen, funktionieren auch im Tagesgeschäft. Umsatz und Wachstum bestätigen dies.“

EIGENES DOMING

Den kurzfristigen Anforderungen eines schnellen Marktes entgegenkommend, bietet diewerbeartikel gmbh ihren Kunden auch das Veredelungsverfahren des Doming an, bei dem Logos mittels Kunstharzbeschichtung effektiv in Szene gesetzt werden können. Die Produktion erfolgt am eigenen Standort in Schwyz. „Hohe Qualität, Flexibilität und schnelle Lieferzeiten sind somit gewährleistet“, versichert Mätzener, der bei seiner „Überzeugungsarbeit“ auf hochwertige Produkte setzt, die durch höhere Kommunikationsstärke überzeugen. „Allerdings spielen einzelne Produkte beim ersten Kundenkontakt erst einmal keine Rolle. Oft überreiche ich zunächst ein ‚Ideenbuch‘, um mit ihm über den Werbeartikel und seine Möglichkeiten generell zu reden“, beschreibt Mätzener.

SPORT, KOCHEN UND LEBEN

Früher leidenschaftlicher, Rennen fahrender Mountainbiker, sieht Michael Mätzener den Sport heute nicht nur als körperlichen Ausgleich, sondern auch als Hilfsmittel für seine unternehmerische Aktivität: „Der Sport lehrt mich Biss, Durchhaltewillen und Motivation. Ich bin überzeugt, dass sportlich aktive Menschen die leistungsfreudigeren Mitarbeiter sind, da sie wissen, wie es sich anfühlt, an seine Belastungsgrenzen zu gehen. Geschäftsjahre kann man auch mit Bergen vergleichen, die zu bewältigen sind. Hat man das Ziel erreicht, bereitet es große Genugtuung, die Anforderungen bewältigt zu haben, ähnlich dem Gefühl, sich körperlich ausgetobt zu haben.“ Weitere Analogien zum Geschäftsalltag sieht er in seiner zweiten privaten Passion, dem Kochen (für Familie und Freunde am Wochenende): „Hier ist Kreativität gefragt: Verschiedene Zutaten verbinden sich zum Endprodukt, und wenn die Zutaten passen, zum stimmigen Ganzen. Was folgt, ist der Genuss. Und der lehrt uns, sich wieder lösen zu können, zurückzulehnen, auch mal abzuschalten ...“





Durst

auf frische Ideen?

Quellwasser

330ml



500ml



Sonnenlotion
„Melone“



PromoSprizz



Aqua Spray



Handbalsam
„Ingwer-Limette“



Iso Drink
„Grapefruit-Citro“



Vino Frizzante



Vitamin Shot



Secco alkoholfrei



Açaí Drink
„Apple“



Duschgel
„Power Pearls“



Insektenschutz



Colourgy Drink

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



TOGO-BECHER MIT SPIELPOTENZIAL

Aus einem alltäglichen ToGo-Produkt haben die Spezialisten von freie-produktioner ein Werbemittel mit Entertainment-Effekt gemacht. Der Gewinnspielbecher besteht aus einer Doppelwandkonstruktion, bei der die innere Hülle als Kaffeebecher dient und die äußere Umwandung spannende Gewinnspiele verbirgt. Herausklappbare Türchen und eine individuelle Bedruckung erhöhen den Aufmerksamkeitswert des Bechers um ein Vielfaches. Alle CupPrint-Produkte werden europaweit schon in einer Mindestauflage von 1000 Stück innerhalb von nur 15 Arbeitstagen geliefert. Zudem sind alle Becherprodukte auch in voll kompostierbarer PLA-Qualität verfügbar.

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

PROST MIT FRUCHTGUMMI

Die neuen Fruchtgummi-Bierkrüge von Kalfany Süße Werbung laden, zumindest symbolisch, dazu ein, mit dem Empfänger einmal so richtig nach Herzenslust anzustoßen. Neben der Form der kleinen Maßkrüge liegt aber auch der Geschmack ganz auf der Linie der Freunde eines würzigen Biergenusses. Die zweifarbige Fruchtgummi-Innovation bietet einen dezenten Geschmack nach Bier (Gelb) und einer frischen Schaumkrone (Weiß). Erhältlich sind die Fruchtgummi-Bierkrüge in glasklaren oder alternativ weißen Werbetütchen zu je 20 Gramm. Diese Tütchen können natürlich je nach Kundenwunsch auch individuell bedruckt werden.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH • Tel +49 76 43 80 10
info@kalfany-suesse-werbung.de • www.kalfany-suesse-werbung.de



COOL IN DEN HEISSEN SOMMER

Mit der James & Nicholson Running Collection von Daiber sind Sportfreunde auch im heißen Sommer gewappnet. Coole Sport-Outfits für heiße Sommertage finden nicht nur Tennisspieler und Biker in der neuen Kollektion. Auch Läufer, Walker oder Besucher des Fitness-Tempels werden hier fündig. Moderne Fasern, wie Topcool oder Coolmax fabric active, sowie Ausrüstungen wie CoolDry transportieren Feuchtigkeit weg von der Haut, unterstützen die natürliche Temperaturregulierung des Körpers und sorgen für ein angenehmes Tragegefühl. Alle Running-Produkte gibt es für Damen und Herren in trendigem Design und modischen Farben. Komplettiert wird der sportliche Look durch farblich passende Caps von Myrtle Beach und funktionale Socken.

42819 • Gustav Daiber GmbH • Tel +49 7432 70160
info@daiber.de • www.daiber.de

ORDNUNGSHÜTER MIT HAKEN

Einen cleveren Ordnungshüter für den heimischen Kleiderschrank, die Wand oder die Türklinke hat reisen thel mit dem neuen loophanger geschaffen. Der Aufbewahrungshelfer punktet gleich mit mehreren Klemmhaken, an denen wahlweise Kleiderbügel, Schals, Schlüssel, Schmuck oder andere Accessoires aufbewahrt werden können. Eine Schlaufe am oberen Ende dient der Befestigung des loophanger. Aus reißfestem Gurtband hergestellt, ist das praktische Teil nicht nur besonders belastbar, sondern auch pflegeleicht. Es gibt ihn in drei verschiedenen Farbkombinationen mit jeweils vier Klemmhaken. Durch das kleine Packmaß ist der Organisator auch auf Reisen gut mit dabei und sorgt für knitterfreie Garderobe im Hotel.

47182 • Reisen thel Accessoires • Tel +49 8105 772920
promotion@reisen thel.com • www.reisen thel.com



FIGURBETONTER AUFTRIIT

Der Trend zu körpernahen, figurbetonten Schnitten ist auch am Markt der Werbetextilien nicht spurlos vorübergegangen. Grund genug für den Corporate Fashion-Spezialisten promodoro, ein kleines und feines Sortiment ausgewählter Slim-Fit-Styles für Sie und Ihn zusammenzustellen. Das Angebot des Familienunternehmens überzeugt durch einen praktischen Material-Mix, gepaart mit hohem Tragekomfort und ausgeprägter Formstabilität. Auch oftmaliges Waschen kann dieser Stabilität nichts anhaben, verspricht der Hersteller.

Insgesamt sind in der Slim-Fit-Reihe zehn verschiedene Oberteile für Damen und Herren enthalten. Eine breite Farbpalette sorgt dafür, dass nahezu alle Kombinationsmöglichkeiten abgedeckt sind.

45471 • Promodoro Fashion GmbH • Tel +49 221 909000
verkauf@promodoro.de • www.promodoro.de



4 design
Auszeichnungen
Awards

Flexi

Flexi – die flexible Kehrgarnitur,
geschlitztes Polymex |
flexi – the flexible dustpan-set,
flagged polymex

Art. 350

- flach aufbewahren
- beim Benützen die flexiblen Gummi-Seitenwände zusammendrücken
- ideal für Tische, Camping, Fahrzeuge u.v.m.
- stores flat
- while using press together the flexible rubber-sides
- ideal for tables, camping, vehicles

Made
in
Germany

haug® bürsten
www.haugbuersten.de

Föllstraße 6 · D-86343 Königsbrunn · Tel. (+49) 082 31/9 63 00



AUF DIE SEKUNDE KOMMT ES AN

Neben der erfolgreichen Smartlite Lampenserie hat sich die HNC AG auch auf die Herstellung von Wanduhren spezialisiert. Kunden haben dabei die Wahl zwischen Kunststoff- oder Metallgehäusen sowie zwischen Quarz- oder Funkuhrwerk. Eine große Auswahl an Rahmen und Farben lassen die Wunschuhren schon ab kleinster Auflage individuell entstehen. Verschiedene Drucktechniken bis hin zum All-over-Druck des Zifferblattes runden das Angebot ab. Sonderanfertigungen sind kein Problem, es ist jede Form und jede Farbe umsetzbar. Standardgehäuse gibt es im Durchmesser von 25 bis zu 40 Zentimetern in vielen Standardfarben.

43891 • HNC Import-Export & Vertriebs AG • Tel +49 961 38160

info@hnc-ag.de • www.hnc.ag

SICHER IN DIE SCHULE

Optimalen Schutz durch bessere Sichtbarkeit bieten besonders bei einbrechender Dunkelheit die Plexiglas-Reflektoren von Retrotal. Die Produkte eignen sich vor allem für ABC-Schützen, die zum bevorstehenden Schulanfang wieder durch die in der kalten Jahreszeit morgens noch dunklen Straßen in die Schule pilgern. Die in Deutschland hergestellten Reflektoren überzeugen durch extrem hohe Rückstrahlwerte, die strengen Qualitätsstandards unterworfen sind. Die in vielen Formen und Farben erhältlichen Retrotal-Produkte gehören regelmäßig zu den besten in verschiedenen Tests und sind auch preislich attraktiv.

41404 • Retrotal Sicherheits- und Werbeartikel GmbH • Tel +49 8233 792079

info@retrotal.de • www.retrotal.de



SÜSSE NOSTALGIE

Voll im Retro-Trend liegen die zwei neuen Mini-Nostalgie-dosen von Magna sweets. Die kleine Scharnierdeckeldose aus Weißblech gibt es jetzt auch in den Farben Schwarz und Weiß matt. Gefüllt sind die smarten Dosen wahlweise mit Traubenzucker oder Pfefferminzdragees oder mit Freshmints zuckerfrei. Füllungen mit Kaugummi zuckerfrei, Pfefferminzherzen zuckerfrei, mentos Mint, Fruit oder Mini sind ebenso möglich wie Schokolinsen. Die Werbeanbringung erfolgt entweder als Direktdruck auf dem Dosendeckel oder alternativ als Lasergravur oder Prägung.

41617 • Magna sweets GmbH • Tel +49 8146 99660

info@magna-sweets.de • www.magna-sweets.de





Mit Sicherheit die schönen Seiten des Winters genießen!

Limuwa

SCHUHKRALLE

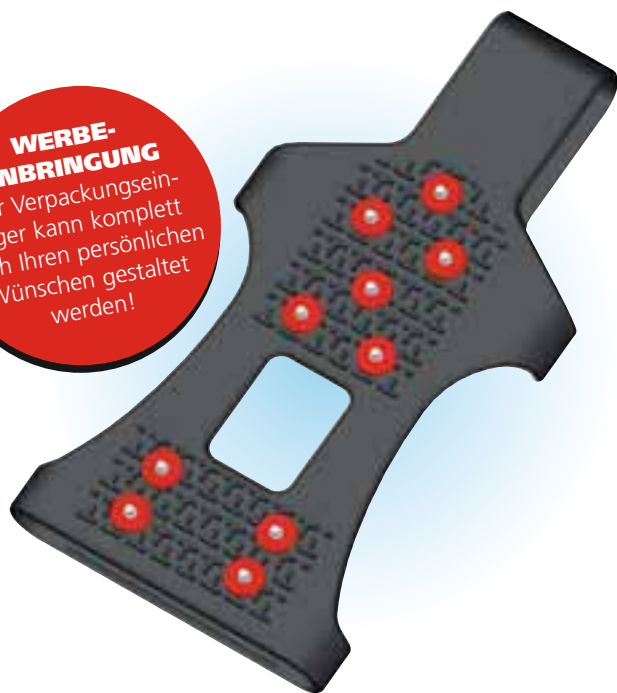
Ausrutschen auf vereisten und schneeglatten Flächen hat nun ein Ende mit den Schuhkrallen von Limuwa.

Das nützlichste
Werbegeschenk
für den Winter!



WERBE- ANBRINGUNG

Der Verpackungsein-
leger kann komplett
nach Ihren persönlichen
Wünschen gestaltet
werden!



Jetzt Angebot anfordern unter
info@limuwa.de

Puttkammer Handels GmbH & Co. KG

Bahnhofstr. 23 ~ 26419 Schortens ~ Telefon: 04461 / 965 219
kontakt@limuwa.de ~ www.limuwa.de



**burger
swiss
pen®**

Eine Marke der BURGERGRUPPE

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



welcome to quality:

Delta.

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





WERBETRÄGER ZUM PUSTEN

Sommerzeit ist Seifenblasen-Zeit. Spaß macht nicht nur das Pusten, sondern auch der Einsatz der kreativen Dosen als Werbeträger. Denn SUCCESS bietet für die Veredelung seiner Seifenblasen-Dosen nicht nur Rundum-Druck, sondern auch ein- oder zweifarbigen Tampondruck und Etikettierung an. Seit 1948 produziert SUCCESS Pustefix Seifenblasen-Spiele. Während anfangs der Puste-Spaß in einer Aluminiumdose mit Naturkorken daherkam, setzt man heute voll und ganz auf bedruckbare Kunststoffdosen. Lassen Sie Ihre Werbebotschaft doch mal in die Welt hinausfliegen.

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

DAS SALZ IN DER WERBUNG

Bio Rosmarin Saltini's verleihen mit ihrem intensiven, aromatischen Geschmack nicht nur mediterranen Gemüse- und Fleischgerichten die besondere Note. Das ist nur eine von vielen Varianten der natürlich aromatisierten Natursalzflocken aus der Salzmanufaktur Siegsdorf, einem Unternehmensbereich der Landkaufhaus Mayer GmbH. Mit seinen Saltini's setzt das Chiemgauer Unternehmen völlig neue Akzente. Denn Saltini's sind nicht nur sagenhaft gut, sie sind auch schön – und Natursalz liegt nicht nur bei Spitzenköchen voll im Trend. Saltini's gibt es in den Sorten Bio-Rosmarin, Bio-Kräuter, Bio-Oregano, Curry Jaipur, Bio-Chili, Chilifäden, Bio-Pfeffer, Bergkern, Typ Himalaya, Gourmet, Bio-Zitronengras und Bio-Knoblauch. Durch das besondere Manufaktur-Herstellungsverfahren können Special Editions in kleineren Stückzahlen angefertigt werden – perfekt abgestimmt auf die Bedürfnisse der Kunden von heute. So werden Saltini's zu einem Werbeatikel mit Langlebigkeit, hohem Nutzen und perfekter visueller Wirkung. Auf dem Tisch ständig präsent, transportieren sie perfekt das Image eines Unternehmens.

48152 • Landkaufhaus Mayer GmbH • Tel +49 8662 49340
info@landkaufhausmayer.de • www.saltinis.de



AUF DIE DOSIS KOMMT ES AN

Die richtige Dosierung ist bei vielen Produkten und Rezepten das A und O. Insbesondere bei Konzentraten mit der Notwendigkeit, eine genaue Mischung herzustellen, spielt das neue Dosiersystem EasyDose von Medion seine Stärken aus. Die Dose ist für Waschmittel ebenso einsetzbar wie für Diätprodukte, Babynahrung, Tiernahrung oder verschiedene Lebensmittel wie Zucker, Mehl, Salz, Müsli und Kaffee. Eine Fehldosierung – bei Konzentraten oftmals bereits kleinste Mengen – führt zu ungewollten Veränderungen der Eigenschaften. Auch hier gilt: Viel hilft nicht immer viel! Das innovative Dosiersystem vereint mehrere sinnvolle Eigenschaften in sich. Es ermöglicht ein exaktes Dosieren der unterschiedlichsten Füllgüter. Dabei können Flüssigkeiten, Pulver und Granulate zum Einsatz kommen. Für den Dosiervorgang mit EasyDose wird nur eine Hand benötigt, ein Ablesen entfällt vollständig.

48327 • Medion Handels GmbH • Tel +41 612 4040
graziano.vogel@medionhandels.ch • www.medionhandels.ch

Promotion4u Deutschland



Promotion4u - Ulrich Niebel Geschäftsführer Deutschland

Die Doming-Spezialisten von Promotion4u haben mit Ulrich Niebel den richtigen Ansprechpartner für Deutschland gefunden. Niebel war schon in seiner Toppoint-Zeit „Mr. Logotop“. „Als ich den Anruf von Promotion4u erhielt, war ich von der Arbeitsphilosophie und den gesetzten Schwerpunkten des Chris Meijdam (Gründer/Geschäftsführer NL) begeistert. Flexibilität gepaart mit umwelt-

freundlichen Komponenten, superschnelle Lieferzeiten zu einem ansprechendem Preis – Leistungsverhältnis – hier ist alles realisiert. Ich freue mich wieder bekannte Gesichter zu sehen – und die Reaktionen auf unsere Qualität sagen mir – hier bin ich richtig. Wir sind für den Kunden da – nicht andersrum.

www.promotion4u.de
www.entspanntautofahren.de

Innovation seit 1979.



**Die ganze Vielfalt moderner Unterhaltungselektronik.
Von einem erfahrenen Spezialisten.**

www.seg-tv.eu

SEG®
smart entertainment

**RUBIK'S
LOUNGER**

e!xact
Internationale Werbemittel



Gratis für Sie!*

* zu Ihrer Rubik's Bestellung bis zum 31.08.2011 bei bestimmten Abnahmemengen. Teilnahmebedingungen und weitere Info's unter rubiks@e-xact.de Rechtsweg ausgeschlossen.

e! in Zusammenarbeit mit  CROWN CROW

www.e-xact.de | www.crowncrow.com

KYMM®
Care for nature, carry design



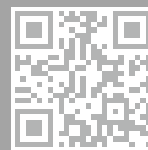
KYMM offers sustainable bags with a clear and distinctive design. The promotional designer bag everybody wants to keep using!

KYMM handles natural resources and assets respectfully, so that we can make a positive contribution to the preservation of the earth. KYMM BAGS uses environmentally-friendly materials like BAMBOO, Recycled PET and other recycled materials. Imprints possible.

KYMM Bags

Zonnehorst 16
7207 BT Zutphen
The Netherlands

T +31 (0) 575 - 51 54 55
F +31 (0) 575 - 51 37 15
E info@kymbags.com
I www.kymbags.com



NEUE MEDIEN

DAS PSI IM SOCIAL WEB

Facebook¹Twitter²Youtube³

Mit einem QR-Code-Reader für Ihr Smartphone (gibt es im Apple Appstore, im Android Market und in der BlackBerry App World) können Sie einfach die kleinen, quadratischen Grafiken abfotografieren und schon haben Sie das PSI auf Facebook, Youtube, oder Twitter in der Tasche.

1: Facebook: http://on.fb.me/psi_facebook

2: Twitter: http://twitter.com/PSI_network

3: Youtube: <http://www.youtube.com/user/PSINetwork>

Längst sind die Social Media in der Geschäftswelt angekommen. Auch PSI ist inzwischen in den verschiedenen sozialen Netzwerken präsent, um einen noch schnelleren Austausch mit seinen Mitgliedern zu ermöglichen. Bereits 2009 wurde die Xing-Gruppe des PSI gegründet, die heute 559 Mitglieder umfasst. Neben Xing kommuniziert PSI nun auch über Facebook, Twitter und Youtube mit seinen Mitgliedern. So erfahren die Nutzer der PSI Social-Media-Instrumente beispielsweise, was sich im zweiten Halbjahr bei PSI alles tut: Im Herbst wird es eine internationale Roadshow geben, die in ausgewählten Städten Europas die neuen Online-Services präsentiert. Darüber hinaus arbeitet PSI zurzeit an einem Konzept, die PSI Mitgliedschaft als Qualitätsmerkmal im Sinne einer Zertifizierung zu etablieren. Natürlich sind auch die 50. PSI Messe, die PSI Talks und der PSI Award Themen, die PSI im Web 2.0 aktuell aufgreift. Über die Fortschritte in den einzelnen Projekten berichtet PSI auf Facebook und im PSI Journal, auf Dringliches weist PSI via Twitter und PSI Newsletter hin. <

BEWERBUNGSSCHLUSS: 1. SEPTEMBER 2011

JETZT ZUR „CAMPAIGN OF THE YEAR“ ANMELDEN

Besondere Produkte brauchen eine besondere Plattform. Mit der „Campaign of the Year“ wird die Wirkungsstärke des Werbeatikels herausgestellt. Der Award zeichnet Unternehmen für den erfolgreichen Einsatz eines Werbeatikels im Rahmen einer Kampagne aus. Auch in diesem Jahr sucht PSI in Zusammenarbeit mit den Fachzeitschriften PSI Journal, dedica und TVP Beispiele für besonders gelungene Werbekreationen. Zugelassen sind Werbeatikel-Kampagnen, die nach der PSI 2010 (10. Januar 2010) und

BEWERBUNGSUNTERLAGEN:

Die vollständigen Bewerbungsunterlagen gibt es auf der Website des PSI unter folgendem Link: www.psi-network.de. Weitere Informationen zur Anmeldung: Eva-Maria Geef, Tel: +49 211 90191-290, E-Mail: EvaMaria.Geef@reedexpo.de.

vor dem 1. September 2011 gestartet wurden. Bewerben können sich Werbeartikel-Händler, Lieferanten sowie Werbeagenturen und Auftraggeber. Nominierte und Gewinner werden seitens des PSI durch diverse Marketingaktivitäten und eine intensive Pressearbeit begleitet. Alle Nominierten werden im Vorfeld auf der PSI Website und im PSI Journal einer breiten Leserschaft vorgestellt. Die Preisverleihung selbst findet im Rahmen der Messe statt: So ist den Teilnehmern ein hohes Maß an Aufmerksamkeit gewiss. Der 1. September 2011 ist Einsendeschluss für den Wettbewerb. <

PSI WEB APP

AKTUELLE NACHRICHTEN DIREKT AUF IHR HANDY



Nachrichtenportale werden inzwischen vermehrt von unterwegs abgerufen. Um diesem veränderten Nutzungsverhalten Rechnung zu tragen, hat PSI eine News-App entwickelt. Sie ermöglicht PSI Mitgliedern, die aktuellen Nachrichten der Branche auf jedem internetfähigen mobilen Endgerät zu lesen. Und das ganz bequem und komfortabel. Nutzer der PSI Web-App brauchen lediglich von ihrem Handy, BlackBerry oder iPhone auf „www.psi-mobile.de“ vorbeizuschauen. So wissen Sie sofort, was geschieht, noch während es passiert. Das Web-App basiert auf dem neuen mobilen Standard HTML5. Damit werden insbesondere folgende Betriebssysteme unterstützt: Apple iOS für iPhones und iPads, BlackBerry, Linux Android, Palm webOS und Windows Phone. Weitere Informationen zum PSI Web-App erhalten Sie bei Marcel Kekuli, Telefon: +49 211 90191-237, Mail: Marcel.Kekuli@reedexpo.de. <



September 21-24, 2011
Romaero-Baneasa, Bucharest
Romania



A surprising mix!

GIFTS SHOW

International exhibition for promotional items

www.giftsshow.ro

Contact: giftsshow@euroexpo.ro

Organiser:



Event promoted by:



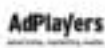
Co-organiser:



Outdoor partner:



Main partner:



Partners:



Media partners:



50. PSI 2012, 11. BIS 13. JANUAR

MESSE MIT VIELEN ZUSATZANGEBOTEN

2012 feiert die PSI Messe ihr 50-jähriges Bestehen. Aktuelle Produkttrends, viele Innovationen und Services zeichnen das Angebot der Leitmesse aus.



Die PSI Messe wird jedes Jahr mit großer Spannung erwartet. Denn nur hier erhalten Werbeartikelprofis gleich zu Jahresbeginn einen vollständigen Überblick über die neuesten Trends und Innovationen der Branche. 2012 feiert die PSI Messe ihr 50-jähriges Bestehen. Trotz ihrer langen Tradition ist keine Messe wie die andere. Das Branchenevent ist nicht nur stetig gewachsen, sondern wird auch qualitativ in jedem Jahr weiter entwickelt. Das zeigt auch das aktuelle Branchenevent, das viel Neues rund um den Werbeartikel zu bieten hat.

MASSGESCHNEIDERTES ANGEBOT

Auf der 50. PSI 2012 erwartet die Besucher ein auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenes Produkt-Portfolio. Um die Interessen der Messebesucher in puncto Werbeartikel-Angebot genau zu treffen, hat das PSI Team im Vorfeld beliebte Produktgruppen

abgefragt. Dabei kam zum Vorschein: Unter anderen Werbeartikeln werden Süßwaren, Spielwaren, Sport- und Wellness-Artikel als besonders attraktiv eingestuft. Entsprechend hat das PSI Team reagiert und diese Bereiche ausgebaut. Auch den Innovationen wird ein besonderes Augenmerk



geschenkt: So finden Messebesucher unter anderem in HALLE13 Start-up-Unternehmen und Erfinder mit ihren neuen Produkten vor, im Präsentationsbereich The Wall setzen Aussteller ihre Innovationen in Szene. Wer sich gezielt zu den genannten Produktgruppen informieren möchte, kann sich den Guided Tours anschließen. Die thematisch zugeschnittenen Messerundgänge, die auf der 49. PSI mit großem Erfolg eingeführt wurden, ermöglichen einen schnellen und effektiven Überblick über Trends und Produkt-Innovationen.

BRANCHENVERBÄNDE INFORMIEREN

Auch die nationalen sowie internationalen Branchenverbände bereichern das Angebot der 50. PSI 2012. Neben allen wichtigen Institutionen aus dem deutschsprachigen Raum, wie dem GWW (Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e. V.), dem BWL (Bundesverband Werbeartikellieferanten e. V.) und dem bwg (Bundesverband der Werbemittel-Berater und -Großhändler e. V.), sind auch internationale Verbände, wie der EPPA (European Promotional Products Association), BPMA (UK), AVIR-SU (Ukraine), FYVVAR (Spanien) und PTE (Italien), vertreten.

HILFREICHE SERVICES FÜR BESUCHER

Ab September können PSI Mitglieder ihre Tickets für die 50. PSI 2012 bestellen. Damit Messebesucher das umfassende Angebot gezielt nutzen können, gibt ihnen das PSI Team hilfreiche Services an die Hand. Bereits im Vorfeld der Messe haben Besucher dank der interaktiven Hallenpläne die Möglichkeit, einen virtuellen Spaziergang über die Produktshow zu machen. Eine gezielte Vorbereitung ist somit bestens möglich. Aber auch auf der Messe selbst finden Besucher optimale Unterstützung. Wer etwa eine Alternative zum eigenen Rundgang sucht, den lädt das PSI Team zu den bereits erwähnten Guided Tours ein. Zudem werden zur 50. PSI 2012 Info-Stationen an den Hallenübergängen eingerichtet. Dort stehen mehrsprachige Info-Hostessen bereit, die gerne bei der Orientierung helfen. Weitere hilfreiche und interessante Services stellen wir Ihnen in den kommenden Ausgaben des PSI Journals vor. <

50. PSI 2012, 11. BIS 13. JANUAR

INNOVATIVES GESAMTKONZEPT FÜR HALLE13

Die HALLE13 wird während der kommenden PSI ein gänzlich neues Gesicht erhalten. Das innovative Hallen-Konzept steht unter dem Motto „Innovationen, Erfindungen und Neuheiten“.

Die PSI Messe feiert im Jahr 2012 ein besonderes Messejubiläum. Vom 11. bis 13. Januar sind Branchenmitglieder zum 50. Mal zur europäischen Leitmesse der Werbeartikelbranche nach Düsseldorf geladen. Zum Jubiläum überrascht das PSI Team mit einem innovativen Gesamtkonzept für HALLE13. Dort erwarten Messe Teilnehmer auf einem weitläufigen Areal von rund 2000 Quadratmetern Start-up-Unternehmen, kreative Firmen und Erfinder und damit eine attraktive Produktshow, die durch vielfältige Aktionen angereichert ist.

„FORUM JUNGER INNOVATIVER UNTERNEHMEN“ IN HALLE13

Wer auf der Suche nach Neuentwicklungen ist, für den ist das „Forum junger innovativer Unternehmen“ in HALLE13 eine der zentralen Anlaufstellen. Hier stellen unter anderem „Newcomer“, die vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) gefördert werden, ihre Produkte vor. Bereits zum vierten Mal nimmt die PSI Messe am BMWi-Förderprogramm teil. Es ermöglicht jungen, innovativen Unternehmen aus Deutschland, die die EU-Definition für ein kleines Unternehmen (maximal 50 Mitarbeiter und Jahresbilanzsumme oder Jahresumsatz von höchstens 10 Millionen Euro) erfüllen und jünger als 10 Jahre sind, zu günstigen Konditionen auf der internationalen Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft auszustellen. Einen Förderantrag zu stellen, lohnt sich,

denn es werden max. 80 Prozent der Kosten für Standmiete und Standbau vom Bundeswirtschaftsministerium getragen. Buchen Sie noch heute Ihre Fläche im „Forum junger innovativer Unternehmen“ zum Förderungs-Preis von 97,20 Euro/m², das BMWi übernimmt 388,80 Euro/m².

INDIVIDUELLE NEUHEITENPRÄSENTATION

Ergänzt wird das Angebot in HALLE13 durch eine komplett neuartige Möglichkeit der individuellen Produktpräsentation. „The Wall“ heißt eine rund 100 Meter lange Wand, in der Aussteller verschiedenartige Boxen buchen können, um innovative Produkte optimal in Szene zu setzen. Für Artikel, die vor allem durch ihre besondere Haptik wirken, gibt es „Fühlstationen“, wo Besucher die Exponate mit allen Sinnen erfassen können. Darüber hinaus erhält jedes Produkt eine QR-Code-Kennzeichnung mit detail-

INFORMATIONEN ZU HALLE13 AUF EINEN BLICK

Unter www.halle13.net findet man in Kürze weitere Informationen zu allen Ausstellern und Aktionen in HALLE13 sowie eine Übersicht aller „The Wall“-Produkte.

lierten Produktinformationen. Zudem werden alle Produktinfos ab Messebeginn zum Product Finder 2.0 verlinkt. Ein besonderer Matchmaking-Service ist hier der The Wall Shuttle, der interessierte Besucher vor Ort umgehend zu den entsprechenden Ausstellern bringt. In HALLE13 geht es aber nicht allein um Produkte. Auch die Vermittlung von Fachwissen steht im Fokus. So wird die gesamte Wertschöpfungskette im Zusammenhang mit einem Werbeartikel aufgezeigt und erläutert. Unter dem Stichwort „Meet & Greet“ wird die Halle auch eine Plattform sein, auf der sich Experten treffen und austauschen können.

SPECIALS AM PSI STAND

Seit Jahren bekannte Anlaufstelle ist der PSI Stand, der ebenfalls in HALLE13 untergebracht ist. Dort findet zum Messejubiläum die „50 Jahre PSI Messe Cocktail Happy Hour“ statt. Besucher und Aussteller können hier den spannenden Messetag Revue passieren lassen sowie Kontakte knüpfen und pflegen. Aber auch am Tag lohnt es sich, am PSI Stand vorbeizuschauen. Denn dort erwartet Messebesucher und Aussteller eine Sourcing-, Online-, Rebooking-, Lounge- und Catering-Area. Bei kostenfreiem Kaffee werden Informationen rund um die PSI Services geboten. Ein Gewinnspiel mit tollen Preisen wie iPad oder iPod rundet das Angebot am PSI Stand ab. <

JETZT FÜR HALLE13-PACKAGE ENTSCHEIDEN

Für interessierte Aussteller bietet das PSI ein attraktives HALLE13-Package mit umfangreichen Marketing-Maßnahmen. Im Paket sind inbegriffen:

- 16 m² Standfläche mit Präsentations-Counter
- Individuelle Firmen-Grafik auf dem Präsentationsturm
- Teppich, Stromanschluss und Garderoben-Gutschein
- PSI Mitgliedschaft und PSI Marketing-/Presse-Paket
- Auflistung unter www.halle13.net und Katalog-Eintrag
- Listung im HALLE13-Übersichtsplan
- Willkommensanzeige im PSI Journal
- Nebenkosten (AUMA, Inspektion etc.)
- Nutzung aller PSI Sourcing Services (Product Data Base, Sourcing Hotline)
- Listung im PSI Supplier Finder

Kontakt: Kerstin Gebel, E-Mail: kerstin.gebel@reedexpo.de, Tel.: +49 211 90191 - 184.

PROMOTURK STÄRKT MARKTPPOSITION MIT UNTERSTÜTZUNG DES PSI PSI LIZENZ FÜR DIE PROMOTURK IN ISTANBUL

Das PSI hat einen Lizenzvertrag mit dem ITE/EUF, Veranstalter der Werbeartikelmesse Promoturk, abgeschlossen. Damit baut PSI seine Beziehungen zur Türkei, einem der wichtigsten Märkte für die Werbeartikelbranche, aus. Die Promoturk powered by PSI, die vom 22. bis zum 25. September im Istanbul Expo Center/Cnr Expo stattfindet, ist die erste unter der Lizenz durchgeführte Messe.

Promoturk ist die führende Werbeartikelmesse der Türkei. Sie feierte 2010 ihr 25-jähriges Jubiläum, bei dem 150 Aussteller und rund 10 000 Besucher zusammenkamen. Die diesjährige Messe wird nun mit Unterstützung der Weltmarke PSI stattfinden. Unter ihrem neuen Namen „Promoturk – powered by PSI“ wird sie, gestützt auf die fünfzigjährige Erfahrung und das globale Netz des PSI, zu einer globalen Marke ausgebaut. PSI Mitgliedern aus Europa und der ganzen Welt bietet die Promoturk die Gelegenheit zum Aufbau von neuen Geschäftsbeziehungen. Für Firmen, die auf der Messe ausstellen möchten, bietet PSI einen PSI Pavillon. Informationen zum Gemeinschaftsstand erhalten Sie bei: Silke Frank, E-Mail: Silke.Frank@reedexpo.de, Tel.: +49 211 90191-117. <



DER TÜRKISCHE WERBEARTIKELMARKT

War die Türkei einst eines der wichtigsten Länder der Branche, so hatte sie in den letzten Jahren doch ihre Position als eines der bedeutendsten Herstellerländer für Werbeartikel an China verloren, insbesondere bei den textilen Werbeartikeln. Mit der Betonung des eigenen USPs, basierend auf Qualität, kurzen Transportwegen und -zeiten zu den europäischen Märkten, Unternehmensmentalität und -kultur sowie neuen Designs und Innovationen, geht die Türkei jetzt in die Offensive. Derzeit ist die Türkei mit über 2500 m² Ausstellungsfläche das zweitgrößte Teilnehmerland der PSI-Messe.

PRODUCT FINDER 2.0

NEUES ENTWICKLUNGSSTADIUM ERREICHT

Seit Monaten arbeitet das PSI Team an der Optimierung des innovativen Product Finder 2.0. Anfang August geht die neue Version, die um zusätzliche technische Raffinessen erweitert wurde, an den Start. Ab diesem Zeitpunkt können Lieferanten noch mehr Informationen zu ihren Produkten und ihrem Unternehmen in den Product Finder 2.0 einpflegen. So ist beispielsweise ein Hinweis auf die eigene Unternehmenswebsite möglich. Neu ist auch ein Modul zur Erstellung von High-End-Produktpräsentationen. Nutzer können zwischen verschiedenen Layouts wählen und die Präsentation ganz individuell mit dem eigenen Logo gestalten. Zudem bietet der Product Finder 2.0 von nun an Möglichkeiten zur Erfolgskontrolle. Reports und Dashboards geben Auskunft zu wichtigen Kennzahlen. Fragen wie „Welche Produkte sind besonders beliebt?“ können somit ganz leicht geklärt werden. Schlussendlich hat man den Product Finder 2.0 auch noch in puncto Internationalität verbessert. Bereits jetzt ist die Werbeartikel-Suchmaschine in spanischer und englischer Sprache verfügbar. In Kürze werden eine türkische und französische Version hinzukommen. Der neue Product Finder 2.0 hat bereits großen Zuspruch erhalten. 436 Hersteller haben bis dato über 70 000 Artikel in der Online-Werbeartikel-Suchmaschine veröffentlicht. Aufgrund der großen Resonanz für das neue Servicetool wird der bislang aktive Product Finder Classic zum 31. August 2011 abgeschaltet. Hersteller, die ihre aktuellen Produkte noch nicht in den neuen Product Finder 2.0 eingepflegt haben, sollten dies baldmöglichst tun. Grundsätzlich stehen Lieferanten zwei Wege offen, um ihre Artikeldaten in den Product Finder 2.0 zu integrieren. Zum einen lassen sich bestehende Excel-Listen mit Informationen zu Produktdaten und Lieferbeständen kostenlos über eine Web-Applikation, das so genannte PSI Artikelpflegetool, importieren. Zum anderen haben Hersteller die Möglichkeit, ihr EDV-System über einen Konnektor direkt an das Aggregationssystem des PSI anbinden zu lassen. Durch diese Echtzeit-Anbindung entfällt die manuelle Aktualisierung der Daten. Kontakt: Tobias Fliß, Tel.: +49 211 90191-315, E-Mail: Tobias.Fliß@reedexpo.de. <

PSI TALKS 2011

NETWORKING UNTER BRANCHENKOLLEGEN

Auch im zweiten Halbjahr werden sie wieder angeboten: die beliebten Netzwerk-Events der Werbeartikelwirtschaft. Auf den PSI Talks erfahren Besucher Neues und Nützliches aus der Branche sowie Aktuelles von PSI. Der Informationsaustausch ist verbunden mit einem attraktiven Rahmenprogramm. An folgenden PSI Talks können Sie in diesem Jahr noch teilnehmen: 18.08. 2011 Jönköping, 24.08.2011 Amsterdam, 07.09.2011 Wiesbaden, 14.09.2011 Hannover, 28.09.2011 München, 19.12.2011 Düsseldorf. Bei Interesse melden Sie sich einfach per E-Mail sales@psi-network.de oder per Telefon unter +49 211 90191-600 an. <

AHA - Intern. Werbeartikeltage Leipzig
04. - 05. September 2011
Congress Center, Ebene O, Stand Q04



ERFOLG MIT EMOTION

Emotionalisieren Sie Ihre Marke, zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie auf gutes Design setzen und hochwertige Produkte schätzen. Ein sigikid-Produkt ist immer ein kleines Juwel für den Beschenkten.

Sie wollten schon immer ein individuelles Kuschelmaskottchen haben? Nach Ihren Vorgaben entwickeln wir Ihr eigenes Kuscheltier, das Sie von Ihren Mitbewerbern abhebt.

Profitieren Sie mit Ihrem Unternehmen von unserer Markenkraft!

Lassen Sie sich von unserer Corporate Business Leitung, Frau **Anja Deroni**, beraten:
Tel. 09201 1 70 - 129, anja.deroni@sigikid.de

sigikid, H. Scharrer & Koch GmbH & Co. KG
Am Wolfsgarten 8 · 95511 Mistelbach · Germany
Phone + 49 (0) 92 01 1 70 - 0 · Fax +49 (0) 92 01 1 70 - 20
info@sigikid.de · sigikid.com

Plopp it!
We got it...

 **CI PENCILS**
Your Colours never end

Ploppies...

die aufsteckbaren Radiergummikappen

... auf Lager in blau, violett und schwarz.
Ab 6.000 Stück auch in Ihrer Hausfarbe*



* ähnlich Pantone

CI Pencils e.K. · Bergstr.2a · D 91217 Hersbruck · Tel.: +49 (0) 9151 86 24 54 · www.ci-pencils.de

JUBILÄEN ...

Vorab: Der Autor fühlt sich noch jung im Geiste und auch die körperlichen Gebrechen sind bei manch Gleichaltrigem schon deutlich ausgeprägter. Deshalb sind Erinnerungsfeiern bei der Wiederkehr eines besonderen Datums, auch Jubiläum genannt, in der Regel ein freudiger Anlass, den man mit einer Ansprache, Händeschütteln sowie der Aufnahme von Nahrung und Getränken krönt. Genau deshalb freue ich mich nicht nur auf meinen eigenen Geburtstag, sondern auch auf die vielen Branchenjubiläen, die uns bevorstehen.

Am 11. Januar 2012 feiert das PSI, hoffentlich zusammen mit Ihnen, in der Nachtresidenz in Düsseldorf die 50. PSI Messe. Das ist unser bevorstehendes großes Jubiläum, das von einer Vielzahl von Neuerungen auf der Messe begleitet werden wird und mit vielen Sonderleistungen für unsere Mitglieder einhergeht. Besonders spannend werden die Aktivitäten in Halle 13. Hier werde ich noch nichts verraten. Nur soviel: Innovation ist das Kernthema. Die Werbeartikelbranche wird 2012 eine einzigartige Leistungsschau präsentieren. Faszinierend ist aber auch die große Zahl der Jubiläen, die in den nächsten Monaten begangen werden. Noch in diesem Jahr wird der bwg 25 Jahre alt. Gratulation! Die Unternehmen, die einen runden Geburtstag feiern, kann ich hier leider nicht auf-

zählen. Es wird eine große Zahl an Festlichkeiten direkt auf der Messe und um die Messe herum geben – so viel wie nie zuvor. Unternehmen aus vielen Ländern haben dazu angefragt. Zudem werden wir auch viele amerikanische und kanadische Unternehmen auf der PSI erleben, denn die PPAI Show in Las Vegas wurde vorverlegt, sodass sie nun nicht mehr zeitgleich mit der PSI stattfindet. Es passiert also zurzeit sehr viel Positives rund ums PSI und in der Branche. Und im Januar kommt wirklich etwas „Großes“ auf Sie zu!

Es grüßt Sie



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



»Die Werbeartikelbranche wird 2012 eine einzigartige Leistungsschau präsentieren.«



düsseldorf 2011

neue perspektiven erleben.

13. bis 15. Oktober

Moderne Textilien und funkelnde Styles.

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

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

including:



Messegelände Düsseldorf
www.viscom-messe.com

Seit 25 Jahren gemeinsam für den Werbeartikel

Mit vielen Vorteilen von A bis Z



P wie Presse und Öffentlichkeitsarbeit

Der bwg macht überregionale
und überparteiliche Werbung
für den Werbeartikel.
Er beschreibt die Werbewirkung
beim Einsatz von Werbeartikeln.

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

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



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

Inserentenverzeichnis/Index of advertisers:

PSI Nr.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
44329	aditan GmbH	041
44533	Albene GmbH	035
45495	Art di Como Design GmbH	U4
47779	Ballograf AB	101
48006	BAM BAMS	029
48274	Brecht Profashion GmbH	029
45956	burger pen AG	115
49043	BWG	126
45452	CD-LUX GmbH	053
48199	CI-PENCILS	123
42819	Gustav Daiber GmbH	021
45676	Dan Way Design Lizenz GmbH	037
41430	Eckenfelder GmbH & Co KG	089
48023	Eichsfelder Technik eitech GmbH	035
41369	elasto form KG	039
	EUROEXPO TRADE FAIRS SRL	119
44457	elxact Internationale Werbemittel GmbH	117
48284	Felix Solicut GmbH	035
42592	Lederfabrik Garnier GmbH	083
41615	Geiger Aktiengesellschaft	007
45737	Giving Europe B.V.	049
41939	haug büsten e.K.	113
47570	Hauser GmbH	U2
47476	Horizonte UG	051
13656	Idee-Agent GmbH	127
48038	In-Crystal	059
42907	Inspiration GmbH	027
47696	Jamara e.K.	002
46091	KAAI Kalender GmbH	097
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	031
41794	Karl Knauer KG	095
46905	Braun-Heitmann GmbH & Co. KG	
	ehemals Krebs & Sohn Vertriebs GmbH Co.KG	059
48221	KYMM Bags	117
48266	Gourmet Leon	029
41248	Leser GmbH	057
47400	LTP Litschka Toys & Premiums GmbH & Co. KG	059
40909	MACMA Werbetartikel oHG	U3
41617	MAGNA sweets GmbH	025
40111	Martor KG	029
48152	Landkaufhaus Mayer GmbH	023
48328	mentec GmbH	023, 093
40641	Mid Ocean Brands B.V.	005
45974	Multiflower GmbH	035
41816	Nestler-matho GmbH & Co. KG	013
42878	Newell Rubbermaid	047
48142	Newpen sprl	083
42809	F. Pecher GmbH	099
45437	PILOT PEN (Deutschland) GmbH	095
42332	prodir SA	087
43417	prodir GmbH	001
48075	PROMOTION4U	117
	PROMOTURK	075
	PSI NL der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	
	030, 034, 038, 042, 044, 045, 048, 060+061,	
	073, 086, 090, 096, 100, Double Gate Fold	
41980	Quatron Werbemittel GmbH	085
42938	REIDINGER GmbH	033
44508	Ritter-Pen GmbH	093
46551	Sanders Imagetools GmbH	111
48210	Schmid Electronics GmbH	117
43416	Schneider Schreibgeräte GmbH	003, 043, 077
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	079
48311	sigikid - H. Scharrer & koch GmbH & Co. KG	123
46325	Slodkie Upominki	057
47997	Sport Puttkammer	115
45341	Stereo Holland-Gebäck GmbH	019
45328	Stilolinea Srl	091
47912	Swarovski Deutschland GmbH	053
44186	team-d Import Export Warenvertriebs GmbH	083
48308	Teks Pro Promosyon Tekstil Ürün Leri San Ve Tic Ltd Sti	055
4761	top display GmbH	127
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	081
	viscom - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	125

PSI Nr. Beilagen / Inserts (*Teilaufgabe / *Part of Circulation)

46355	Promidata Deutschland	*
	PSI Supplier Finder 1/2011	*

Wir sind eine inhabergeführte Werbeartikelagentur in Hamburg. Unsere Stärken sind die Beratung und der Vertrieb von Standardartikeln, Sonderanfertigungen und individuelle Fullservice-Konzepte. Seit über 25 Jahren betreuen wir einen umfangreichen Kundenstamm im In- und Ausland. Mit frischen Ideen, kundenorientiertem Denken und Zuverlässigkeit haben wir uns eine ausgezeichnete Stellung im Markt erfolgreich erarbeitet.

Um unsere Marktposition auszubauen, suchen wir zum 01. Oktober 2011

Vertriebsmitarbeiter m/w

Ihre Aufgaben

- Betreuung und Beratung eines bestehenden Kundenstamms
- Akquisition und Betreuung von Neukunden / Interessenten
- Kreative Entwicklung individueller Kundenkonzepte
- Auftragsbearbeitung (Angebot, Auftrag, Bestellung beim Lieferanten, Terminüberwachung, Rechnungsstellung)
- Beratung und Betreuung von Kunden auf Hausveranstaltungen
- Aktive Mitarbeit an übergreifenden Projekten

Ihr Profil

- Abgeschlossene kaufmännische Ausbildung
- Berufserfahrung im Vertrieb von Werbeartikeln
- Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- Beratungskompetenz und Verhandlungsgeschick
- Sicheres Auftreten bei Geschäftspartnern
- Sicherer Umgang mit EDV und modernen Kommunikationsmitteln
- Teamfähig, kontaktfreudig, pragmatisch und leistungsorientiert

Dann sind Sie bei uns richtig. Wir bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem jungen Team langjähriger Mitarbeiter zu attraktiven Konditionen.

Wir freuen uns auf Ihre aussagefähigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellungen.

Ihre Bewerbung wird selbstverständlich vertraulich behandelt.

Bewerbungsunterlagen bitte an:

top display International GmbH
Gorden Daub
Winterhuder Weg 82
22085 Hamburg
g.daub@top-display.de



IDEE-AGENT/IN FÜR KREATIVE MISSIONEN GESUCHT!

Unser junges Team sucht ab sofort kompetente Verstärkung!

Sie haben eine kaufmännische Ausbildung oder ein Studium im Bereich Marketing und bereits mehrere Jahre Berufserfahrung im Einkauf/Verkauf oder Direktimport von Werbeartikeln? Wenn Sie dann auch noch sicher in der Anwendung des MS-Office-Paketes, sowie der Branchensoftware CDH sind, könnte dieses Jobangebot für Sie interessant sein.

Ihre Aufgaben:

- Neukundenakquise
- Betreuung und Beratung von Bestands- und Großkunden
- Preisverhandlungen mit Lieferanten
- Einkauf/Direktimport von Werbeartikeln
- Angebotserstellung und deren Kalkulation
- Auftragsabwicklung bis hin zur Rechnungsstellung
- Kunden- und Projektbezogene Ideenfindung und deren Präsentation
- Terminüberwachung
- Artikel-/Marktrecherchen
- Messebesuche
- Allg. Stammdatenpflege
- Ausstellen von LZL-Erklärungen/Urspurszeugnissen

Ihr Profil:

- kaufmännische Ausbildung/Studium im Bereich Marketing
- mehrere Jahre Berufserfahrung im Vertrieb / Direktimport von Werbeartikeln
- verhandlungssicher
- kontaktfreudig
- teamfähig
- kritikfähigkeit
- eigenverantwortliches Handeln
- Wille zur Verantwortung
- unternehmerisches Denken und Eigenmotivation
- Englischkenntnisse sicher in Wort und Schrift
- anwendungssicher im MS Offi cepaket und der Branchensoftware CDH
- gute Kenntnisse in den gängigsten Grafikprogrammen (Photoshop, Corel Draw, etc.)

Wir bieten Ihnen eine interessante und abwechslungsreiche Tätigkeit in einem jungen Team kreativer Köpfe. Bitte senden Sie uns Ihre aussagekräftige Bewerbung unter Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung an unten angegebene Adresse.

z.Hd. Geschäftsleitung persönlich
Idee-Agent GmbH
Werbemittelgroßhandel
Europaallee 2 • 36251 Bad Hersfeld

Tel: 0 66 21 - 7 94 33 - 000
Fax: 0 66 21 - 7 94 33 - 009
e-mail: sabrina@idee-agent.de
Internet: www.idee-agent.de



GEMEINSAM GENIESSEN

Liebe geht durch den Magen – dieses Sprichwort hat nun auch den Segen der Wissenschaft. Nach Meinung des französischen Soziologen Jean-Claude Kaufmann gehört das gemeinsame Essen zu den stärksten Momenten in einer Beziehung. Für das emotionale Highlight des Tages bietet die Branche stilvolle Produkte. Freuen Sie sich auf eine Auswahl an edlem Geschirr, dekorativen Accessoires und nützlichen Küchenhelfern. Seien Sie zudem gespannt auf die Herbstneuheiten des Jahres 2011.

Bitte denken Sie an das Titelthema der Oktober-Ausgabe „Digitale Speichermedien und Audio sowie Premiums und Uhren“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 19. 08. 2011 an:

Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechemer@edit-line. <



„WELCOME TO QUALITY“

In St. Antoni im Schweizer Kanton Fribourg ist das traditionsreiche Unternehmen **burger pen AG** zu Hause. Rund 80 Mitarbeiter arbeiten hier an der Entwicklung und Produktion von innovativen, qualitätsbewussten Schreibern. Zu der hochwertigen Produktpalette zählt auch die Schreibgerätmarke **burger swiss pen**, die eigens für die Werbeartikelbranche entwickelt und konzipiert wurde. Seit vier Jahren auf dem Markt vereint **burger swiss pen** Schweizer Know-how, Technik und Zuverlässigkeit. <



VÖW: JUBILÄUMS-MEETING IN KITZBÜHEL

Seit 20 Jahren gibt es ihn bereits – den Verband Österreichischer Werbemittelhändler (VÖW). Den runden Geburtstag feierte die Interessenvertretung von Werbeartikelimporteuren und -herstellern jüngst im Rahmen des Sommermeetings in Kitzbühel. Geboten wurde eine spektakuläre Mischung aus Produktpräsentation, Bootsregatta, Wellness und Hüttenzauber. Wir waren vor Ort, um Eindrücke für Sie festzuhalten. <

IMPRESSUM

Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-Wirtschaft von
PSI Promotional Product Service Institute
Niederlassung der Reed Exhibitions
Deutschland GmbH
Völklinger Straße 4, D-40219 Düsseldorf
Telefon: +49 211 90191-0
Telefax: +49 211 90191-180
Internet: www.psi-network.de

Herausgeber: Michael Freter

Geschäftsleitung: Hans-Joachim Erbel, Matthias Templin

Redaktion: Edit Line Verlags- und Produktions-GmbH
Dekan-Laist-Straße 17, 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 (ebenfalls
keine Haftung).

Für Mitglieder des PSI ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag
enthalten.

 Reed Exhibitions

MACMA

Collection

CrisMa®

Ferraghini®

MARK TWAIN®

The Marina®

LCERAMICS

ask for our new CrisMas Collection



Art. 8192 L. 26,1 x 21,4 x 12,4
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.



Art. 87706 L. 27,0 x 18,0 x 10,0
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.



Art. 98332 L. 16,2 x 18 x 2,8
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.

Art. 98333 L. 15 x 17,5 x 2,8
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.



Art. 88369 L. 16,7 x 16,8 x 8
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.



Art. 88378 L. 12,5 x 16,9 x 3,5
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.

Art. 88344 L. 36,3 x 16,3 x 28,7
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.



change the inside to a new paper

Art. 88324 L. 23,5 x 9 x 7,5
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.

Art. 88322 L. 17,2 x 8 x 8
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.

WE EXHIBIT AT **RemaDays** EUROPE
Visit us on 9th - 11th January 2012 NUREMBERG
contact us for your free entrance ticket



Art. 88330 L. 16,2 x 16,2 x 12,2
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.

Art. 88332 L. 16,2 x 16,2 x 12,2
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.



Art. 78337 L. 16,2 x 16,2 x 12,2
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.

Art. 78339 L. 16,2 x 16,2 x 12,2
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.



Art. 88337 L. 16,2 x 16,2 x 12,2
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.

Art. 88356 L. 16,2 x 16,2 x 12,2
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.



Art. 88357 L. 16,2 x 16,2 x 12,2
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.

Art. 88357 L. 16,2 x 16,2 x 12,2
P. 12 x 1,8 cm (P. 12)
Das Mobiltelefon wird sicher und stabil in der Halterung gehalten und ist jederzeit erreichbar. Die Halterung ist aus hochwertigem Kunststoff gefertigt und ist in verschiedenen Farben erhältlich. Die Halterung ist auch als Geschenk geeignet.

for DE, AT, CH:
MACMA oHG Germany
Tel. +49 911 9 81 81 33
info@macma.de

for PL, UA, BY:
MACMA POLSKA Sp. z o. o.
Tel. +48 71 33 054 60
info@macma.pl

for GB, IRL:
MACMA UK LTD.
Tel. +44 845 20 622 62
info@macma.net

for HU, RO, SK:
MACMA HUNGÁRIA KFT.
Tel. +36 1 272 272 0
macma@macma.hu

for France, Northern Africa:
MACMA FRANCE S.ar.l.
Tel. +33 1 66 66 16 55
backoffice@macma.fr

for NL, BE:
MACMA NEDERLAND B.V.
Tel. +31 26 31 93 959
info@macma.nl

for ES, P:
MACMA IBERIA S.L.
Tel. +34 91 659 00 72
info@macmaiberia.com

for SE, NO, FIN:
MACMA NORDICA AB
Tel. +46 241 611 90
info@macma.se

for IT:
TRINOVA SRL MACMA ITALIA
Tel. +39 039 96 36 487
info@macmaitalia.com

for Asia, America, Australia:
MACMA LTD. (Hong Kong)
Tel. +852 23 690 499
info@macma.hk

for other European Countries:
MACMA EXPORT
Tel. +49 911 98181 33
info@macma.de

for Southern Africa:
MACMA PTY LTD. (SA)
Tel. +27 11 31 41 145
sales@macma.co.za

click for more
www.macmaworld.com

Die besten Ideen sind ganz einfach zu finden

Das KeyRefinder® System.
Und die Schlüssel kommen zurück.

Jetzt
schon ab
50 Stück
erhältlich!



KeyRefinder®

Der KeyRefinder bringt **IHRE MARKE** wirksam in Schlüsselposition.
Denn hinter dem attraktiven Anhänger steht ein durchdachtes System mit
klarem Nutzwert für Ihre Kunden:

Der gefundene Schlüssel wird einfach in den nächsten Postbriefkasten geworfen.
Unverpackt. Weil das so kinderleicht ist, werden weit über 1.000 verlorene
Schlüssel pro Jahr in die KeyRefinder-Zentrale zurück geschickt. Hier kann der
Eigentümer anhand der Identifikationsnummer ermittelt werden, wenn er sich
registriert hat. In einem neutralen Päckchen kommt der Schlüssel dann
zum Eigentümer zurück. **KOSTENFREI.**

Fordern Sie kostenlos und unverbindlich Ihr
persönliches KeyRefinder-Infopaket an:

KeyRefinder® · Oskar-Sembach-Ring 6
91207 Lauf, Germany
Tel. + 49 (0) 9123-98 99 820
Fax + 49 (0) 9123-98 99 829
info@KeyRefinder.eu · **www.KeyRefinder.eu**

Lieferung über den Werbeartikelfachhandel.