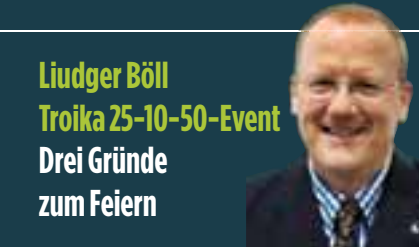


JOURNAL



**Alexander Czech,
Stefan Fleischmann**
Sanders Imagetools
Zwei auf gleichem Kurs



Liudger Böll
Troika 25-10-50-Event
Drei Gründe
zum Feiern

10 Jahre micx-media
Erfolg braucht Konzepte

burger swiss pen
Welcome to Quality

Werbeartikel-Guide
Geschirr, Küchenhelfer,
Herbst-Neuheiten



GS-ZEICHEN UND CE-KENNZEICHNUNG
PRÜFSIEGEL
UNTER DER LUPE



EUROPAS BREITESTES ADVENTSKALENDER-PROGRAMM!

Jetzt gratis:
**Online -
Blätterkatalog**
Personalisiert mit
Ihren Kontaktdaten!



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

Mit einem Adventskalender bleibt die Werbung Ihrer Kunden garantiert 24 Tage im Mittelpunkt! Kalender für jedes Budget und individuell bedruckt liefern wir schon ab 100 Stück. Bei uns bekommen Sie überraschend mehr! Mehr Service, mehr Kompetenz, mehr Aufmerksamkeit und bestimmt den richtigen Adventskalender für Ihre Zielgruppe! Gleich Muster und Händlerkataloge unter www.cd-lux.de bzw. info@cd-lux.de anfordern.



CONFISERIE
Finest Quality

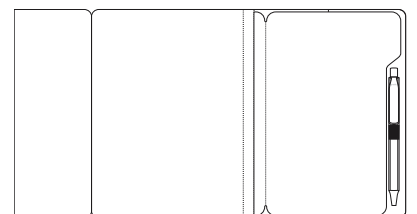
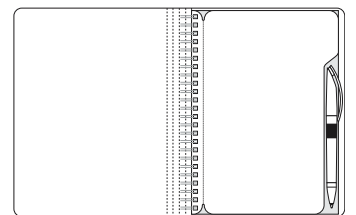
CD • LUX 
G M B H
DIE ADVENTSKALENDER EXPERTEN



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!



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®**

EDITORIAL

STERBEN DIE KLEINEN?

Wer die Markt- und Mitgliederentwicklung beim PSI unter die Lupe nimmt, der stellt schnell fest, dass kleine Unternehmen, ob Händler/Berater oder Lieferanten es zunehmend schwer haben. Der Trend zieht sich durch ganz Europa und trifft natürlich Kollegen in schwachen Wirtschaften besonders hart.

Heute leiden eher die Kleinen, nicht wie gewohnt die Mittleren. Und es sind mehrere Faktoren, die den Wandel herbeiführen. Einmal ist da die nahezu absolute Transparenz von Preisen und Produkten im Internet. Selbst und vielleicht gerade der kleine Kunde, also die Klientel der Kleinen, stöbert heute im Internet, bestellt direkt auf diesem Weg oder sucht sich dort zumindest den günstigsten Händler. Zudem haben sich Tempo und Angebotswege radikal verändert. Das gute alte Fax hat ausgedient. Heute werden mit einem E-Mail-Shot gleich zehn oder noch mehr Händler zur Abgabe von Angeboten gebeten. Da kann nur mithalten, wer technisch so ausgestattet ist, dass er ebenso schnell seine Lieferanten kontaktieren kann. Hinzu kommt noch, dass sich große und namhafte Lieferanten auf die leistungsstarken Händler/Berater konzentrieren. Mit ihnen machen sie nicht immer die beste Rendite, aber das schnellere und sicherere Geschäft. Und das zählt.



Manfred Schlösser

Aber ist das kleine Werbeartikel-Unternehmen wirklich dem Niedergang geweiht? Oder befinden wir uns nur in einem Strukturwandel, der wie jeder Wandel seine Opfer, aber auch seine Chancen hat? „Schwer zu sagen“ sagen nahezu alle, mit denen ich zu diesem Thema gesprochen habe. Vorherrschende Meinung: Es wird entscheidend von den Kleinen selbst abhängen, ob und wie sie sich positionieren. Als Spezialisten, als gute Berater und als äußerst kundenorientierte flexible kleine Einheiten. So könnten sie auch in Zukunft manchem Großen zeigen, wie es geht.

Ein erster Schritt dazu sollte sein, dass alle Services, die das PSI bietet, künftig intensiv genutzt werden. Oft stelle ich fest, dass gerade die, die diese Services am ehesten brauchen könnten, weder Product Finder noch Product Sourcing einsetzen. Ein verhängnisvoller Fehler im Wettbewerb. Manch einer sagt gar mit gewissem „Stolz“, er sei schon seit Jahren auf keiner PSI Messe mehr gewesen. Wie soll man da im Wettbewerb bestehen?

Dabei hat das PSI viele Services auch, manche sogar besonders für kleine Unternehmen entwickelt. Machen Sie also Gebrauch davon. Die Großen tun es längst.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal

Herr B. aus W.



Kommt nur einmal im Jahr!

Squeezies® Herr Bert® - Antistressartikel aus Polyurethan, zum Knautschen und Drücken - nicht nur in der stressigen Vorweihnachtszeit.



mbw Vertriebsges. mbH | Tel. 04606 / 9402 - 0
24997 Wanderup

DAS AUGE WIRBT MIT

16

Unser Titelthema steckt diesmal ein ideales Umfeld für dauerhaft wirkende Werbemittel ab: Nirgends erlangt der Genuss mehr Bedeutung, als in der Küche – und selten erreichen schöne wie nützliche Produkte größere Aufmerksamkeit als in diesem behaglichem, täglich betretenen Umfeld. Ab Seite 16 präsentieren wir Ihnen eine Auswahl der werbestarken Küchenhelfer. Sie werden durch einen bunten Strauß Herbstneuheiten ergänzt.



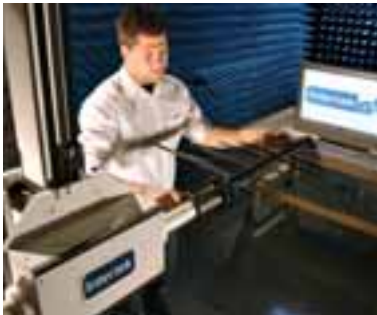
TRENDS & BRANDS	Unterwegs in den schönsten Städten der Welt	4
	Wandern – Spaß und Abenteuer in der Natur	6
FOKUS	GS-Zeichen und CE-Kennzeichnung: Prüfsiegel unter der Lupe	8
JOURNAL	Nachrichten aus Wirtschaft, Politik und Business	12
GESCHIRR UND KÜCHENHELPER	Das Auge wirbt mit	16
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	38
	Promo Swiss Forum Luzern: Mit allen Sinnen werben	44
	20 Jahre: VÖW feiert in Kitzbühel	48
	Viering Promotion Days: Tierisch kreativ	52
	Dino GmbH: 1001 Werbeideen	56
	Sprintis Schenk wächst weiter	58
HERBST-NEUHEITEN	Eine reiche Ernte	60
UNTERNEHMEN	Troika Germany GmbH: Rauschendes Fest mit Familie, Partnern und Freunden	82
	burger swiss pen: „Welcome to Quality“	86
	10 Jahre micx-Medienpower: Erfolg braucht Konzepte	90
	Schwan-Stabilo Promotion Products: Der beliebteste „Boss“ der Welt wird 40	92
	Salzmanufaktur Siegsdorf: Natursalz in seiner schönsten Form	94
PORTRAIT	Alexander Czech und Stefan Fleischmann: Zwei auf gleichem Kurs	96
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	100
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	104
MEINUNG	Konjunktur...	108
IMPRESSUM		112



www.jamara.com

PRÜFSIEGEL UNTER DER LUPE

8



Zur Orientierung im immer unüberschaubarer werdenden Produktangebot verlassen sich Verbraucher zunehmend auf Prüfsiegel wie das GS- und CE-Zeichen. Dies sind die einzigen gesetzlich geregelten Siegel in Europa für Produktsicherheit. Alle anderen Zeichen wie ENEC, TÜV, BG sind private Zeichen von einzelnen Prüf- oder Zertifizierungsstellen oder Vereinbarungen zwischen Prüfhäusern. Was leisten die Siegel wirklich und was müssen Lieferanten und Händler beachten?

EIN RAUSCHENDES FEST

82



Am 9. und 10. Juli hatte Troika einen dreifachen Grund zum Feiern: 25 Jahre Firmenjubiläum, 10 Jahre Headquarter und der 50. Geburtstag von Liudger Böll waren Anlass zu einem großen, rundum gelungenen Event am Firmensitz in Müschenbach. Bereits am Nachmittag trafen die Gäste ein: Familie, Kunden, Nachbarn aus der Region sowie Geschäftspartner feierten gemeinsam ein ereignisreiches Fest, bei dem, bis hin zum angenehmen Sommerwetter, einfach alles stimmte.

ERFOLG BRAUCHT KONZEPTE

90



Die micx – media in concept gmbh & co. kg zählt zu den großen unabhängigen Konzept- und Produktionsagenturen für Music und Media Special Products. In nur 10 Jahren hat sich das Unternehmen im deutschsprachigen Raum zu einem der Marktführer für digitale Werbeträger für Marketing, Promotion und Verkaufsförderung entwickelt.

ZWEI AUF GLEICHEM KURS

96



Geschäftsführer Alexander Czech und Prokurist Stefan Fleischmann Sanders haben Imagetools als kompetenten Hersteller hochwertiger Produkte aus den Bereichen Getränke, Wellness und Hygiene am Werbeartikelmarkt positioniert. Das innovative Produktspektrum und das klare Bekenntnis zu Qualität und Produktsicherheit haben gleichermaßen zum Unternehmenserfolg beigetragen. Ein Portrait des partnerschaftlichen Führungsteams.



**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

**PEPPIGE STÄDTEUHREN**

Brisa Entertainment GmbH

PSI Nr.: 47749

www.brisa.com

**WOCHENKALENDER MIT SPANNENDEN
INFORMATIONEN ZU VERSCHIEDENEN TRAUMZIELEN**

Korsch Verlag GmbH & Co. KG

PSI Nr.: 40786

www.korsch-verlag.de

**SCHOKO-BOX „BERLIN“**

Troika Germany GmbH

PSI Nr.: 46311

www.troika.de

**HISTORISCHE HÖRBUCHREISE**

micx – media in concept gmbh & co. Kg

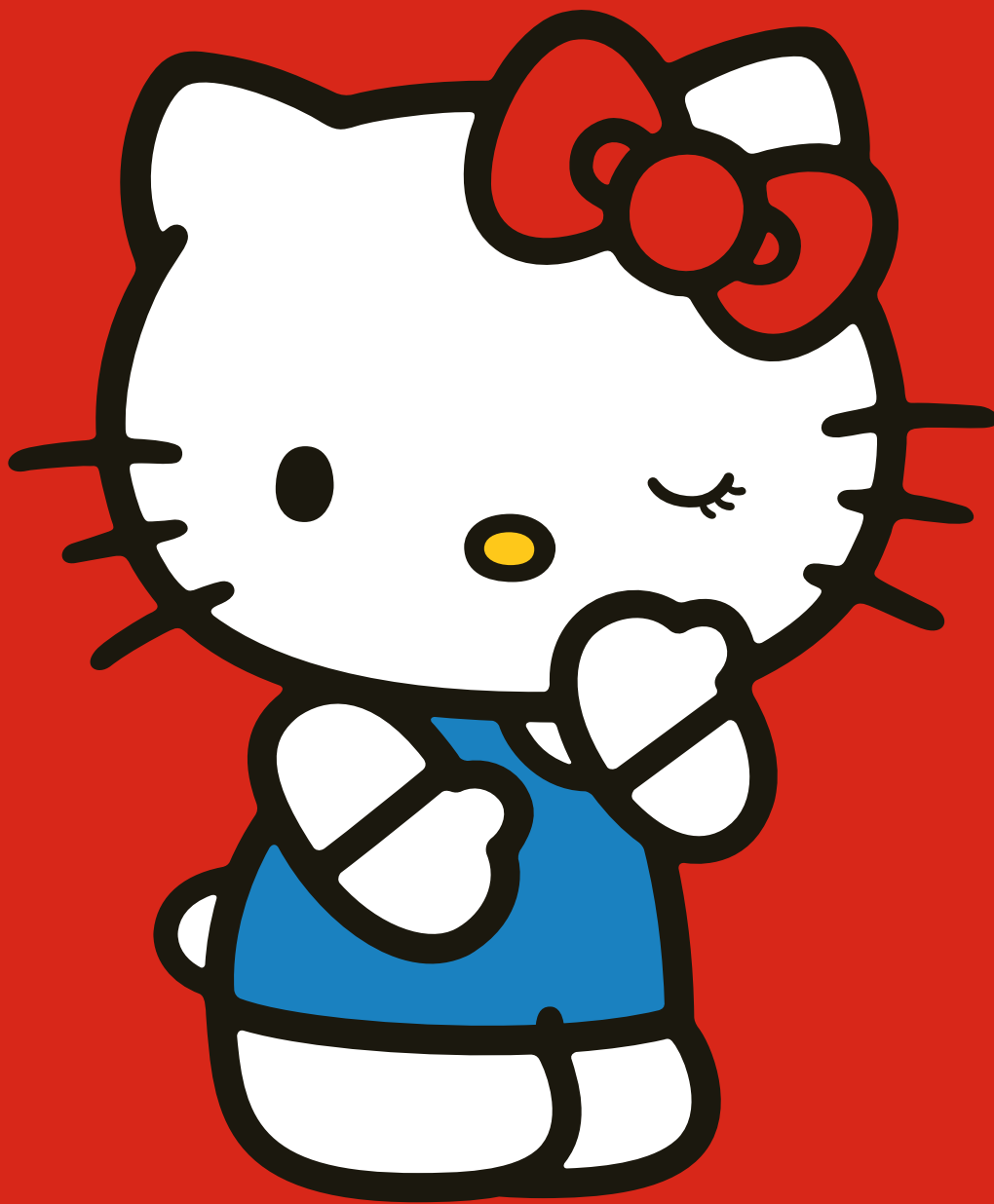
PSI Nr.: 45899

www.micx-media.de

**UNTERWEGS IN DEN SCHÖNSTEN
STÄDTEN DER WELT**

Wer bei Sommerurlaub automatisch an Strand und Palmen denkt, irrt: Trotz sommerlicher Temperaturen zieht es deutsche Reisende auch in den Sommermonaten in die Stadt. Metropolen in Europa und den USA sind in diesem Jahr besonders gefragt. Das hat eine Analyse der Buchungszahlen des Online-Reiseportals Expedia.de für die Monate Juni, Juli und August ergeben. Demnach belegen Berlin, London und New York bei Hotelbuchungen die vordersten Plätze. Hoch im Kurs stehen aber auch die Metropolen Hamburg, Paris, Las Vegas und Rom. Das große Interesse an diesen Städten ist nicht verwunderlich, schließlich überzeugen sie allesamt durch ein reiches Kulturangebot, ein reges Nachtleben und vor allem durch eine ganz eigene Note. Für alle, die in diesem Jahr nicht verreisen können, holt die Werbeartikelbranche schöne Städteimpressionen in die eigenen vier Wände.

Hi, ich bin Hello Kitty.[®]
Wir sehen uns bei Mid Ocean Brands



Entdecken Sie unsere exclusive Kollektion auf
www.midoceanbrands.com/hellokitty

Mid Ocean Brands ist ein internationales Unternehmen mit mehr als 40 Jahren Erfahrung in der Werbeartikelbranche. Wir sind einer der führenden Importeure für Werbegeschenke und Prämien, mit mehr als 3.000 verschiedenen Werbe- und Geschenkartikeln. Das Unternehmen ist in ganz Europa vertreten. Wir verfügen über 8 regionale Verkaufsbüros und 3 strategisch günstig gelegene Logistik- und Distributionszentren in den Niederlanden, Polen und Spanien. Mid Ocean Brands veredelt ebenfalls Ihre Werbeartikel mit Ihrem Firmenlogo. Unser Experten-Team in ganz Europa zeigt Ihnen die besten Möglichkeiten einer Personalisierung.



THERMOBECHER BUBBLE-SAFE

IPV Inheidener Produktions- und Vertriebsges. mbH
PSI Nr.: 44211
www.ipv-hungen.de



MULTIFUNKTIONSJACKE MIT HYDRADRI-TECHNOLOGIE

Result Clothing Ltd.
PSI Nr.: 47065
www.resultclothing.com



WETTER- UND REISSFESTE FREIZEITKARTEN

Publicpress Publikationsgesellschaft mbH
PSI Nr.: 48027
www.publicpress.de



SIEBENTEILIGES ABENTEUER-KOMBISET

Macma Werbeartikel oHG
PSI Nr.: 40909
www.macma.de

WANDERN – SPASS UND ABENTEUER IN DER NATUR

Ob Bergwandern in den Alpen oder Pilgern auf dem Jakobsweg – die Deutschen hat die Wanderlust gepackt. Fast 40 Millionen Aktive schnüren gerne die Wanderschuhe, um die Bergwelt mit ihren Seen, Lichtungen und Hochplateaus zu genießen. Warum sich so viele für den aktiven Naturgenuss entscheiden, erklärt eine repräsentative Studie des Deutschen Wanderverbandes. In ihr gaben die Outdoor-Fans an, dass sie sich nach ihren Touren zu 90 Prozent „insgesamt besser“, zu 82,7 Prozent „glücklich und zufrieden“ und zu 73,8 Prozent „seelisch ausgeglichener“ fühlen. Wandern scheint für viele der perfekte Weg zu sein, um Körper und Seele im Gleichschritt zu formen. Allerdings benötigt man für die Touren durch Berg und Tal die richtige Ausrüstung. Längst muss diese nicht nur funktionell, sondern auch modisch sein. Dass die Branche hier eine Menge attraktiver Produkte zu bieten hat, zeigt unsere Auswahl an trendigem Outdoor-Equipment.



FASHION TUNES



Besuchen Sie uns in Düsseldorf!



am Stand von Daiber & Karlowsky
18. bis 21. Oktober 2011
Halle 04, Stand 4C21

SAFETY & WORK

Robuste, schmutzabweisende **Workwear Vest (JN 813)** und **Workwear Pants (JN 814)** in vier Farben.

Mehr Workwear in unserem Katalog **Compilation 2011** ab Seite 148. Passende Caps im Katalogteil Myrtle Beach.



„@work“ präsentiert unsere praktischen und widerstandsfähigen Arbeitsoutfits.

ORDER NOW!



INSTRUMENTE DER QUALITÄTSSICHERUNG (TEIL 3): GS-ZEICHEN UND CE-KENNZEICHNUNG

PRÜFSIEGEL UNTER DER LUPE

Zur Orientierung im immer unüberschaubarer werdenden Produktangebot verlassen sich Verbraucher zunehmend auf Prüfsiegel wie das GS-Zeichen und die CE-Kennzeichnung. Dies sind die einzigen gesetzlich geregelten Siegel in Europa für Produktsicherheit. Alle anderen Zeichen wie ENEC, VDE, ÖVE, TÜV, BG sind private Zeichen von einzelnen Prüf- oder Zertifizierungsstellen oder Vereinbarungen zwischen Prüfhäusern. Was leisten die Siegel wirklich und was müssen Lieferanten und Händler beachten?



PSI Servicepartner Intertek führt alle notwendigen Prüfungen durch, die für GS-Zeichen und CE-Kennzeichnung in Frage kommen.

Wenn ein Produkt das GS-Zeichen trägt, dann ist es ein qualitativ hochwertiges Produkt“, das ist die allgemeine Meinung des Endverbrauchers zu dem seit 1977 existierenden Siegel. Auch in der Werbeartikelbranche ist diese Auffassung weit verbreitet. Dass das GS-Zeichen aber nichts mit besonderer Qualität und Benutzerfreundlichkeit zu tun hat, wissen nur die Wenigsten. Es zeigt aber, dass das Prüf-siegel marketing-technisch wunderbar funktioniert. Deswegen bestehen 95 Prozent der Hersteller, Importeure und Großhändler auf GS-zertifizierten Produkten, da es der Endkunde mittlerweile so verlangt. Und da der Empfänger eines Werbeartikels auf der Stufe des Endkunden steht, ist das GS-Zeichen durchaus auch ein Thema für die Werbeartikelwirtschaft. Ein kritischer, lösungsorientierter Blick in Zusammenarbeit mit PSI Servicepartner Intertek.

WAS VERBIRGT SICH HINTER DEM GS-SIEGEL?

Das Siegel Geprüfte Sicherheit (GS-Zeichen) bescheinigt nur, dass ein Produkt den Anforderungen des Geräte- und Produktsicherheitsgesetzes (GPSG) entspricht. Die Zertifizierung soll den Benutzer und Dritte bei bestimmungsgemäßer Verwendung, aber auch bei vorhersehbarer Fehlanwendung vor Schaden sichern.



Das GS-Zeichen bescheinigt nur, dass ein Produkt den Anforderungen des Geräte- und Produktsicherheitsgesetzes (GPSG) entspricht. Es ist kein Muss, aber auch kein Qualitätssiegel im eigentlichen Sinne.

Auch für Werbeartikel gilt: Die Bedienungsanleitung ist ein Produktbestandteil, das heißt, ohne Bedienungsanleitung ist das Produkt unvollständig. Funktionsprüfungen gehören beim GS-Zeichen nur soweit zum Prüfumfang, wie es für die Prüfung der Sicherheit erforderlich ist. Das GS-Zeichen ist somit kein allgemeines Qualitätszeichen. Die Qualitätsmerkmale im einzelnen, wie etwa die Lebensdauer eines Produktes, werden nicht geprüft. Das GS-Zeichen bedeutet, dass eine vom deutschen Staat autorisierte Prüfstelle das Produkt überprüft hat und Änderungen an dem Produkt meldepflichtig sind.

In der Regel greifen Hersteller aus Marketinggründen auf das GS-Zeichen zurück, wenn es sich um Produkte für den Endverbraucher handelt, um dem Verbraucher die Gewissheit zu geben, dass das Produkt sicher im Sinne des GPSG ist. Das GS-Zeichen kann für technische Arbeits-



mittel und für verwendungsfertige Verbraucherprodukte zuerkannt werden wie zum Beispiel Maschinen, Handwerkzeuge, Spielzeuge, Elektrogeräte, Leuchten, Haushaltsgeräte oder Möbel.

Nicht GS-zertifiziert werden zum Beispiel medizinische Produkte, welche unter die 93/42/EWG fallen, da diese nicht vom GPSG abgedeckt sind. Ausgenommen sind auch Produkte für militärische Zwecke, Fahrzeuge und öffentliche Verkehrsmittel.

GESETZLICHE ENTWICKLUNG

Die EU-Kommission hatte am 14. Februar 2007 ein Legislativpaket vorgeschlagen, wonach Deutschland das GS-Zeichen ab-

schaffen müsste. In dem Vorschlag für einen Beschluss des Europaparlaments und des Rates über einen gemeinsamen Rechtsrahmen für die Vermarktung von Produkten heißt es in Artikel 16 (2):

„Die CE-Kennzeichnung ist die einzige Kennzeichnung, die die Konformität des Produkts mit den geltenden Anforderungen bescheinigt. Hinsichtlich der Übereinstimmung mit den Bestimmungen über die CE-Kennzeichnung in den Rechtsvorschriften sehen die Mitgliedstaaten davon ab, eine Bezugnahme auf eine andere Konformitätskennzeichnung als die CE-Kennzeichnung in ihre nationalen Regelungen aufzunehmen, oder streichen eine solche.“

Die Mitgliedstaaten und das Europäische Parlament haben diesen Vorschlag der EU-Kommission jedoch nicht übernommen. In Art. 30 der Verordnungen über Vorschriften für die Akkreditierung und Marktüberwachung heißt es nun in Ziffer 5:

„Das Anbringen von Kennzeichnungen, Zeichen oder Aufschriften, deren Bedeutung oder Gestalt von Dritten mit der Bedeutung oder Gestalt der CE-Kennzeichnung verwechselt werden kann, ist untersagt. Jede andere Kennzeichnung darf auf Produkten angebracht werden, sofern sie Sichtbarkeit, Lesbarkeit und Bedeutung der CE-Kennzeichnung nicht beeinträchtigt.“

Da das GS-Zeichen schon immer eine andere Bedeutung hat als die CE-Kennzeichnung, ist die Anbringung ohne Änderungen wie bisher möglich.

GS-ZEICHEN: DIE RECHTLICHE SEITE

Um das GS-Zeichen anbringen zu dürfen und ein produktbezogenes Zertifikat zu erhalten, muss der Hersteller sein Produkt von einer zugelassenen Prüfstelle (GS-Stelle, zum Beispiel Intertek) einer Baumusterprüfung unterziehen. Zur Aufrechterhaltung des Zertifikates führt die GS-Stelle

VERGLEICH CE-KENNZEICHNUNG – GS-ZEICHEN

Name	CE	GS
Rechtsgrundlage	Europäische Richtlinien und Umsetzungen in nationales Recht	Geräte- und Produktsicherheitsgesetz (GPSG)
Produktbereiche	Vielzahl von Industrieerzeugnissen	Technische Arbeitsmittel und verwendungsfertige Gebrauchsgegenstände
Prüfung durch unabhängige Stelle	Prüfung ist nur dann verpflichtend, wenn sie in einer Richtlinie für bestimmte Produkte vorgesehen ist. Am Kennzeichen ist nicht erkennbar, ob eine Produkt-Prüfung durchgeführt wurde (z. B. MED, R&TTE, MAS)	Prüfung ist Voraussetzung, um das GS-Zeichen zuerkannt zu bekommen
Kontrollmaßnahmen durch eine Prüf- und Zertifizierungsstelle	Kontrollmaßnahmen nur dann, wenn in der Richtlinie vorgesehen. Bei Maschinen: Kontrollmaßnahmen sind nicht vorgesehen	Durch Kontrollmaßnahmen stellt die Prüf- und Zertifizierungsstelle sicher, dass nur dem geprüften Baumuster entsprechende Arbeitsmittel, verwendungsfertige Gebrauchsgegenstände in Verkehr gebracht werden (§7 GPSG). Bei neuen Kunden wird vor der Zeichenzuerkennung eine Werksbesichtigung durchgeführt
Verwendung der Kennzeichnung / des Zeichens	Obligatorisch, wenn das Produkt von einer entsprechenden Richtlinie erfasst wird. Anbringen durch Hersteller in eigener Verantwortung	Freiwilliges Prüfzeichen
Vergabe	CE-Kennzeichnung wird vom Hersteller angebracht	Das GS-Zeichen wird von einer der hierfür zugelassenen Prüf- und Zertifizierungsstellen zuerkannt

Quelle: Intertek

Kontrollmaßnahmen durch, wie zum Beispiel die jährliche Überwachung der Fertigungsstätte. Bei den Kontrollmaßnahmen wird überprüft, ob das hergestellte Produkt noch dem geprüften Baumuster entspricht oder Änderungen vorgenommen wurden. Diese Fertigungsstättenbesichtigung beinhaltet auch eine Überprüfung des Qualitätswesens. Bei relevanten Veränderungen an dem Produkt muss der Hersteller die GS-Stelle informieren. Relevante Änderungen sind alle Änderungen, die die Konformität mit dem GPSG beeinträchtigen könnten und vor allem Abweichungen zu dem von der Prüfstelle erstellten Prüfbericht bedeuten. Die Prüfstelle muss kontrollieren, ob die vorgenommenen Änderungen eine Nachprüfung erfordern.

VERGLEICH MIT DER CE-KENNZEICHNUNG

Das GS-Zeichen ist im Gegensatz zur CE-Kennzeichnung freiwillig. Die CE-Kennzeichnung ist ein Zeichen, das den freien Warenverkehr in Europa regelt und vom Hersteller in Eigenverantwortung angebracht wird. Hersteller sind zur Anbringung einer CE-Kennzeichnung verpflichtet und stellen damit die Konformität ihrer Produkte mit den geltenden EG-Richtlinien sicher. Damit sind sie auch die Verantwortlichen für diese Produkte. Falls der Firmensitz des Herstellers (Firmenname auf dem Typenschild) nicht in der EU liegt, ist der erste Inverkehrbringer (Importeur) der Verantwortliche. CE als auch GS signalisieren, dass das Pro-



dukt, auf dem es angebracht ist, „sicher“ für die Benutzung im Sinne der europäischen Rechtsprechung ist.

ZEICHENMISSBRAUCH WEIT VERBREITET

Aus Gründen der Kostenersparnis und teilweise auch aus Unwissenheit stehen manche Firmen immer wieder im Fokus der Marktaufsichtsbehörden, weil sie GS-Prüfsiegel auf ihren Produkten anbringen, ohne dass ein gültiges Zertifikat für den jeweiligen Artikel existiert. Das ist ein klassischer Zeichenmissbrauch und wird entsprechend geahndet. Die Liste der Vertragsstrafen ist lang und geht bis zu einem Verkaufsverbot. Von dem entstandenen Image-Schaden ganz zu schweigen. Um sich aus der Missbrauchsanklage herauszureden, sind viele Hersteller bei Argumenten und Ausreden außerordentlich kreativ.

WAS MUSS DER IMPORTEUR BEACHTEN?

Eine häufige Fragestellung: Der Hersteller hat ein gültiges Zertifikat – braucht der Importeur dennoch eine weitere Zeichengenehmigung? Möchte der Inverkehrbringer seinen eigenen Markennamen oder auch seine Modellbezeichnung auf dem bereits GS-zertifizierten Produkt anbringen, kann er dies problemlos mit einem gültigen OEM-Zertifikat tun (OEM = Original Equipment Manufacturer). Denn in den wenigsten Fällen gibt der Importeur seinen Hersteller auf dem Typenschild preis und verwendet die identischen Artikelnummern und Markennamen. <

VORTEILE DER GS-OEM-ZERTIFIZIERUNG

- Man erhält ein vollwertiges GS-Zertifikat auf Grundlage eines Originalzertifikates.
- Die Ausstellung basiert auf einer Dokumentenprüfung und somit fallen keine zusätzlichen Prüfkosten an.
- Es ist definitiv eine kostengünstige Variante, ein GS-Zertifikat zu erhalten.
- Um bei Verkaufs- und Vertragsverhandlungen seinen Hersteller nicht sofort preisgeben zu müssen, kann die Fertigungsstätte auf Wunsch kodiert werden.
- In regelmäßigen Abständen wird über normative Änderungen informiert.
- Die Ausstellung des OEM-Zertifikates dauert nur etwa drei Arbeitstage.
- Sollte es Probleme mit Marktaufsichtsbehörden oder NGOs (Non-Governmental Organisations wie z. B. Stiftung Warentest, Öko Test etc.) geben, bietet Intertek durch sein professionelles Complaint-Management-Team volle Unterstützung.

WEITERE INFORMATIONEN

Intertek Holding Deutschland GmbH

Stangenstraße 1
70771 Leinfelden-Echterdingen

Nicole Braun

Global Project Coordinator
Tel.: +49 71127311-192
Hotline: 0800 5855888
E-Mail: retail@intertek.com

Martin Muendlein

Director Global Project & Service
Management
customer.care@intertek.com

ÄSTHETIK GEWINNT

Der durchschnittliche Internetnutzer hat heute zwanzig Prozent mehr Vertrauen ins Internet als noch vor fünf Jahren. Anders als erwartet, spielen dabei optische Eindrücke der Internetseite eine größere Rolle als Sicherheitsvorkehrungen. Dieses Ergebnis ergab eine Studie der Faculty of



Business and Economics der University of Melbourne in Australien. Ob ein Nutzer einem Online-Shopping-Portal vertraut, hängt dabei maßgeblich von der Seitengestaltung ab. So vertrauen Internetuser laut Studie ästhetischen Seiten eher als einer unansehnlichen Homepage.

STUDIE

LUXUSGÜTERBRANCHE BLÜHT AUF

Luxus boomt – diesen Schluss ziehen die Unternehmensberatung Bain & Company und der italienische Verband der Luxusgüterhersteller Altgamma aus ihrer Studie „Luxury Goods Worldwide Market 2011“. Demnach sind die Umsätze im Luxuswarenssegment im Jahr 2010 um 14 Prozent im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Für 2011 sagen die Experten einen weiteren Anstieg von etwa acht Prozent voraus. Besonders gefragt seien Uhren, Schmuck, Lederwaren und Accessoires. Beflügelt wird der internationale Markt laut Studie durch ein anhaltendes Wachstum in China und anderen schnell wachsenden Luxusmärkten wie Russland oder Brasilien. Bis 2014 sei mit einem jährlichen Umsatzanstieg von rund fünf Prozent zu rechnen. Dies wird nicht spurlos an der Werbeartikelbranche vorbeigehen. Nach geringen Umsätzen 2007 und 2008 kann wieder durchgeatmet werden.

INTERNATIONALE MÄRKTE

WERBEAUSGABEN GERINGER ALS ERWARTET

Media-Agenturen erwarten ein Wachstum der internationalen Werbeausgaben für das Jahr 2011 von drei bis fünf Prozent. Das ist weniger, als ursprünglich angenommen. Während die Agenturen ZenithOptimedia und GroupM schon im Juli ihre Prognosen senkten, zog nun auch die Mediaholding Londoner Warc nach und revi-



dierte ihre Ausblicke. Gründe für ein geringeres Wachstum seien die unsichere Wirtschaftslage in manchen Industriestaaten, die hohen Rohstoffpreise und die Erdbebenkatastrophe in Japan. 2012 sollen die globalen Ausgaben für Werbung jedoch wieder steigen. Vor allem im Internet erwartet die Agentur ZenithOptimedia zwischen 2011 und 2013 ein Wachstum von rund 14 Prozent jährlich.

UNTERNEHMER-MARKEN

MARKENMANAGEMENT IST CHEFSACHE

Unternehmenskultur

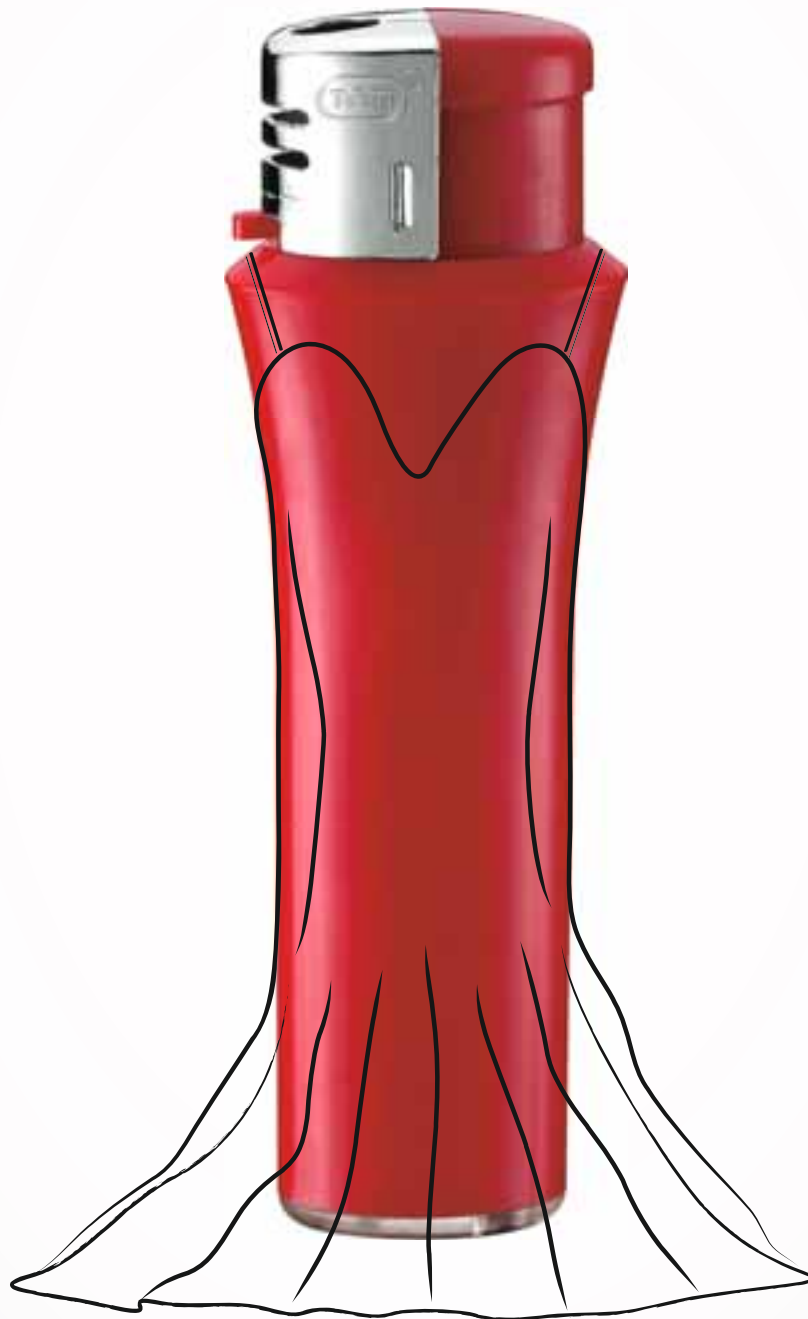
Unternehmenskultur ist ein zentraler Bestandteil des Markenmanagements. Sie definiert die Werte, Normen und das Verhalten innerhalb eines Unternehmens und beeinflusst so das Markenimage und die Kundenzufriedenheit. Eine starke Unternehmenskultur kann zu einer höheren Mitarbeitermotivation, besserer Kommunikation und letztlich zu einem Wettbewerbsvorteil führen. Unternehmen, die ihre Kultur bewusst managen, sind besser in der Lage, Veränderungen zu bewältigen und neue Chancen zu nutzen.



zwischen der Marke und ihrem Geschäftserfolg sehen und dass sich eine Markenbeschädigung direkt auf den Ruf des Unternehmers auswirke. Sobald es um Entscheidungen rund um die Marke geht, sind die Namens- oder Markengeber laut Studie zu 100 Prozent mit eingebunden. Prof. Dr. Wieselhuber, Initiator der Studie, rät daher den Unternehmern als Markengeber, dass sich die eigenen Werte und Ziele in der Markengestaltung und Markenführung niederschlagen sollen. Wieselhuber stuft das Ergebnis, dass über 70 Prozent der Unternehmer sich jedoch nicht über den monetären Wert der Marke im Klaren sind, als problematisch ein: Denn erst durch die Auseinandersetzung mit dem eigenen Marktwert ließe sich die betriebswirtschaftliche Dimension der Marke richtig erschließen.

www.wieselhuber.de

Haute Couture zum kleinen Preis



Das neue EB-30 von TOM.

Elektronica SM-Handels GmbH

Mergenthaler Str. 29 - 31

D-48268 Greven
Germany / Allemagne

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

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

it's my flame!



WIRTSCHAFTLICHE ENTWICKLUNG

ZUGPFERD ASIEN

Asien führt dank seines stabilen Wirtschaftswachstums von rund acht Prozent den weltweiten Wirtschaftsaufschwung an. Dies berichtet das Wirtschaftsmagazin „China Contact“ und beruft sich auf Angaben der Asiatischen Entwicklungsbank (ADB). Als zusätzlichen Faktor für den weltweiten Aufschwung nennt die ADB im Anfang April veröffentlichten „Asian Development Outlook 2011“ die verstärkten Süd-Süd-Verbindungen. Diese machten sich im Süd-Süd-Handel und in



den Investitionen in den aufstrebenden Ländern Asiens, Lateinamerikas, Afrikas und im Mittleren Osten bemerkbar. Verstärkt habe diese Entwicklung vor allem das „Factoring Asia“, die Komplettierung von Halbfabrikaten in China und anderen asiatischen Ländern, so die ADB. China prognostiziert die ADB in den kommenden Jahren ein langsames Wachstum. Dank starker Exporte und einer Steigerung von Investitionen konnten im Jahr 2010 10,3 Prozent Wachstum erreicht werden. Für 2011 prognostiziert die ADB ein Wachstum von 9,6 Prozent und von 9,2 Prozent für das Jahr 2012. Die ADB forderte die chinesische Regierung auf, das nachhaltige Wachstum mit Investitionen in den öffentlichen Sektor, den Finanzsektor und durch die Anpassung ihrer Politik zu unterstützen. <

HANDBUCH LÄNDERRISIKEN 2011

MÄRKTE AUF EINEN BLICK

Über Märkte, Handel und Branchen informiert das neue Handbuch „Länderrisiken 2011 – Auslandsmärkte auf einen Blick“ vom Forderungsdienstleister Coface und dem F.A.Z.-Institut. Das Buch liefert Orientierungshilfen für Unternehmen, die im Ausland investieren möchten. Insgesamt wurden 156 Staaten weltweit unter die Lupe genommen. Besondere Aufmerksamkeit galt dabei der Euro-Zone, Japan, und Nordafrika. Wer als Werbeartikelhändler in diese Regionen investieren möchte, kann in dem Handbuch Basisinformationen, Branchenanalysen und Details zu Zahlungsmodalitäten und Zahlungssicherheiten finden. „Handbuch Länderrisiken 2011 – Auslandsmärkte auf einen Blick“, Coface Deutschland, F.A.Z.-Institut, Mai 2011, 448 Seiten, Paperback. <



SUCHMASCHINEN IM WEB

AUF DER SUCHE NACH NEUKUNDEN

Das Internet bietet viele Chancen vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen. Wie eine Studie des KMU-Trendmonitor nun ergab, können kleinere Unternehmen vor allem im Internet Neukunden gewinnen. 65 Prozent aller befragten Kleinunternehmer gaben an, dass Suchmaschinenwerbung die effizienteste Werbemaßnahme ist, um neue Aufträge an Land zu ziehen. An zweiter Stelle folgt das Schalten von Anzeigen in Zeitungen oder Zeitschriften. Nur 14 Prozent der Studienteilnehmer gaben an, dass sie auf Werbung in Branchenbüchern setzen. Der große Vorteil des World Wide Webs sei, dass die Unternehmen dort mit vielen verschiedenen Begriffen gefunden werden können, so Arne Kahlke, Geschäftsführer der DMIT Deutsche Medien und IT GmbH. Wohingegen die Kunden in Branchenbüchern gezielt suchen müssten.



Wer im Internet gefunden werde, könne in der Regel auch Neukunden gewinnen, erklärte Kahlke weiter. Deshalb könne es sich kein Unternehmen mehr leisten im Netz nicht gefunden zu werden. Für die Studie von KMU-Trendmonitor wurden über 100 000 Internetnutzer, darunter 1126 Kleinunternehmer, befragt. <

cacharel



PLASTORIA

THE POWER OF BRANDS



cacharel NINA RICCI CERRUTI 1881 **ungaro** CHARLES JOURDAN JEAN-LOUIS SCHERRER

A gift is about making someone feel valued by giving them something valuable. Plastoria understands this. With our collections, you can offer your client luxurious gifts by renowned fashion brands, at an affordable price. The quality of our products, combined with speedy deliveries and excellent client service, make Plastoria the right choice for all your high-end gift needs.

www.plastoria.be



GESCHIRR UND KÜCHENHELFER

DAS AUGE WIRBT MIT

Unser Titelthema steckt diesmal ein ideales Umfeld für dauerhaft wirkende Werbemittel ab: Nirgends erlangt der Genuss mehr Bedeutung als in der Küche – und selten erreichen schöne wie nützliche Produkte größere Aufmerksamkeit als in diesem behaglichen, täglich betretenen Umfeld.

Nur an wenigen Stellen kommen Werbeartikel besser zur Geltung als im Dunstkreis der Küche oder am gedeckten Tisch. Ob es sich nun um nützliche Gebrauchsgegenstände, dekorative Accessoires oder Produkte handelt, die beides in sich vereinen: Hier sind sie ständig in Händen oder kommen täglich ins Blickfeld, sodass ihnen nicht nur hohe, sondern vor allem auch dauerhafte Aufmerksamkeit sicher sein kann. Die auf den folgenden Seiten gezeigte Auswahl zum Themenkreis offenbart, dass Geschmack nicht nur eine Frage von Nase und Zunge, sondern in diesem bestimmten Fall auch der visuellen Wahrnehmung ist. Isst das Auge der bekannten Redewendung zufolge ja mit, wenn es ums Kulinarische geht, so nimmt es auch die mit schönem Geschirr und auffallenden Küchenhilfern transportierte Werbebotschaft umso genussreicher zur Kenntnis. Was auch hier in diesem synästhetischen, ja sinn-vollen Zusammenhang nicht fehlen darf, ist die taktile Fähigkeit unserer Hände: Wenn sich das Produkt nämlich auch noch gut anfühlt, hat der Werbeartikel seine Schuldigkeit mehr als getan. <



ERST SCHNEIDEN, DANN KLAPPEN

Mit einer sehr praktischen Innovation wartet Koziol auf. Im neuen Angebot der Odenwälder findet sich ein pfffiges Schneidbrett, das TV-Koch Mirko Reeh bereits für sich entdeckt hat. Kein Wunder, denn nach dem Motto „Erst schneiden, dann klappen“ leistet es nützliche Dienste. Durch einen mittig integrierten Falz lässt sich das Brett anwinkeln und das geschnittene Gut rutscht sicher in Topf oder Salatschüssel. Der Einklappwinkel hat eine Arretierfunktion zur leichteren Handhabung.

47406 • koziol » ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 6040

incentives@koziol.de • www.koziol-incentives.de



GAUMENFREUDEN SELBST GEMACHT

Mit dem neuen Präsent der Firma Römer Präsente gelingt auch ein besonderer Nachtisch: Crème brûlée. Zu Hause selbst machen ist mit diesem Set kein Problem. Es enthält einen Brenner und vier klassisch-weiße ovale Schälchen, dazu ein Tütchen mit braunem Zucker. Die Lieferung erfolgt inklusive Anleitung und Rezept in einem schwarzen Geschenkkarton mit rotem Sizzle. Das Flüssiggas für den Brenner ist nicht enthalten.

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

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



VICTORINOX



CeramicLine

Victorinox AG
CH-6438 Ibach-Schwyz, Switzerland
T +41 41 818 12 11, F +41 41 818 15 11
info@victorinox.ch, www.victorinox.com

MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIVES



BAKER'S MIX

Wer auf frische Brötchen und Brezeln steht, kommt durch Troika auch ohne den Gang zum Bäcker auf seine Kosten. Denn der Werbemittelspezialist hat einen Schlüsselanhänger im Angebot, der auf den Namen Baker's Mix getauft wurde. Am Ring befinden sich drei Anhänger: Brezel, Bäckermütze und Plakette mit Ähre. Als Material wurde Metallguss eingesetzt, die Oberfläche ist glänzend verchromt.

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

KEIN KALTER KAFFEE

Wer früh aufstehen muss, braucht erst mal einen heißen Kaffee. Da leistet der Trinkbecher To go von Inspirion gute Dienste, denn er hat ein Fassungsvermögen von etwa 400 Millilitern und hält das köstliche Getränk dank einer Doppelwand mit isolierender Luftschicht richtig lange warm. Damit unterwegs nichts verschüttet wird, gibt es einen praktischen Deckel mit Schraubverschluss, in den eine Trinköffnung eingelassen wurde. Außen befindet sich eine gummierte Manschette, die beste Griffbarkeit verspricht. Für Werbeanbringungen steht sehr viel Platz zur Verfügung.

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



AUSSEN BLECH – INNEN SCHOKOLADE

Die Situation kennt jeder: Man möchte sich bedanken, gratulieren oder gute Wünsche übermitteln und hat nicht so die zündende Idee. Schokolade kommt immer gut an, vor allem, wenn man sie in einer stilvollen Verpackung überreicht, wie sie von Troika angeboten wird. Die Schokobox aus Weißblech kann mit verschiedenen Motiven geordert werden und sieht einfach toll aus. Das Beste kommt aber nach dem Genuss des Inhalts, denn nun können in der Box so manche Kleinigkeiten wie Schreibutensilien, Briefmarken, Fotos oder Büroklammern verstaut werden. Der Werbeeffect bleibt dadurch sehr lange erhalten.

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



Wussten Sie schon, ...

dass im Mittelalter die Männer in den Städten das Brot gebacken haben. Wenn sie fertig waren, bliesen sie ins Horn, um zu signalisieren, dass jetzt frisches Brot zu kaufen war. Im Kinderlied „Backe backe Kuchen“ geht es genau darum, wenn es heißt „Der Bäcker hat gerufen!“. Es beschreibt, dass nun die Frauen an der Reihe waren, ihren Kuchen im noch warmen Ofen auszubacken.



Tasty | 034 0022

Noisette | 030 1048



To Go | 030 4114



Fascination | 030 4120



Bei Inspirion gibt es für jeden Geschmack den passenden Werbeartikel.
Überzeugen Sie sich selbst in unseren aktuellen Katalogen!

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





AUF'S GRAMM GENAU

In jeder guten Küche gehört eine Waage zur unverzichtbaren Grundausstattung. Mit dem Modell KW100 präsentiert Technotrade eine digitale Küchenwaage mit einem besonderen Clou: eine integrierte Quarz-(Wand-)Uhr. Das Modell gehört zur Marke technoline, ist ultradünn und kann platzsparend an die Wand gehängt werden. Das Display ist gut ablesbar und liefert auf das Gramm genaue Angaben von Gewichten bis zu drei Kilogramm. Die Wiegefläche ist aus Sicherheitsglas und lässt sich perfekt reinigen, wodurch für ein Höchstmaß an Hygiene gesorgt ist.

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

STANDHAFT UND KOMPAKT

Zum Angebot von Lehoff gehören auch Küchenartikel wie zum Beispiel der Moulinex Standmixer und Zerkleinerer. Das Multitalent ist vielseitig einsetzbar: Mixen von Shakes, Cocktails, Smoothies, Saucen oder Suppen oder zum Zerkleinern von Zwiebeln, Kräutern, Nüssen oder Früchten. Dank seiner kompakten Form lässt sich der Standmixer platzsparend aufbewahren. Als Material wurde hochwertiger Edelstahl eingesetzt, das Design wirkt durch das Metallic Rot besonders edel. Mit 350 Watt bietet der Motor eine ansprechende Leistung. Der Mixbehälter hat ein Fassungsvermögen von 600 bis 800 Milliliter, der Zerkleinerer kann 400 Milliliter aufnehmen.

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



PROFESSIONELLER AUFTRITT

Eine Servicekraft in der Gastronomie ist wie ein Aushängeschild für das Lokal und sollte bereits durch ein ansprechendes Outfit Kompetenz und Professionalität ausstrahlen. Die Krefelder Firma Gidutex ist Spezialist für Bestickung, Bedruckung und Sonderanfertigungen von Corporate Fashion und Arbeitskleidung. Zu den Stärken des Unternehmens gehört die Beratung von Gastronomen bei der Auswahl, der Qualität sowie der Gestaltung der Kleidung der Mitarbeiter. Zum Beispiel ist ein einheitlicher Unternehmensauftritt ganz einfach schon dann gegeben, wenn alle Servicekräfte mit einer Kombination aus langer Bistroschürze und Polohemd in der passenden Farbe ausgestattet sind.

13360 • Gidutex International GmbH • Tel +49 2151 5690800
info@gidutex.de • www.gidutex.de





BAMBUSFLAIR FÜR DIE KÜCHE

Das hochwertig verarbeitete Menagen-Set Bambus aus dem Hause elasto form ist der ideale Helfer in der Küche. Das Ensemble aus Essig- und Ölsender sowie Salz- und Pfefferstreuer aus weißem Steingut im formschönen Ständer aus Bambusholz ist definitiv ein Eyecatcher. Die beiden Sender sind mit je einer Kunststoffkappe verschließbar. Passend dazu gibt es den Korkenzieher Bambus, der in keiner Küche fehlen darf. Praktisch für jedermann mit Griffen aus Bambusholz, integriertem Kapselheber und Sommeliermesser, elegant verpackt in einer Bambus-Geschenkbbox mit Schaumstoffeinlage. Beide Artikel lassen sich per Siebdruck nach Kundenwunsch veredeln.

41369 • elasto form KG • Tel +49 9661 8900

mail@elasto-form.de • www.elasto-form.de

Phantastische Jubiläums-Neuheiten 2011

30
JAHRE

Werbewirkung
schmeckt!



Deutsche
Markenqualität

• Schoko-Weihnachtsmann „Individuell“

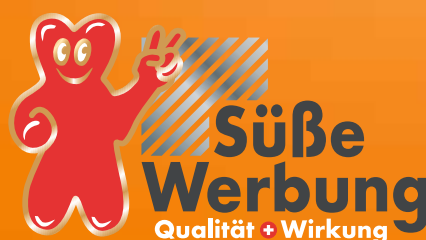
Schokoladen-Hohlfigur, 40 g,
in Alufolie einzeln gewickelt,
wahlweise in Edelvollmilch- oder
in Zartbitterschokolade.
Format: 130 x 50 x 30 mm.



Wir informieren Sie gerne!

Vertriebs-Hotline: 07643/801-25, -26, -479, -550

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



www.kalfany-suesse-werbung.de



WUNDER IN DER TEEKANNE

Ein außergewöhnlicher Blickfang und eine Werbebotschaft, die ins Staunen versetzt, kommt von der emotion factory GmbH. Im Inneren einer Teekugel (weißer Tee mit natürlichen Blüten) befindet sich eine kunstvoll eingebundene exotische Blüte. Ihr Geheimnis entfaltet sich aber erst, wenn sie in ein Gefäß mit kochend heißem Wasser gegeben wird. Sie beginnt sich langsam zu öffnen und bringt nach etwa zehn Minuten die eingebettete Blüte der Ringelblume hervor, die farbenprächtigt emporsteigt. Und jetzt kann auch der Tee getrunken werden. Auf der individuellen Werbebox wird eine Werbebotschaft gekonnt in Szene gesetzt.

45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 81550

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

ERSTKLASSIGE ASSISTENTEN

Mid Ocean Brands hat in seinem Sortiment ein breites Angebot an praktischen Küchenhelfern, wie zum Beispiel Messer in verschiedenen Ausführungen. Da wäre in erster Linie das Set KC 6841 zu nennen, das aus drei Messern im japanischen Stil besteht. Die Klingen sind aus bestem rostfreien Stahl, die Griffe aus Holz gefertigt. Verpackt ist das Trio in einer schwarzen Geschenkschachtel. Das ist auch beim Keramik-Messer MO 7360 der Fall. Dieser Artikel besticht durch seine extreme Schärfe, die auch bei täglicher Nutzung sehr lange anhält. Formschön und praktisch zugleich ist auch das Käsemesser-Set, das aus zwei Messern in Edelstahlausführung besteht. Außerdem im Angebot von Mid Ocean: ein modern geformtes Salatbesteck, eine Kochlöffelhalterung und eine Silikon-Eisform für sechs Eisstiele.

46280 • Mid Ocean Brands B.V. • Tel +31 342 426842

info@midoceanbrands.com • www.midoceanbrands.com



GLÄSERNE KRÄUTERFEE

Multiflower ist durch seine außergewöhnlichen Geschenkideen längst zu einer festen Größe auf dem Werbemittelmarkt geworden. Zu einer der neuesten Kreationen gehört das Reagenzglas mit Salatkräutern. Der Inhalt besteht aus fünf Gramm der Mischung „Altdeutsche Art“. Eine Werbebotschaft ist als Druck auf dem Standardmotiv des Anhängfährchens möglich. Ab 250 Stück realisiert Multiflower kundeneigene Ideen.

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560

info@multiflower.de • www.multiflower.de





KHK GmbH Cologne

Lippenpflege von höchster Qualität Nach Ihrem Wunsch kombiniert und bedruckt Produziert von KHK in Köln



Produktion gemäß
Kosmetik GMP
Getestet vom
Institut Fresenius

LipStyle



Lip2



NEU

Lipcare Pebble



NEU

Lipcare 3D Fruits



SaniStick®





HÄPPCHENWEISE

Einen Gruß aus der Küche gibt es nicht mehr nur in der gehobenen Gastronomie: Mit den Häppchenlöffeln von Westmark kann jetzt jeder seine Gäste auch zu Hause mit einer kleinen kulinarischen Köstlichkeit stilvoll überraschen. Diese wird mit den hochwertigen, sehr dekorativen Löffeln aus bestem Edelstahl mundgerecht serviert, die Finger bleiben sauber. Die Reinigung der Löffel kann anschließend ganz bequem in der Geschirrspülmaschine vorgenommen werden.

42981 • Famos-Westmark GmbH • Tel +49 2721 92580

info@westmark.de • www.westmark.de

ABSOLUT KEIMFREI

Mit dem SaniStick liefert die KHK GmbH einen Artikel, der in Großküchen, im Haushalt, auf Reisen, beim Wandern oder nach der sportlichen Betätigung für hygienische Verhältnisse sorgt. Gefüllt ist der Stick mit dem originalen Handdesinfektionsspray von KHK. Die Substanz ist laut Attest sehr gut hautverträglich. Zur Verfügung stehen etwa 200 Pumpstöße feinsten Sprühnebels. Der SaniStick wird mit einem Rundum-Etikett im 4C-Digitaldruck mit Werbebotschaften versehen. Das Spray ist bereits ab 250 Stück bestellbar, die Lieferzeit gibt KHK mit etwa drei Wochen an.

46131 • KHK GmbH • Tel +49 221 9854730

info@khkgmbh.com • www.khkgmbh.com



OHNE KRATZER

Bei e!xact sind Untersetzer aus Metall zu haben, die entweder einzeln oder in einer Metallbox zu vier oder sechs Stück bestellt werden können. Alle Einzelteile lassen sich in Fotoqualität nach individuellen Wünschen gestalten. Die Rückseite besteht aus Kork, daher ist der Glasuntersetzer nicht nur rutschfest, er hinterlässt auch keine hässlichen Kratzer auf empfindlichen Tischoberflächen.

44457 • e!xact Internationale Werbemittel GmbH • Tel +49 6126 951175

psi@e-xact.de • www.e-xact.de





KOCHLÖFFEL, SCHNEEBESEN & CO

Gleich mehrere Sets, bestehend aus praktischen Küchenutensilien, bietet Mid Ocean Brands an. Unter anderem kann das dreiteilige Silikon-Küchenset MO 7359 geordert werden, das aus Schneebesen, Zange und Kochlöffel besteht. Die Küchenhelfer sind von bester Qualität und werden in einer Geschenkschachtel verpackt. Sehr praktisch ist auch das farbige Messerset MO 7282, zusammengestellt aus fünf Küchenmessern und einer Schere. Werbebotschaften lassen sich sehr gut auf dem Plastikständer positionieren. Gute Dienste leisten auch das Silikon-Set KC 7105, das aus einem Pinsel und einem Pfannenwender besteht, sowie das Obstset MO 7573, das Messer, Schäler, Entkerner und einen Löffel enthält.

46280 • Mid Ocean Brands B.V. • Tel +31 342 426842
info@midoceanbrands.com • www.midoceanbrands.com

UMA®

*Die Handschrift
der Werbung*

GRUPPE DREI

MOON – Der Romantische



MOON
0-9470



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/moon!



NONCHALANTE REMINISZENZEN

Wer die neuen elektrischen Wasserkocher namens Klarstein von Ceotra zum ersten Mal sieht, fühlt sich an Zeiten erinnert, als der gute alte Pfeifkessel noch auf dem Herd stand. Mit dem lebenswürdigen Design sollen ganz bewusst nonchalante Reminiszenzen geweckt werden. Die lebenslustigen Kocher sind aus Edelstahl gefertigt, wurden mit einer Leistung von 2200 Watt ausgerüstet und haben ein Fassungsvermögen von 1,8 Litern. Damit sich niemand die Finger verbrennt, ist der Griff als Cool-Touch konzipiert worden. Klarstein ist in Silber, Rot, Schwarz oder Creme zu haben.

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

-Anzeige-

ETWAS
GROSSES
KOMMT
AUF SIE ZU:

**1.600 FREUNDE AUF
EINER PARTY!**

Feiern Sie mit uns das Networking- und Party-
Event in der Düsseldorfer Nachtresidenz!
Mit freiem Eintritt für Aussteller und Besucher,
gratis PSI Cocktails, Live-Band und weiteren Highlights!

PSI-Night
11.01.2012
ab 21.00 Uhr!

➤ **PSI**

www.psi-messe.com/psinight
Telefon: +49 (0) 211 - 90191 230



DER PERFEKTE SCHNITT

Das Classico-ceramic-Messer der Richartz GmbH ist durch seine extreme Schärfe, die erstklassige Verarbeitung und das zeitlose Design das perfekte und unentbehrliche Werkzeug in jeder Küche. Die diamantgeschliffene Klinge aus hochwertiger, besonders harter Keramik (nur Diamant ist noch härter) bleibt über viele Jahre scharf und garantiert so müheloses und präzises Schneiden. Der perfekt geformte Griff aus rutschfestem Material lässt die Messer gut in der Hand liegen. Angeboten werden zwei Klingen: als Universalmesser mit 8 Zentimetern und als Kochmesser mit 16 Zentimetern Länge. Individualisierungen werden auf der Klinge per Lasergravur vorgenommen.

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

Big-Box
AD120



Easy-Box "cool"
AD157C



Easy-Shopper "multi"
AD131M



Bottle-Bag
ADB06



Ordertasche zum Aufbewahren
AD111



Eis- und Sonnenschutz
AD131



SA8000, ISO9001, LGA quality tested

Weitere Informationen unter: www.achilles-concept.de

achilles®

Gratis-Muster: media@jung-europe.de

Gut in Form

... Adventskalender mit individueller Kontur!

ab 500 Stück



System-Adventskalender mit 75g Gubor-Schokolade





EXTRAVAGANTE KÜCHENHELPER

Der Qualitätsproduzent Framsohn Frottier begeistert nun außer mit seinen Handtuchkollektionen auch mit außergewöhnlichen Küchenhelfern, die in keiner Küche fehlen sollten. Zu haben sind Geschirrtücher in den Qualitätsvarianten Frottier und Waffelpiqué, mit denen Glas, Porzellan, Pfannen, Töpfe und Bestecke perfekt abgetrocknet werden können. Erhältlich sind die Tücher mit Sublimationsdruck und Einwebung, wobei Kunden die Auswahl aus der aktuellen Kollektion haben oder individuelle Designs umsetzen können.

47628 • Framsohn Frottier GmbH • Tel +43 2862 52455320

isabella.zeller@framsohn.at • www.framsohn.at

DESIGN AM GRILL

Ihr Grillbesteck lassen sich Hausherren und Freizeitköche nur ungern aus der Hand nehmen. Meist geht es dann an die Küchenschubladen, um die notwendigen Utensilien zusammenzusuchen. Mit der trendigen Box Reflects-Valbom von LM Accessoires hat die Sucherei ein Ende. Das edle Grill-Accessoire besticht durch das außergewöhnliche Design und erfreut das Herz jeden BBQ-Freundes. Bratenwender, Grillgabel und -zange aus Edelstahl lassen sich darin – fertig für den Einsatz – platzsparend verstauen und bei Bedarf gesammelt hervorholen. Das moderne und pfiffige Stecksystem der Box macht es möglich.

42487 • LM Accessoires GmbH • Tel +49 2234 99000

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



RIESIGE WERBEFLÄCHE

Die bulgarische Firma Ralevi ist als Hersteller für Küchenutensilien und Geschirr bekannt und bietet in diesem Segment ein breites Sortiment an. Darin finden sich auch Tablettts, die sich bestens als Werbeträger eignen. Angeboten wird zum Beispiel ein kleineres Kunststofftablett mit der Größe 35,5 x 23,0 Zentimeter, das zum Servieren von Snacks oder Drinks gedacht ist und bei jeder Promotionaktion eine gute Figur macht. Das eingesetzte Material und die Oberfläche halten auch starke Belastungen aus. Auch die Geschirrspülmaschine oder die Mikrowelle hinterlassen keinerlei Spuren.

47629 • Ralevi Ltd • Tel +359 29 507760

ralevi@ralevi.com • www.ralevi.com



Neues Format!
Handlich und ideal zum Versenden im DIN lang Umschlag



- **Format:** 21 x 9,9 cm
- **Gewicht:** ca. 88 g
- **Katalogpreis:** ab € 0,39/Stck.



ECHT KARLSBADER

Immer dann, wenn es beim Einsatz von Werbeträgern um Preiswürdigkeit, einen hohen Gebrauchswert, optimale Gestaltungsmöglichkeiten, Universalität beim Einsatz, Nützlichkeit und hohe Qualität geht, empfiehlt die Firma HNC eine einfache Lösung: Kaffeebecher und Kaffeetassen. Angeboten werden vom traditionellen Becher in Zylinderform bis hin zur eleganten Tasse mit passender Untertasse verschiedene Formen und Ausführungen, natürlich aus echt Karlsbader HNC-AG-Porzellan und exklusiv nur bei HNC. Zwei sehr formschöne und ausgefallene neue Tassenmodelle runden das Gesamtkonzept ab. Auch die Neuen lassen sich nach Wünschen des Kunden individuell gestalten.

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

HAUTE CUISINE IN DER DOSE

Guten Appetit wünscht Brisa und schmückt seinen neuesten Werbeträger, die Brisa MyClockTM, standardmäßig mit leckeren Küchenmotiven: Pasta, Limone, Tomate, Kräuter der Provence und andere Designs, die neu im Angebot sind. Ab 48 Stück lassen sich Ziffernblatt und Banderole auch individuell gestalten. Dazu wird die Uhr einfach von hinten geöffnet, ein individuelles Ziffernblatt eingelegt und die Uhr wieder verschlossen. Der Aufreißdeckel bleibt dabei unversehrt und der Überraschungseffekt garantiert. Mit dem Blick auf die Uhr bleiben Logo und Werbebotschaft stets in Erinnerung.

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



-Anzeige-

ETWAS GROSSES KOMMT AUF SIE ZU:

HALLE13

Eine Halle voller Erfinder!





Das Salz 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.

saltini's®
SALZMANUFAKTUR SIEGSDORF

www.saltinis.de

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



solicut®
SOLINGEN CUTLERY GERMANY

NATÜRLICH NACHHALTIG - HOLZSTOFF

Made in Solingen, Germany
100% recyclebar und spülmaschinengeeignet
Von Hand geschärft
Große Werbefläche auf der Klinge
Kurze Lieferzeit

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 · holzstoff@felix-solicut.de · www.felix-solicut.de

Hier sind Ihre Präsente:

- Räucherlachs
- Gravad-Lachs
- Bio-Räucherlachs „Naturland“
- Sockeye Wildlachs MSC



*... unser Service:
individuell auf
Ihre Wünsche
zugeschnittene
Gutscheine!*

**Lachs
& Meer®**

**Lachs & Meer Sea Pearl
Handelsgesellschaft mbH**

Gustavstraße 5 · 25469 Halstenbek
Tel. 04101 / 40 94 00 · Fax 40 31 59

info@lachs.de
www.lachs.de





SCHLICHTE ELEGANZ

Der Flaschenkühler Pure ist ein weiteres Designstück aus dem Hause Helios. Die klare, aber dennoch sanfte Linienführung verleiht dem Artikel seine außergewöhnliche Ausstrahlung. Er wird somit völlig automatisch zum Blickfang eines jeden Besprechungstisches. Es besteht die Möglichkeit, sechs Konferenzgetränkeflaschen von 0,2 bis 0,33 Liter (maximal 0,5 Liter) einzustellen. Das innen liegende Kühlakku-Element sorgt für sehr gute Kühlung. Vorgekühlte Getränke bleiben bis zu sechs Stunden frisch und wohltemperiert. Zu haben sind vier edle Farben: Chrom/Schwarz, Chrom/Weiß, Schwarz und Weiß.

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

DESIGNSTARKES ORGANISATIONSTALENT

Die Glas-Magnetboards artverum von Sigel sind ein gelungenes Raum-Accessoire in jeder Küche. Die Boards sind magnetisch und beschriftbar und setzen so Rezepte, Einkaufslisten und Termine gekonnt in Szene. Der Artikel punktet als designstarkes Organisationstalent an der Wand und hilft bei der Alltagsorganisation. Die glänzenden Glas-Magnetboards bestehen aus farbigem Tempered Glas und überzeugen durch ihre geradlinige Formgebung. Mit einer Individualisierung wird jeder Blick zum Board zum Blick auf ein Kundenlogo, Slogan oder Firmennamen.

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



AUF DEM WEG ZUM PERFEKTEN DINNER

Geschmackvoll arrangiert und mit feinsten Zutaten aufgetragen, das klingt nach einem perfektem Dinner. Zutreffender könnten die Inhalte der neuen Media-Sets von micx media kaum sein. Zum einen sorgen die edlen und praktischen Küchenhelfer für gut abgestimmte Zutaten, mit denen die Profi-Küchenmeister aufspießen, schneiden und löffeln können. Zum anderen bilden die neuen Dinner-Music-Alben der Medienprofis einen harmonisch instrumentalen Hintergrund zum perfekten Dinner. Neben der Rosmarin-Lounge und der festlichen Christmas-Lounge zum Weihnachts-Dinner, steht die Set-Edition auch für weitere geschmackvolle Varianten bereit. Zudem überraschen die Sets die Empfänger auch mit personalisiertem Gruß. Geschmackvolle und variantenreiche Arrangements gibt es jetzt auch im neuen micx-Katalog oder unter mediasets.de.

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



FRISCHER KÄSEGENUSS

Frisch geriebener Käse ist nicht nur zum Überbacken die erste Wahl: Auch als aromatisierende Beilage zu frischen Salaten ist er nicht zu übertreffen. Besonders einfach zuzubereiten ist der Käse mit der Käsekurbelreibe Le Bourget aus Kunststoff von Easy Gifts. Quasi im Handumdrehen wird aus dem Käsestück ein leicht zu verarbeitender Reibekäse. Die scharfe Edelstahlreibe im Innern ist selbst für den harten Parmesankäse geeignet und lässt sich zudem leicht und sauber reinigen. Die Käsekurbelreibe wird im Karton verpackt geliefert, eine Werbeanbringung ist per Druck auf dem Griff des Küchenhelfers möglich.

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

**Finden Sie sich noch
zurecht im Marketing-
Dschungel?**



HYGIENISCH NASCHEN

Der PopSome von Vacu Vin ist ein praktischer und besonders schöner Spender für Snacks wie Nüsse, Gummibärchen oder andere Süßwaren. Der fröhlich-bunte Deckel und das patentierte Oxiloc-Schließsystem wurden eigens zur Abdichtung der Schale und Frischhaltung entwickelt. Sobald der flexible Deckel mit einem Ruck hochgezogen wird, so Anbieter JHI, kann der Inhalt leicht dosiert durch die Öffnung fließen. Die Finger berühren den Inhalt dabei nicht. Nach der Entnahme lässt sich der Deckel wieder luftdicht verschließen. Der Nuss- und Süßigkeitenspender ist perfekt für Partys, da er die hygienische Entnahme der Snacks durch viele Personen gewährleistet. Der PopSome ist auch zum sicheren Aufbewahren, gegen Um- oder Herunterfallen entwickelt worden. Der Behälter mit einem Durchmesser von 13,6 und einer Höhe von 8,3 Zentimetern ist in verschiedenen aktuellen Farben erhältlich, spülmaschinengeeignet und kann mit einem Logo bedruckt werden.

48291 • JHI Hackel Industrievertretung GmbH • Tel +49 621 7481466

info@j-h-i.com • www.j-h-i.com

-Anzeige-

ETWAS
GROSSES
KOMMT
AUF SIE ZU:

WERDEN SIE „DER PATE“!

Übernehmen Sie die Patenschaft für eine Produkt-Weltneuheit auf der Erfindermesse iENA vom 27. – 30. Oktober in Nürnberg! Wir helfen Ihnen dabei, sich exklusiv eine Werbeartikel-Innovation zu sichern!

➤ **PSI**

www.halle13.net/produktpatenschaft
Telefon: +49 (0) 211 - 90191161



KOCHEN MIT DURCHBLICK

Damit das perfekte Diner auch für Hobbyköche zum Erlebnis wird und die Gäste begeistert, bietet macma einen Kochbuchständer mit Pfiff an. Die Stütze für jegliche Art von Kochbüchern besteht aus Bambus und verfügt zudem über eine verstellbare Halterung, die es ermöglicht, das Rezept praktisch in jeder Lage deutlich zu lesen. Damit im Eifer des (Küchen-) Gefechtes das wertvolle Buch keine Fettspritzer oder ungeliebte Fingerabdrücke abbekommt, ist die Oberseite durch eine Glasscheibe geschützt. Diese Glasscheibe kann auf Wunsch auch mit einem Kundenlogo oder einer Werbebotschaft per Lasergravur versehen werden.

40909 • Macma Werbeartikel oHG • Tel +49 911 9818133

verkauf@macma.de • www.macma.de



KÄSE AUS DER BOX

Natürliches Eichenholz als edlen Blickfang hat Nestler-matho beim Design seiner neuen Käse- reibe für anspruchsvolle Küchenfans gewählt. Die eigentliche Reibe besteht hier natürlich aus hochwer- tigem Edelstahl, aus Eichenholz ist die Auffangbox mit dem praktischen Schiebedeckel gefertigt. Dieser Deckel dient gleichzeitig als Schutz vor Verletzungen, wenn die Reibe im Schrank steht oder als Blickfang die Küche veredelt. Ganz gleich, ob klassischer Parmesan oder anderer Hartkäse: Das scharfe Schnittwerk der Reibe wird mit jeder Käsesorte spielend fertig und lässt das Kochen und Überbacken zum Erlebnis werden. Auf dem Deckel ist eine individuelle Werbeanbringung als Druck oder per Lasergravur möglich. Die Käsereibe kommt in einer Einzelverpackung zum Empfänger.

41816 • Nestler-matho GmbH & Co. KG • Tel +49 7221 21540
info@nestler-matho.de • www.nestler-matho.de



Wir führen Sie sicher ans Ziel!
Mit QR-Code Lösungen jeder Art.



Zeller Straße 14
D-77781 Biberach/Baden
Telefon: +49 (7835) 782 180
Telefax: +49 (7835) 782 181
info@verida.de
www.verida.de



BACKEN MIT BAMBUS

Mit einem kompletten Backset von macma gelingen leckere Aufläufe und andere schmackhafte Gerichte auch dem ungeübten Küchenmeister. Das durchdachte Set besteht aus einer großen Auflaufform im Format 33 x 25 x 7 Zentimeter, einem Silikon-Schneebecken mit dekorativem Bambusgriff sowie zwei schützenden Topflappen aus Baumwolle. Mit dieser Grundausstattung lassen sich eine Menge einfacher Gerichte realisieren. Geliefert wird das Set in einer transparenten Verpackung, die zusätzlich auf Kundenwunsch noch mit einem individuell bedruckten Etikett auf der Oberseite individualisiert werden kann.

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

WÜRZIGER KÜCHENHELFER

Alles fest im Griff haben Hobbyköche mit dem neuen Gewürzdosenset Pescara von Easy Gifts. Die vier dekorativen Metalldosen haben im Boden jeweils einen integrierten Magneten, der sie fast schwerelos am Metallständer haften lässt. Das große Sichtfenster in den Dosen ermöglicht einen stets aktuellen Überblick über den Füllstand und Inhalt der einzelnen Gewürzarten. Damit schließlich auch das Dosieren nicht zum Glücksspiel gerät, verfügen sie über zwei verschiedene Streuöffnungen, die sich durch einfaches Drehen auf den Inhalt und Verwendungszweck einstellen und verschließen lassen. Eine individuelle Werbebotschaft kann auf Wunsch oben am Gewürzständer eingraviert werden. Das Set wird einzeln verpackt im Karton geliefert.

47300 • Easy Gifts GmbH • Tel +49 911 8178111
info@easygifts.de • www.easygifts.de



-Anzeige-

ETWAS GROSSES KOMMT AUF SIE ZU:

SATTE FÖRDERUNG VOM STAAT!

PSI ist die einzige deutsche Werbeartikel-Messe mit Förderung durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie! Newcomer können sich daher bis zu 80 % der Messe-Kosten erstatten lassen!



Ihr Spezialist für Reinigungsmittel als Werbeträger

Personalisierte Autopflegeprodukte
und Reinigungsmittel



Clean Promotion UG
Bunsenstraße 19
59229 Ahlen

Phone: +49 (0) 2382 - 76 04 007
Fax: +49 (0) 2382 - 76 04 006
E-mail: info@cleanpromotion.de
Internet: www.cleanpromotion.de



SICHERHEIT FÜR ALLE FÄLLE

Die Multifunktions-Bekleidung von Brecht Profashion, Bretten, ist aus Coolmax®

Extreme mit freshFX™ und sorgt für höchsten Tragekomfort und lang anhaltende Frische – mit UV-Schutz bis 40+! Alle Sicherheitsprodukte sind natürlich auch zertifiziert z.B. gemäß DIN EN1149 für antistatische ESD-Bekleidung oder EN471 für Warnschutzbekleidung.



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

bell (•) up

**bell & bottle
opener
the perfect
2 in 1 gift**

patented product & design



for retail & promotion • fits all sport events • different bell shapes

concept design production
PROMOTIONPARTNERS

Kasernenstrasse 17-19 fon +49 (0) 211 30180777 www.promotionpartners.de
40213 Duesseldorf, Germany fax +49 (0) 211 30180771 post@promotionpartners.de

Wir erfüllen Ihre Verpackungswünsche!



RE:THINK
ÜBERDENKEN - UMDENKEN - NEU DENKEN

BEUTLER VERPACKUNGSSYSTEME GMBH

Kalthofer Feld 9 • D-58640 Iserlohn
Telefon: +49 2371 / 9495 0 Telefax: +49 2371 / 9495 44
E-Mail: info@beutler.de • www.beutler.de

HAUSER GMBH

DER HAUSER KOMMT

Neulich haben wir in Nürnberg den Hauser getroffen. Natürlich hat er uns von seinen neuen Stiften erzählt, doch gleich kam er auf sein Lieblingsthema zu sprechen: sein neues Werbe- und Kommunikationskonzept und ganz besonders den neuen Katalog 2012, den er sich in den letzten Wochen ausgedacht hat. Dass der so völlig anders ist als alles, was man so im Schreibgerätebereich kennt (und wir müssen eingestehen: So etwas haben wir überhaupt noch nicht gesehen), war reine Selbsthilfe.

Denn nach 80 Jahren hatte er einfach keine Lust mehr dazu, auf 40 Seiten Stift an Stift zu reihen, wie es eben so gemacht wird. Und nach der ganzen Arbeit werden seine Stifte am Ende doch wieder mit denen der Firma „Wir sind die Besten“ oder „Nein, Wir!“ verwechselt. Nein, damit ist jetzt Schluss, freut sich der Hauser, und hat uns gleich sein Werk gezeigt, das Mitte August verschickt worden ist. Es ist genau so selbstbewusst, pffiffig und erfrischend wie der Hauser selbst: sozusagen ein Natur-erlebnis, in dem sich der Hauser verwirklicht. Er doziert nicht über Strategien und Philosophien, sondern er macht sich Gedanken über das Leben und über alles, was ihm so unterkommt. Natürlich auch über Stifte und ihr Innenleben, und davon hat er nun wirklich Ahnung. Wer mit dem Katalog

arbeiten will, sollte allerdings genauso intelligent und zielstrebig sein wie der Hauser selbst. Denn er macht es einem nicht ganz leicht, weil man einfach nicht so schnell umblättern, überblättern und wegblättern kann, wie man das gewohnt ist. Das Auge und der Geist bleiben ständig irgendwo hängen, weil es etwas Neues zu entdecken gibt, was man lesen will, worüber man nachdenken kann oder schmunzeln muss. Ja, das ist schon ziemlich anstrengend, meint der Hauser ein klein wenig bissig, aber wer die ersten Seiten geschafft hat, wird mit viel Spaß belohnt. Stifte und Ideen gibt's inklusive. Wir werden auf jeden Fall beobachten, was aus dem Hauser und seinen Projekten wird. Scheint noch spannend zu werden. <



KONTAKT

Hauser GmbH
B² Business Park
Bartholomäusstraße 26 D
D-90489 Nürnberg
Tel. +49 911 956496-0
Fax +49 911 956496-29
info@hauser-writing.com
www.hauser-writing.com

JUNG BONBONFABRIK

SABRINA BONO NEUE
VERTRIEBSMITARBEITERIN

Beim Vaihinger Süßwarenspezialisten Jung Bonbonfabrik ergänzt nach intensiver Einarbeitungszeit Sabrina Bono als neue Vertriebsmitarbeiterin das



Sabrina Bono

Beratungsteam. Sie hat seit Mitte Mai die Verantwortung für Postleitzahlen-Teilgebiete in Süd- und Ostdeutschland sowie Gebiete in Skandinavien und im Baltikum übernommen. www.jung-europe.de <

MAPROM

WOLFGANG WOLF IM VEREIN
FÜR PERSONALENTWICKLUNG

Wolfgang Wolf, Personalleiter des Werbetextilproduzenten und Großhändlers Maprom mit Firmensitz in Höxter, wurde in den Vorstand des Vereins für Personalentwicklung im Hochstift (PEPP) gewählt. Insgesamt 19 mittelständische Unternehmen mit rund 2200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern aus dem Kreis Ostwestfalen-Lippe sind Mitglied bei PEPP. Bereits seit 2006 ist Maprom Mitglied im Verein für Personalentwicklung. PEPP beschäftigt sich mit der Planung und Durchführung bedarfsorientierter und qualifizierter Schulungs- und



Wolfgang Wolf

Weiterbildungsmaßnahmen für mittelständische Unternehmen. Darüber hinaus begleitet PEPP Unternehmen bei der Suche und Auswahl geeigneter Mitarbeiter im Zusammenhang mit

Neueinstellungen. Wolfgang Wolf, seit 2010 bei der Maprom GmbH in Höxter, freut sich auf die Arbeit bei PEPP. www.maprom.de <

SIGIKID

ANJA DERONI ÜBERNIMMT
CB-LEITUNG

Das Traditionsunternehmen sigikid baut seine Aktivitäten im Bereich Werbeartikel weiter aus. Anja Deroni hat die Leitung der neuen Abteilung „Corporate Business“ (CB) übernommen. Starkes Design und hohe Qualitätsstandards – dafür steht die Marke sigikid seit mehr als 40 Jahren. „Die kuscheligen sigikid-Produkte wecken starke Gefühle bei Menschen aller Generationen“, weiß Anja Deroni. Erfolgreiche Kooperationen mit der Industrie gab es in der Vergangenheit bereits. Doch das Konzept „Erfolg mit Emotion“ sei ausbaufähig, ist die neue CB-Leiterin sicher und will mit vielfältigen Ideen Unternehmen unterschiedlichster Branchen ansprechen. Vom kuscheligen Kundengeschenk zu attraktiven Konditionen über Plüschtiere



Anja Deroni

mit individuellem Branding bis hin zum exklusiv entwickelten Werbebotschafter reicht das Portfolio. Mit diesem Angebot wird sich sigikid erstmals auch auf einschlägigen Messen, u. a. auf den AHA – Internationale Werbeartikeltage Anfang September in Leipzig, präsentieren. Nähere Informationen: anja.deroni@sigikid.de
Tel. +49 9201 70129.
www.sigikid.de

20 JAHRE HAT'S COMPANY

JUBILÄUMSFEST IN ALBSTADT

Zwei Jahrzehnte Caps heißt es in diesem Jahr in Albstadt. Und das wurde ausgiebig gefeiert. Andrea Lutz von Hat's Company lud Freunde, Mitarbeiter und Geschäftspartner in das kleine Örtchen auf der Schwäbischen Alb ein, um die 20 Jahre gemeinsam zu feiern. 40 Gäste waren geladen und auch der Oberbürgermeister Jürgen Gneveckow ließ es sich nicht nehmen zu gratulieren. Mit bunter Unterhaltung, Zauberei und gutem Essen wurde das Jubiläum in besonderem Ambiente gefeiert. Andrea Lutz und ihr Mann Jochen Lutz gründeten 1991 in der einstigen Textil-Hochburg Albstadt das Unternehmen Hat's Company. Seitdem dreht sich in dem sympathischen Unternehmen fast alles rund um Caps. Neben dem Kerngeschäft, der Veredelung von Caps, vertreibt das Ehepaar Lutz seit einigen Jahren die Marke James & Nicholson des Nachbarunternehmens Daiber mit T-Shirts, Polo-Shirts, Jacken und Westen. Hat's Company hat mehrere Dependancen in der Schweiz, Italien, China und den USA und für die nächsten 20 Jahre ist auch schon einiges in Planung. www.hats-company.de



Andrea und Jochen Lutz stoßen mit dem Oberbürgermeister von Albstadt, Jürgen Gneveckow, auf weitere 20 Jahre Hat's Company an.

KANDINSKY DEUTSCHLAND

VERTRIEB DER BODYFLAGS ÜBERNOMMEN

Die Kandinsky Deutschland GmbH hat die Herstellung sowie die exklusiven und europaweiten Vertriebsrechte der geschützten Bodyflags übernommen. Die trendige Ärmel-Flagge zum Umhängen ermöglicht durch ihr Design ein freihändiges und bequemes Tragen. Dabei wird der Rücken des Trägers automatisch zu einer großen und auffälligen Werbefläche, die sich völlig individuell gestalten lässt. Gleichzeitig schützen die Bodyflags, aufgrund des hochwertigen Polyester-Materials, vor schlechtem Wetter und können dadurch ganzjährig und bei jedem Wetter eingesetzt werden. Deshalb eignen sich die Bodyflags ideal für Sport- und Fanveranstaltungen jeglicher Art.



Der europaweite Vertrieb der geschützten Lizenzartikel erfolgt über die autorisierten Werbeartikelhändler des PSI Netzwerkes. „Unsere Bodyflag ist der ideale Merchandisingartikel 2011/2012 und kann bereits ab 500 Stück völlig individuell gestaltet werden. Wir sind uns sicher, dass die Bodyflags erfolgreich sein werden und spätestens zur EM 2012 in keinem Stadion mehr fehlen werden“, so Kim Köhler, Geschäftsführer der Kandinsky Unternehmensgruppe. www.kandinsky.de

WECHSEL BEI XINDAO

HELMERS GEHT, ACHHAMMER KOMMT

Jörg-Peter Helmers hat nach viereinhalb Jahren engagierter Tätigkeit beim niederländischen Werbemittellieferanten Xindao GmbH beschlossen, das Unternehmen zu verlassen. Helmers bleibt jedoch auf selbstständiger Basis weiterhin in der Werbemittelbranche. Diederik van Styrum, Managing Director bei Xindao, dankt Helmers für seinen großen Einsatz: „Jörg hat mit seinem Einsatz einen wesentlichen Beitrag zum Erfolg der vergangenen Jahre und zum stetigen Aufwind des Unternehmens geleistet. Wir haben alle sehr gerne mit Jörg zusammengearbeitet und werden ihn als Kollegen vermissen. Aber natürlich respektieren wir seine Entscheidung für einen Richtungswechsel in seinem Leben und wünschen ihm für seine Selbstständigkeit nur das Allerbeste.“

XINDAO



Christof Achhammer folgt Jörg-Peter Helmers (v. l.).

Unternehmen einschlägt, die richtige ist und dass Xindao mehr und mehr bei den führenden Namen in der Branche mitspielen wird.“ Als neuer Mitarbeiter im Vertrieb für den deutschen Markt ist ab 1. September Christof Achhammer (Tel. +49 170 8127812) bei der Xindao GmbH tätig. Achhammer hat seinerseits langjährige Erfahrung in der Werbemittelbranche. www.xindao.nl

GIVING EUROPE

ELLEN VAN WESSEL NEUE MARKETINGLEITERIN



Ellen van Wessel

Der niederländische Werbeartikellieferant Giving Europe hat Ellen van Wessel (37) als neue Marketingleiterin eingesetzt. Sie ist in der Hauptniederlassung in Tiel in den Niederlanden tätig. Nach ihrem Studium der Internationalen Wirtschaftskommunikation 1997 stieg Ellen van Wessel in der deutschen Abteilung des Vertriebsbüros der KCF Promotional Products B.V. (Barneveld) ein. Mehrere Jahre war sie bei KCF für besondere Aufträge zuständig. 2004 wurde sie Werbeleiterin der zentralen Marketingabteilung von Mid Ocean Brands, Niederlande. Anfang 2007 gründete sie in Barneveld, Niederlande ihre eigene Firma MP Marketing Promotions, die auf den Vertrieb von Werbeprodukten spezialisiert war. Nach vier Jahren entschied sie sich, im Großhandel tätig zu werden. Seit Mai ist sie jetzt für Giving Europe tätig. ellen.vanwessel@givingeurope.nl, Tel. +31 0344 640580. www.givingeurope.nl

CD-LUX ADVENTSKALENDER GMBH

ADVENTSKALENDER MIT HERZ

Auch in diesem Jahr präsentiert die CD-Lux Adventskalender GmbH ein großes Spektrum an hochwertigen Weihnachtspräsenten für Firmenkunden. Das umfangreiche Programm der Adventskalender-Experten überzeugt aufs Neue



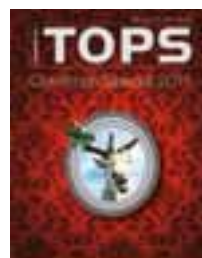
mit Klassikern und zahlreichen Neuheiten. Das Grafik-Team von CD-Lux bietet dazu einen kostenlosen Service für Layoutvorschläge. Für Händler steht ab sofort ein kostenloser

Blätter-Katalog zur Verfügung, welcher mit Logo, Adresse und Hotline individualisiert wird und dann in die eigene Homepage oder in das nächste Mailing integriert werden kann. Muster und neutrale Händlerkataloge unter: www.cd-lux.de

INSPIRION

ALLES IM FESTLICHEN RAHMEN

Rentier Rudolph, das Weihnachtsmaskottchen von Inspirion, präsentiert den neuen Christmas-Special-Katalog 2011.



Auf 80 Seiten zeigen die Bremer rund 350 attraktive Präsentideen und versprechen ein Fest für alle Sinne. Der neue Weihnachtskatalog von Inspirion überzeugt mit

warmen Farbtönen. Florale Tapetenmuster mit einem Hauch von Nostalgie laden zum Verweilen ein und erzeugen eine Gemütlichkeit wie im eigenen Wohnzimmer. Schmuckvolle Bilderrahmen – wie auch auf dem Titel – setzen die Produkte in einen festlichen Rahmen. Mit dem Christmas Special sind Kunden perfekt auf die Wintersaison vorbereitet. Der Katalog ist in mehreren Sprachen verfügbar.

www.inspirion.eu

ZERTIFIZIERT

**USB-FLASHDRIVE.CO.UK IST
JETZT CO₂-FREI**

USB-FlashDrive.co.uk ist seit Kurzem ein zertifiziertes CO₂-freies Unternehmen. Neil Harris, Marketingleiter des britischen Datenspeicher-Lieferanten, kommentiert: „Unser Unternehmen unternimmt große Anstrengungen, um den CO₂-Ausstoß zu vermindern. Jedoch gibt es unvermeidbare CO₂-Emissionen, die jedes Unternehmen im Normalbetrieb in Umlauf setzt. Deshalb haben wir proaktive Maßnahmen ergriffen und einen angesehenen Anbieter mit dem CO₂-Ausgleich beauftragt, der uns bei der Messung, Bewertung und dem Ausgleich unserer CO₂-Emissionen unterstützt. Dies geschieht durch internationale Projekte zur



USB-FlashDrive.co.uk
The Original Memory Suppliers

Reduzierung des CO₂-Ausstoßes. Unsere Kunden können von nun an ganz sicher sein, dass unsere CO₂-Emissionen immer ausgeglichen werden. Dies wirkt sich auch positiv auf die CO₂-Emissionen unserer Kunden aus, da unsere bereitgestellten Leistungen teilweise auch die unserer Kunden sind. In diesem Zusammenhang möchten wir außerdem mitteilen, dass wir uns für UPS als Lieferanten für unsere Produkte entschieden haben, da auch UPS einen Ausgleich von CO₂-Emissionen anbietet. Seit Beginn des Emissionshandels nehmen wir unsere Umweltpolitik ernst und sind stets auf der Suche nach neuen Möglichkeiten zur Reduzierung unserer CO₂-Emissionen. Hierzu ermutigen wir auch unsere Kunden, indem wir umweltfreundliche Produkte und Verpackungen zu ermäßigten Preisen anbieten.“
www.USB-FlashDrive.co.uk

RASTAL: FLORALE SCHÖNHEIT MIT INDUSTRIELLER PRODUKTION BUGA-LOGO ALS GLASKUNSTWERK

Normalerweise ist das passende Trinkglas Markenbotschafter eines Getränks. Bei der Bundesgartenschau 2011 in Koblenz wurde das Trinkglas auf Initiative der Glasexperten des Unternehmens Rastal zum Markenbotschafter dieses internationalen Garten- und Kulturevents. Genauer gesagt: 13 624 Trinkgläser in drei Größe und Formen arrangierten die Experten für Trinkglasveredelung aus Höhr-Grenzhausen zu einem rotierenden, gläsernen Bundesgartenschau-Logo von zehn Metern Durchmesser. Unterstützt wurden sie dabei von den Studierenden des Institutes für Künstlerische Keramik und Glas der Fachhochschule Koblenz in Höhr-Grenzhausen. Anlässlich der Ausstellung „Keramische Welten“ in der Festung Ehrenbreitstein ergänzte Rastal mit diesem Glaskaleidoskop die drei Aspekte des Logo-Kaleidoskops der BUGA 2011 – Architektur, Blume und Notenschlüssel – um einen vierten Aspekt des modernen Lebens: die „umweltfreundliche industrielle Produktion. Die Partner aus der Glas- und Keramikstadt bringen damit ihren Ansatz zu umweltfreundlichem und funktionalen Design in das BUGA-Gesamtkonzept ein. Die notwendige UV-Dekortechnologie wurde erst vor wenigen Jahren von Rastal selbst für seine umweltbewussten Kunden aus der Getränkeindustrie entwickelt. Das Glaskunstwerk war vom oberen Wall aus zu sehen. www.rastal.com



GIVING EUROPE LAGER ERWEITERT

Das Lager des Werbeartikellieferanten Giving Europe im niederländischen Tiel wurde in den letzten Monaten erheblich erweitert. Ziel war es, den Kunden in der kommenden Hochsaison eine bessere Betreuung bieten zu können. Durch das größere Lagervolumen ist Giving Europe jetzt in der Lage, Bestellungen noch zeitsparender auszuliefern. Stef van der Velde, Geschäftsführer von Giving Europe: „Das Umsatzwachstum der letzten Jahre hat uns eindeutig gezeigt, dass wir unsere Lagerkapazitäten erweitern müssen. Um das hohe Niveau unseres Lieferservices für unsere Kunden und



das kontinuierliche Wachstum der Bestellmengen aufrechterhalten zu können, mussten wir ein schnelleres und effizienteres Lager schaffen. Die 3500 zusätzlichen Palettenplätze und unser neues hochmodernes Förderband gewährleisten einen konstanten Auftragsfluss, durch den ein besserer Überblick über die bereits abgeschlossenen und noch zu erledigenden Aufträge möglich wird.“ www.givingeurope.nl

KAAI-KALENDER-„EXPRESS-SERVICE“

VERSPROCHEN IST VERSPROCHEN

Wie auf der letzten PSI versprochen, wird KAAI Kalender GmbH für alle Standard-Produkte, welche im Verlagsprogramm zu finden sind, die Lieferzeit vereinheitlichen – und zwar auf vier Wochen nach Druckreifeerteilung. „Das haben wir unseren Kunden und den Besuchern auf der PSI dieses Jahr versprochen. Dazu stehen wir und wir werden sogar noch einen obendrauf setzen“, verrät die Vertriebsleiterin Ute Schilling.



Vertriebsleiterin Ute Schilling.

Wie im vergangenen Jahr will KAAI Kalender in der heißen Phase im Herbst zusätzlich einen „Express-service“ für bestimmte Kalendermodelle bereithalten. Das Besondere daran wird sein, dass die Lieferzeit nochmals um eine Woche verkürzt wird. Somit können sich die Besteller über drei Wochen

Lieferzeit nach Druckreifeerteilung freuen. „Diesen besonderen Service wissen auch die Endanwender zu schätzen, da die Disposition der Werbemittel bedarfsgerecht erfolgen kann. Unsere Kunden entlasten wir an dieser Stelle enorm, da langfristige Planungen überflüssig werden und die Vorgänge komprimiert abgewickelt werden können“, so Ute Schilling weiter. Dies gilt auch für die erst in diesem Jahr auf der PSI vor-

gestellten, neu im Produktportfolio befindlichen Buch- und Taschenkalender. „Gerade hier sind die Bedarfer solche Lieferzeiten nicht gewohnt. Wir versprechen uns nachhaltiges Interesse aus dem Markt. Die Produkte kamen auf der PSI zudem sehr gut an“, wie Ute Schilling weiß.

Nachdem die Homepage in diesem Jahr einem Relaunch unterzogen wurde, präsentiert sich KAAI Kalender zunehmend kundenorientiert.

Einfach, schnell und klar strukturiert können die Werbemittelhändler ihren Kunden die Kalenderwelt nahebringen. Mittels eigener CI auf der KAAI-Seite kauft der Kunde somit die Produkte von „seinem“ Partner des Vertrauens. Garniert mit den schnellen Lieferzeiten von KAAI Kalender ist somit die perfekte Kundenbindung vorprogrammiert. „Und wenn mal was vergessen wurde, dann peitschen wir in Ausnahmefällen einen Auftrag auch in 10 bis 12 Arbeitstagen durch den Produktionsprozess, ... aber lassen sie das nicht unsere Dispo hören, sonst kann ich mich da nicht mehr sehen lassen“, verrät Ute Schilling lachend und augenzwinkernd. Ansprechpartner: Ute Schilling, Tel. +49 711 5306080, Fax +49 711 53060829, info@kaai-werbekalender.de, www.kaai-werbekalender.de



MICHAEL MÜHLEN

FÜR MAXIMEX UND MULTIFLOWER UNTERWEGS

Michael Mühlen, renommierter Branchenprofi mit langjähriger Erfahrung, wird ab sofort für die Unternehmen Maximex, Solingen, und Multiflower,



Michael Mühlen

Bammental, unterwegs sein. Mühlen, bislang im Außendienst für Fare und Halfar tätig, wird nun für Maximex und Multiflower exklusiv die Vertriebsregionen Nord-, Ost- und

Westdeutschland (PLZ-Gebiete 0-5) betreuen. Mit diesem Schritt intensivieren die beiden Firmen ihre Außendienstaktivitäten, um ihre Kunden noch intensiver als bisher vor Ort betreuen zu können.

michaelmuehlen@t-online.de.

www.maximex.de – www.multiflower.de <

KARLOWSKY FASHION

EX-JOCKEY VERSTÄRKT TEAM

Marc Timpelan verstärkt das Team der Karlowsky Fashion GmbH. Schon während seiner erfolgreichen Karriere als Jockey war er immer einen Sprung voraus. Mit 13 Jahren startete er das erste Mal in Bad Harzburg. Als Amateur-Rennreiter stand er 1993 das erste Mal auf dem Siegerpodest. Ab 1995 wurde er zum Berufsrennreiter ausgebildet und war mit 17 Jahren der jüngste Jockey in Deutschland. In seiner Erfolgskarriere gewann er insgesamt 521 Rennen mit einer Gewinnsumme von über drei Millionen Euro. Mit seinen Leitsätzen „Man muss sich jede Woche neu durchbeißen“ und „Für das

Können gibt es nur einen Beweis: das Tun“ passt er perfekt zum Unternehmen. Marc Timpelan wird die Exportkunden in Portugal betreuen.



Marc Timpelan

www.karlowsky.de <

Seit 25 Jahren gemeinsam für den Werbeartikel

Mit vielen Vorteilen von A bis Z



T wie TREND

Eine in ihrer Form einmalige Veranstaltung, zu der sich Händler, Lieferanten und deren Mitarbeiter treffen – in diesem Jahr zum 25sten Mal!

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





Viel zu entdecken gab's während der siebenstündigen Präsentation von Werbeartikeln und dreidimensionalen Marketingkonzepten.



Gruppenbild mit PromoFritz: (v. l.) Alexander Lange (Eurostyle), Simone Brodmann (Troika), Oliver Kuntze (Meterex), Lutz Albercht (Fare), Angelika Fitterling (Klio-Eterna) und Beat Nolze (Cadolino) freuen sich über die glänzenden PromoFritz-Skulpturen.

PROMO SWISS FORUM LUZERN

MIT ALLEN SINNEN WERBEN

Am 19. Mai 2011 fand im traditionsreichen Hotel Schweizerhof am Ufer des Vierwaldstättersees in Luzern das fünfte Promo Swiss Forum statt. Die Messe avancierte mit ihrer Verleihung des PromoFritz zum Jahres-Höhepunkt der Schweizer Werbeartikelindustrie.

Die Organisatoren von Promoswiss, dem Verband der schweizerischen Werbeartikelindustrie, luden anlässlich der fünften Auflage des Promo Swiss Forums erstmals nach Luzern ein. Mit dem Hotel



Veranstaltungsort mit Tradition und Charme. Der Schweizerhof am Seeufer in Luzern.

Schweizerhof fanden sie hier einen ebenso traditionsreichen wie attraktiven Veranstaltungsort direkt am Ufer des Vierwaldstättersees. Knapp 60 Aussteller hatten sich angemeldet, um dem zahlreich erschienenen Fachpublikum aus eidgenössischen Werbeartikelhändlern und -beratern nicht nur ihre neuesten Produkte vorzustellen, sondern vielmehr auch die damit verbundenen Werbemöglichkeiten förmlich be-„greifbar“ zu machen. „Für jeden, der in der Schweizer Werbeartikelbranche aktiv ist, ist der Besuch des PSF-Forums ein absolutes Muss“, unterstreicht Promoswiss-Präsident Marcel Spiess die Bedeutung der Veranstaltung und ergänzt: „Wer sich in diesem spannenden, dynamischen Wettbewerbsumfeld beweisen

möchte, muss heute wissen, welche Neuheiten und Trends morgen gefragt sind. Und genau dazu haben wir diese Fachmesse geschaffen. Hier treffen die wichtigsten europäischen Produzenten und Lieferanten mit dem schweizerischen Werbeartikel-Fachhandel zusammen.“

KONZENTRATION AUF'S WESENTLICHE

Im großen Saal des Schweizerhofs beschränkten sich die ausstellenden Lieferantenpartner des Promoswiss bei ihrer Präsentation jeweils auf einen schlichten, weiß gedeckten Tisch – genügend Platz jedoch, um die wichtigsten und originellsten „Verkaufsförderungsartikel“ darauf zu platzieren. So galten Konzentration und Aufmerksamkeit gänzlich den Neuheiten und deren Werbepotenzial. Keine aufwendigen



Repräsentativ und sehr gut frequentiert: Der Ausstellungssaal mit den neuen Produkten.



Standbauten lenkten vom Wesentlichen ab und so gelang es den Veranstaltern, den Raum für sieben kurzweilige Stunden in eine gleichsam kompakte, wie äußerst lebendige Drehscheibe der Branche zu verwandeln, auf der sich viele neue fruchtbare Kontakte anbahnen konnten.

VERKAUFEN MIT „HERZ, HIRN UND HAND“

Damit war der Nutzen des kommunikativen Produktevents aber noch lange nicht erschöpft. Zweimal an diesem Tag bot Promoswiss seinen Gästen zusätzlich die Möglichkeit zur Weiterbildung: Der Kölner Buchautor, Erfinder und Trainer Karl Werner Schmitz gab in seinem Referat zum Thema „Haptisches Verkaufen – 5 Sinne verkaufen mehr“ Einblick in die „andere Welt des Verkaufens“. Anhand von zahlreichen Beispielen unterstrich er die elementare Bedeutung des Tastsinns bei der erfolgreichen Vermarktung von Produkten und propagierte ein Verkaufen mit „Herz, Hirn und Hand“.

DAS BESTE ZUM SCHLUSS

Zum Abschluss eines gelungenen Tages trafen sich Veranstalter, Aussteller und Gäste noch einmal in gelöster Runde zum abendlichen Dinner. Das festliche Ambiente bil-

dete denn auch den idealen Rahmen für die Verleihung des PromoFritz, des Schweizer Awards für den Werbeartikel des Jahres. Der Preis, der diesmal zum dritten Mal vergeben wurde, soll laut Promoswiss „einerseits den Qualitätswettbewerb in der Werbeartikelbranche fördern, andererseits das Image der Branche in der Marketing- und Kommunikationswelt verbessern“. Michael Mätzener, im Promoswiss-Vorstand für das Ressort Marketing zuständig, hierzu: „Ausgezeichnete Werbeartikel zeigen exemplarisch, dass sie ein erfolgreicher, integraler Bestandteil eines Kommunikationskonzeptes sind.“ Damit sind auch die wichtigsten Voraussetzungen für die Nominierung zum PromoFritz benannt, bei der auch diesmal mehr als 30 eingereichte Artikel von einer Fachjury nach den Kriterien Originalität, Neuartigkeit, Umsetzung der Werbebotschaft, kommunikative Nachhaltigkeit, Funktionalität und Gebrauchswert beurteilt wurden.

GLÜCKLICHE GEWINNER

Über die Auszeichnung in der neu geschaffenen Kategorie „Kampagne des Jahres“, welche die Rolle des Werbeartikels als „ernstzunehmendes Kommunikationsmittel im Marketing“ fördern soll, durfte sich



Oliver Kuntze, Geschäftsführer von Meterex, als stiller Genießer zusammen mit dem PromoFritz in Gold, den es für einen äußerst nützlichen Maßstab mit Magnet gab.

die Firma Cadolino mit ihrer einfallsreichen Produktkombination zum Thema „Sicherheit“ freuen. Die weiteren Awards in Form einer elegant geschwungenen, 30 Zentimeter hohen Statue gingen an die Unternehmen Meterex (PromoFritz Gold), Fare (PromoFritz Silber), Klio-Eterna (PromoFritz Bronze), Troika (PromoFritz Design) und Eurostyle (PromoFritz Innovation). www.promoswiss.ch



Abends beim festlichen Dinner.



Marcel Spiess (r.), Präsident des Promoswiss-Verbandes, beim „Apero“ mit Gästen.

MICHAEL MÄTZENER, VORSTANDS-MITGLIED DES PROMOSWISS, ZUM PSF FORUM

Wie war Ihr Eindruck vom diesjährigen PSF-Forum?

Wir sind hochzufrieden mit der Resonanz und der Frequenz. Im Vergleich zur letztjährigen Messe, die schon sehr gut angenommen wurde, konnten wir diesmal sogar noch ein wenig zulegen. Letztlich zeigten insgesamt 59 ausstellende Firmen im großen Veranstaltungssaal des Schweizerhofs ihr Werbepotenzial. Als Besucher waren 190 Personen von 92 Firmen zu Gast.



Michael Mätzener

Können Sie Produkttrends erkennen?

Die Produkttrends sind nicht deutlich erkennbar, da der Werbeartikelmarkt auch nicht produktbezogen, sondern einsatzbezogen funktioniert. Natürlich sind Qualität und Funktionalität immer noch wichtige Eigenschaften.

Wie schätzen Sie die derzeitige Lage des Schweizer Werbeartikelmarktes ein?

Der Werbeartikelmarkt in der Schweiz zeigt eine positive Entwicklung. Haptische Werbung hat an Bedeutung gewonnen. Den Vorteil, die Unternehmenswerte in einer Kampagne oder einem Produkt über Werbeartikel zu transportieren, haben viele erkannt und nutzen ihn immer häufiger.

Wie ist die Stimmung auf Seiten der Industriekunden?

Kommt auf die Branche an ... Es gibt immer und überall Optimisten und Pessimisten, aber als Exportland ist die Schweiz sicher auch vom schwachen Euro und Dollar sehr betroffen.

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

Der Promoswiss-Verband will vor allem die Wichtigkeit und die Bedeutung des Werbeartikels innerhalb des Kommunikations-Mixes permanent aufzeigen. Durch die erstmalige Verleihung des PromoFritz Awards für die beste Werbeartikel-Kampagne in diesem Jahr wurde einmal mehr bewiesen, dass der richtige Einsatz eines kreativen Werbeartikels den Erfolg einer Kampagne maßgeblich unterstützt und fördert. Zudem wird der Promoswiss-Verband auch in Sachen Aus- und Weiterbildung in diesem und in den kommenden Jahren weiterhin Angebote präsentieren, die für die gesamte Branche von Bedeutung sein werden. Nur wer sich regelmäßig weiterbildet, wird auch in Zukunft die anspruchsvollen Aufgaben der Kundschaft erfüllen können. In diesem Sinne auch unser Leitmotiv in diesem Jahr: „Wer aufhört sich zu verbessern, hat aufgehört gut zu sein!“ Und natürlich sind wir auch in diesem Jahr sehr gespannt, wie sich die Umsatzzahlen der Mitglieder 2010 entwickelt haben. Hat der Werbeartikel im letzten Jahr wieder Boden gut gemacht? Anfang Oktober werden wir die konkreten Zahlen präsentieren können.



**DOUBLE SIDE...
DOUBLE
YOUR
BRAND!**



Mix it up!

www.cik.fi.it



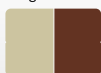
Black White



Black Red



Beige Brown



Yellow Green



Pink Acid green



PREIS – WERT

**Die Werbebotschafter
für jeden Schreibtisch!**

MADE IN GERMANY



Panorama



- repräsentativ
- zeitlos-elegant
- praktisch
- kristallklar
- verteilungsfreundlich

10X10



EUROPNOTE®

Gutter

Kunststofftechnik Papierverarbeitung

WWW.GUTTER.DE

DIARPELL S.p.A. - Via de' Cattani, 57 - 50145 Florence - Italy
Ph. +39 055 318167 - Fax +39 055 373384 - www.intempo.eu



20 JAHRE VÖW

VÖW FEIERT IN KITZBÜHEL

Die Sportstadt Kitzbühel bot dem Verband Österreichischer Werbemittelhändler (VÖW) im 20. Jahr seines Bestehens einen würdigen Rahmen als Austragungsort für sein alljährliches Sommermeeting. Geboten wurde eine spektakuläre Mischung aus Lieferantenausstellung, Bootsregatta, Wellness und Hüttenzauber.



Ski-Legende: Franz Klammer (3. v. r.), Olympiasieger von Innsbruck 1976 in der Abfahrt, durfte sich über einen Scheck in Höhe von 5000 Euro für seine wohltätige Stiftung freuen. Mit ihm freuen sich die Vorstandsmitglieder des VÖW und ihr Ehrenpräsident Fritz Bauer (2. v. r.).

Imposante Kulisse: Ins mondäne Hotel Schloss Leoben mit einzigartigem Blick über die Kitzbüheler Alpen lud der VÖW seine Mitglieder zum diesjährigen Sommermeeting.



Der Einladung des VÖW zum dreitägigen Branchenereignis im Fünf-Sterne-Hotel Schloss Leoben waren 150 Lieferanten- und Händlermitglieder gefolgt. Die Teilnehmer erwartete nicht nur eine tolle Mischung an werbewirksamen Produkten, sondern auch ein buntes, geselliges Rahmenprogramm. Zunächst rief der langjährige VÖW-Präsident Fritz Bauer die 32 Händlerfirmen, die mit

65 Personen angereist waren, sowie die mit 77 Verkaufsprofis erschienenen 43 Lieferantenpartner des Verbandes zu sportlicher Betätigung auf: Auf dem idyllisch zwischen Wildem Kaiser und Kitzbüheler Horn gelegenen Schwarzsee, dem wärmsten Moorsee Tirols, sollte eine Bootsregatta stattfinden. Im Mittelpunkt der Veranstaltung jedoch stand das Geschäft mit dem Werbeartikel und die Mög-

lichkeit, neben der Präsentation aktueller Neuheiten auch bestehende Geschäftsbeziehungen zu vertiefen und neue Kontakte zu knüpfen.

MARKEN ZIEHEN MARKEN AN

Top-Designer und -Labels in Kombination mit der mondänen Umgebung ziehen viele internationale Gäste an, wie auch die große Dichte an Fünf-Sterne-Hotels belegt. Idealer Nährboden also für die ausstellenden



Im Zentrum der Aufmerksamkeit: Die Neuheiten-Präsentation.



Werbeartikellieferanten, den Händlern die große Vielfalt ihres Angebots an dreidimensionalen Werbeträgern zu präsentieren. Im K3-Kongress-Zentrum im Herzen von Kitzbühel legten sich die Werbeprofis hierbei mächtig ins Zeug. Am Abend nach dem siebenstündigen Messegeschäft ging's weiter bergauf: zur hoch über Kitzbühel gelegenen In-Location „Rosi's Sonnbergstuben“, wo die Gäste einen außergewöhnlichen Gala-Abend mit Vier-Gänge-Menü genießen durften. Und nicht wenige waren dem Aufruf der Organisatoren gefolgt und im feschen Trachtenlook erschienen.

EIN OLYMPIASIEGER ALS STARGAST
Höhepunkt neben den musikalischen Darbietungen der „2 Sterntaler“ aus Vorarl-

berg und der singenden Gastwirtin Rosi Schipflinger war der Auftritt von Stargast Franz Klammer: 1976 Olympiasieger von Innsbruck in der Abfahrt und mit 25 Abfahrtsiegen sowie dem fünfmaligen Gewinn des Abfahrtsweltcups ist er der erfolgreichste Rennläufer dieser Disziplin in der Skiweltcup-Geschichte. Der Skikaiser erzählte Anekdoten aus seiner aktiven Rennfahrerzeit und ließ dabei natürlich auch den Olympia-Sieg und seinen letzten Triumph beim legendären Hahnenkamm-Rennen auf der Kitzbüheler Streif im Jahr 1985 Revue passieren. Klammer hat 1998 eine eigene Stiftung gegründet, die mit dem Geld vor allem jungen verletzten Sportlern hilft. Anlass dafür war die Querschnittläh-

mung seines Bruders, der nach schwerem Sturz nur auf Kulanzbasis der Versicherung seines Vaters eine Rehabilitation hatte machen können. Der Stargast durfte sich am Abend über Spendeneinnahmen in Höhe von insgesamt 15 000 Euro freuen. Jeweils 5000 Euro zahlten der VÖW, der einen entsprechend dotierten Scheck überreichte, sowie der Bundesverband der Werbeartikel-Lieferanten, BWL, vertreten durch Patrick Politze und Ralf Samuel, und last but not least Gunther Langenberg von WIL Langenberg, die bei der Versteigerung eines von Klammer handsignierten Paar Ski den Zuschlag erhielten. „Wir wollten dem VÖW anlässlich seines Jubiläums unsere Wertschätzung zum Ausdruck bringen, die soeben beschlossene Kooperation würdigen und darüber hinaus natürlich auch die Stiftung unterstützen“, erläuterte Patrick Politze. Abschließend erhielt jeder Gast ein von Klammer mit persönlicher Widmung handsigniertes Exemplar seines autobiographischen Buches.

BAUER EHRENPRÄSIDENT AUF LEBENSZEIT

Natürlich gab auch die singende Wirtin Rosi Schipflinger einige Lieder zum Besten, ehe Fritz Bauer, der an diesem Tag offiziell als Präsident zurücktrat, die Ehrenpräsidentschaft des VÖW auf Lebenszeit verliehen bekam. Bauer, der bereits 1962 seine Karriere als Werbemittelhändler startete, zeigte sich nach der Laudatio von VÖW-Vorstand Konrad Godec sichtlich gerührt. Bei der Feier mit dabei waren unter vielen anderen auch die 60er-Jahre-Ski-Legende Hias Leitner und die beiden neuen VÖW-Vorstände Günter Seybold und Wolfgang Kohout. Für den Bayreuther Lederwarenspezialisten Eurostyle wurde der Abend mit der Verleihung des Titels „Lieferant des Jahres“ gekrönt. Wohin der VÖW seine Lieferanten- und Händlerpartner im nächsten Jahr einladen wird, ist noch nicht bekannt. Klar dürfte aber schon jetzt sein, dass die Erfolgsgeschichte der Events, die in der Branche längst Kultstatus erreicht haben, weiter fortgeschrieben wird. <

ETWAS
GROSSES
KOMMT AUF
SIE ZU:

DIE LEITMESSE FÜR WERBEARTIKEL!

**50. PSI
Messe 2012**
vom 11.-13. Januar
in Düsseldorf

Profitieren auch Sie von Europas Nr.1!

Treffen Sie die Werbeartikel-Welt auf Europas Leitmesse und erleben Sie die umfassende Präsentation von internationalen Trends und Neuheiten!
Freuen Sie sich als Hersteller oder Händler bereits jetzt auf die größte europäische Business-Plattform der Branche!



www.psi-messe.com
Telefon: +49 (0) 211 - 90191 600





VIERING PROMOTION DAYS

TIERISCH KREATIV

Für zwei Tage war beim Full-Service-Werbeartikelspezialisten Viering Familientag angesagt: Schließlich luden die Westfalen ihre Kunden zu den Viering Promotion Days in den Allwetter-Zoo nach Münster ein. Ein Konzept, das Kundennähe schaffte und besten Response versprach.

Gut gebrüllt, Löwe: Mark-Oliver Schrauder und sein Team hatten gemeinsam mit 42 namhaften Lieferantenpartnern die Kundschaft der Sendener Viering GmbH über ein dreistufiges Mailing zu den zweitägigen Viering Promotion Days in den herrlich angelegten Allwetter-Zoo nach Münster eingeladen. Und rund 500 von 2500 Personen waren dem Ruf zur mittlerweile 16. Auflage der Messe gefolgt. Geboten wurde ein bunter Querschnitt an Werbemitteln und -konzepten – und das im Westfälischen Pferdemuseum des Tier-



Werbeartikel zum Schauen und Erleben: Die Aussteller der Viering Promotion Days waren in ihrem Element. Und alle hatten Spaß.



parks. Mancher nutzte erwartungsgemäß die Gelegenheit, nach erledigtem Business noch mit Kind und Kegel durch das schöne, weitläufige Gehege zu streifen, um vielleicht auch einen langen Hals zu machen beim Blick auf das erst wenige Wochen vor dem Event geborene Giraffen-Baby. Die Ahnen des jungen Vierbeiners zierten denn auch das Außenmotiv der vielen von WIL umgesetzten Trolley-Modelle, die jeder Gast beim Check-in erhielt. Ein überaus werbewirksamer Eyecatcher, der für reichlich Gesprächsstoff und viele neugierige

Blicke unter den übrigen Zoo-Besuchern sorgte.

BÄRENSTARKE WERBEBOTSCHAFTER

Die Werbeprofis aus dem münsterländischen Senden bieten seit jeher mit Beratung, Ideenfindung, Konzeption, Designentwicklung, Konfektionierung, Lagerung, Verpackung sowie Versand das komplette Spektrum eines Full-Service-Dienstleisters. Wer sich an den beiden Tagen im Juli seinen Weg durch den Dschungel der vielen Möglichkeiten in der Welt der Werbeartikel bahnte, bekam, wie bei Viering gewohnt,

viel geboten. Ob etwa die hochwertige Werbe-Krawatte oder die Porzellantasse im Mittelpunkt des Interesses stand oder etwa Artikel aus den Segmenten Textilien, Schreibgeräte oder Elektronik – die Besucher hatten einmal mehr die Qual der Wahl. Der mottogemäße CreativZoo by Viering stand für bärenstarke Werbeargumente, und die Pirsch durch das rund 800 Quadratmeter große Werbegehege mit für alle Aussteller gleich großen Ständen bescherte manchem Interessenten elefantenschwere Beine und einem knurrenden Magen. Bei ei-



Messelocation und Ausflugsziel für die ganze Familie: Der Allwetter-Zoo, Münster, Schauplatz der diesjährigen Viering Promotion Days.



ner Pause mit einer Tasse des vor den Augen des Genießers von drei afrikanischen Schönheiten traditionell gerösteten äthiopischen Hochlandkaffees wurden selbst müde Geister wieder munter. Hungrige Mägen wurden in der Mittagspause mit köstlichem Catering besänftigt. Am 14. September ist wieder Open Day angesagt bei Viering – die eintägige Hausmesse am Firmensitz in Senden. <



Mark-Oliver Schrader

MARK-OLIVER SCHRADER IM GESPRÄCH

Die Viering Promotion Days stehen seit jeher unter einem bestimmten Motto.

Wie entwickeln Sie das?

Zunächst wird nach einer geeigneten Location gesucht. Zur Umgebung der Ausstellung werden in der Folge ein passendes Messelogo sowie ein Motto kreiert, beides schlägt sich auch in unseren mehrstufigen Einladungsmailings nieder, die schließlich Lust machen sollen, vorbeizukommen.

Wie ist die Gemütslage bei ihren Lieferantenpartnern?

Die Stimmung hat deutlich angezogen: Wir messen das an unserem Geschäft. Wir durften feststellen, dass viele neue Kunden über Empfehlung an uns geraten sind und freuen uns, ihnen hier vor Ort unseren Service persönlich vorstellen zu können.

Wie beurteilen Sie die aktuelle Situation bei Viering und der Branche insgesamt?

Wir merken einen deutlichen Aufschwung beim Umsatz. Wir haben 2010 die Verluste aus der Wirtschaftskrise annähernd kompensiert und hoffen, 2011 noch eine Schippe drauflegen zu können. Die Prognose basiert auf unseren Planungen und großem Engagement.

Wie steht es um die Lieferzeiten für Produkte aus Fernost?

Durch das gestiegene Selbstbewusstsein der Chinesen hat sich vieles dort verändert, die Produkte haben sich verteuert. Auch die Container wurden teurer und Frachtkosten stiegen. Durch Einsparung von Treibstoff auf dem Seeweg verlängern sich aber die Lieferzeiten, was wieder deutlich schneller verfügbare Produkte made in Germany attraktiv macht. Dabei haben auch geringere Auflagen ihre Chancen. In Sachen Veredelung von Standardprodukten geht der Trend nach Polen oder Tschechien.

 **DreamPen®**

Galaxy Clip4You



www.dreampen.pl





Geschäftsführer Dino Wolter (l.) im Kundengespräch.



Das Dino-Team nach getaner (Überzeugungs-)Arbeit.

DINO GMBH

1001 WERBEIDEEN

Am 9. Juni 2011 lud das Team der Dino GmbH zum zweiten Mal zur Hausmesse. Dem Ambiente der Location entsprechend – der Orient Lounge des Hotels „Freizeit Inn“ in Göttingen – präsentierte man geschätzte „1001 Werbeideen“, die ihre bezaubernde Wirkung auch nicht verfehlten.

Fünf Jahre nach der ersten Hausmesse war es wieder an der Zeit: Die Werbemittelprofis der Göttinger Dino GmbH baten Kunden und solche, die es werden sollten, zur Präsentation. Im morgenländischen Ambiente der Orient Lounge des (verkehrsgünstig gelegenen) „Freizeit Inn“ zeigten 14 ausgewählte Lieferantenpartner die wichtigsten Neuheiten aus der Welt der „Werbung zum Anfassen“ – wie es im

Untertitel des Firmennamens in treffender Weise auch heißt. Das Interesse, aktuelle Produktrends und deren individuelle Einsatzmöglichkeiten ganz unmittelbar zu begutachten, war enorm.

EINLADUNG VIA FACEBOOK

Zur Einladung nutzten die „Dinos“ diesmal nicht nur die konventionellen Wege, sondern richteten eigens auf Facebook eine Seite ein, über die zahlreiche Neu-Freunde

den Weg zum Werbeartikelevent fanden. Letztlich konnten die Dino-Mitarbeiter 170 Gäste aus über 100 Unternehmen von den Vorteilen dreidimensionaler Produktideen überzeugen. Ein Gewinnspiel, bei dem es galt, an den mit verschiedenen, der Umgebung angepassten Namen versehenen Ständen Fragen zu beantworten, schuf zusätzlichen Anreiz, überall einmal vorbeizuschauen. Der Intention, erneuerbare Energien besonders zu promoten, trugen verschiedene mit dem Etikett „Eco-Line“ versehene Artikel aus dem Sortiment der Lieferanten Rechnung.

„VIEL HERZBLUT“

Aussteller und Dino-Team trugen einheitlich weiße Hemden mit dem vielsagenden Aufdruck „Es bleibt alles anders“, ein Motto, das auch auf die vielen aktuellen Veränderungen im Unternehmen selbst Bezug nahm. „Neben einer vor Kurzem online gegangenen neuen Homepage werden wir ab September auch unseren neuen Internet-Shop präsentieren. Besonders stolz sind wir auf die Einrichtung eines 200 Quadratmeter großen Showrooms im eigenen Firmengebäude, der die Vielfalt des Angebots in unterschiedliche Themeninseln gliedert. Damit bieten wir unseren Kunden gewissermaßen eine ‚tägliche Hausmesse‘ an, die unser Portfolio zu einem runden Ganzen komplettiert“, erklärt Dino Wolter, Geschäftsführer und Namensgeber der Dino GmbH und ergänzt: „Hier wie auch bei unserem heutigen Event haben wir uns viel Gedanken gemacht, um ein schlüssiges Konzept zu liefern, dem man aber auch anmerken soll, wie viel Herzblut darin steckt.“

RUNDE SACHE

Ergänzt wurde die Hausmesse durch den sich unmittelbar anschließenden „Mobilitätstalk“, zu dem sich die Mitglieder eines regionalen Unternehmer-Netzwerks trafen, um unter anderem über künftige Marketingtrends zu diskutieren. Ein zünftiges Barbecue für alle Teilnehmer (für das tagsüber bereits Grillschürzen mit der firmeneigenen Stickmaschine personalisiert wurden) rundete die Veranstaltung schließlich ab. www.dino-werbeartikel.de



Jetzt anmelden!

Jetzt bewerben und 2012 zu den Gewinnern zählen!

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

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



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

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



Ihr Kontakt:



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





Baubeginn auf dem Sprintis-Grundstück.



Neugeschaffene Büroräume im 1. Stock.

NEUE LAGERHALLE – GRÖßERES SORTIMENT

SPRINTIS SCHENK WÄCHST WEITER

Die Sprintis Schenk GmbH & Co. KG aus Würzburg vergrößert sich. Nach erfolgreicher Teilnahme an der Leitmesse für den Bürofachhandel Paperworld in Frankfurt begann man mit der Erweiterung der Lagerflächen.

Damit die Lagerhalle rechtzeitig zur Kalendersaison 2012 fertig ist, begann man bereits Mitte April 2011 mit dem Bau. Mittlerweile ist die aus Stahl- und Sandwich-Elementen errichtete Halle bezugsfertig. „Für unser Ziel – die Marktführerschaft im Bereich der Konfektionierungsartikel – brauchen wir Platz. Der Neubau einer Lagerhalle war deshalb die logische Konsequenz“, erklärt Geschäftsführer Christian Schenk die Investition. „Als so-

lide wirtschaftendes Familienunternehmen haben wir die Anschaffung der Immobilie inklusive Grundstück vor fünf Jahren bereits langfristig geplant und können nun, auf schon vorhandener Fläche, direkt neben unserer bestehenden Lagerhalle weiterwachsen“, so der Jungunternehmer weiter.

SCHELLER WARENFLUSS

Die neue Lagerhalle umfasst eine Fläche von rund 1200 Quadratmetern und bietet

Platz für über 1500 Europaletten. Um einen schnellen Warenfluss zu gewährleisten, gibt es eine moderne Überladerampe. Die aktuellen Investitionen beschränken sich nach Aussage von Christian Schenk aber nicht nur auf den Hallenneubau: „Auch interne Abläufe werden neu überdacht, so wurde beispielsweise ein neues Scanner-system installiert, das die kommissionierte Ware mit der bestellten abgleicht. Dies minimiert die Fehlerquote.“

ENERGIE SPAREN

Auch Umweltaspekte werden bei Sprintis nicht außer Acht gelassen: So ist die neue Lagerhalle in Sachen Wärmedämmung nach den neuesten Richtlinien erbaut. Installiert ist auch eine Photovoltaikanlage auf den Dächern des Neubaus und der Bestands-halle. Beim ersten Bauabschnitt wurde das bestehende Bürogebäude samt angrenzender Lagerhalle mit neuen Fenstern, Dach und einem Wärmedämmverbundsystem auf Neubauniveau gebracht. Man verspricht sich, so eine beträchtliche Menge an Energie einzusparen. Außerdem wurden durch den Ausbau des bestehenden Stockwerkes, das Mitte April bezogen wurde, Platz für 15 neue Arbeitsplätze geschaffen.

EXPANSION VORPROGRAMMIERT

„Betrachtet man die News auf unserer Firmenhomepage, scheint der Platz auch dringend nötig. Nahezu wöchentlich werden dort Erweiterungen im Produktsortiment bekannt gegeben. Wir legen jedoch nicht nur in der Breite unseres Sortiments zu, sondern vor allem stückzahlmäßig bei den Lagerartikeln“, so Christian Schenk. Sprintis erwartet bereits nach Fertigstellung der Halle zwei volle Lkw-Ladungen Drahtbindespulen, die bei Partnern in Produktion gegeben wurden. Auch personell setzt Sprintis weiter auf Wachstum. Buchhaltung und Marketing sind bereits durch Neueinstellungen verstärkt worden. Um auch den hohen Anspruch in der Kundenbetreuung während der Hochsaison im Kalendergeschäft sicherzustellen, wird auch in Kürze dieser Bereich verstärkt.

www.sprintis.de



PICOWORLD '11

Ideas for excellence

Man nehme eine Prise Einzigartigkeit und etwas Raffinesse - Genuss pur!

Das Leben genießen bedeutet für uns von PICOWORLD nicht, ein Luxusauto zu fahren oder viermal im Jahr zu verreisen. Genuss fängt vielmehr bei den kleinen Dingen an. Gemeinsam mit Freunden kochen zum Beispiel oder sonntags ausschlafen und danach lange und ausgedehnt frühstücken. Sich eben einfach ab und zu etwas zu gönnen.



0300615 - SALT N'PEPPER
Elektrische Salz- und Pfeffermühle
mit hochwertigem Keramikmahlwerk



0300627 - VINUM
Design-Objekt und Flaschenhalter
aus hochglanzpoliertem Edelstahl



0300609 - KAAS

Die käse-förmige Box ist aus hochwertigem Bambusholz gefertigt und verbirgt 2 Käsemesser und eine Gabel in sich. Praktisch und pfiffig; der drehbare Verschlussmechanismus. Lieferung in schwarzer Box.

Jetzt bestellen! www.topico.de

TOPICO Handels-GmbH & Co. KG · Zum Panrepel 39 · D-28307 Bremen
Telefon: 0421 / 69 65 470 · sales@topico.de · www.topico.de





HERBST-NEUHEITEN EINE REICHE ERNTE

Wenn die Früchte reifen und die Silos sich füllen, sind auch die Kreativen der Werbemittelbranche dabei, ihre reiche Ernte einzufahren. Wir haben uns auf einen Streifzug durch ihre Ideengärten gemacht und präsentieren Ihnen einen bunten Strauß Herbstneuheiten.

Schnell war sie wieder da, die dritte Jahreszeit – und mit ihr die Hoffnungen auf einen fruchtbaren Ertrag. Die Werbeartikelwirtschaft macht in dieser Hinsicht natürlich keine Ausnahme. Jetzt, wo das Jahr wieder auf sein Ende hinsteuert, sichten die werbenden Unternehmen ihre Budgets im Hinblick auf aussichtsreiche Potenzial. Da Werbeartikel erwiesenermaßen einen bedeutenden Faktor im schlagkräftigen Marketing-Mix erfolgreicher Firmen darstellen, öffnet die Branche gerade auch in dieser Zeit wieder ihre Füllhörner reifer Produktideen für eine werbewirksame Ernte. Dabei umfassen die neuen Kollektionen der PSIMitglieder Innovationen für alle erdenklichen Arten von Werbezwecken. Natürlich kommt es für den Werbenden nicht nur darauf an, lediglich mit neuen Artikeln Aufmerksamkeit zu wecken. Erst durch die sinnvolle Kombination verschiedener Werbeträger lassen sich Marketingmaßnahmen noch gezielter bündeln und deren Wirkung potenzieren. Hierbei stehen die im PSIHändlerpool gelisteten Werbeartikelberater mit ihrem großen Erfahrungsschatz hilfreich zur Seite. <



VIelflieger Bonus

Troika nimmt die Service-Qualität vom Flugzeug mit ins Office und präsentiert mit seinem Mini Trolley einen detailgetreuen Flugzeugtrolley für die Aufbewahrung von Schreibgeräten. Der Stifteköcher im Design eines klassischen Flugzeugtrolleys ist aus Metall gefertigt, glänzend verchromt, seitlich mit Weltkarten-Motiv bedruckt und mit beweglichen Rädern ausgestattet. Mini Trolley symbolisiert das global vernetzte Business und ist eine praktische Hilfe für den Alltag.

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

HOT WHEELS

Neu von Kandinsky ist der praktische Reifenmarker identiTire aus PET-Laminat, ein unverwechselbarer, patentierter Werbeträger, der im ganz persönlichen Kundendesign gestaltet werden kann. Durch die Befestigung am Luftventil des Autoreifens vereinfacht der identiTire die Einlagerung und neuerliche Montage der Zweitreifen. IdentiTire ist praktisch, individuell bedruckbar, einfach in der Anwendung und eignet sich zudem als aufmerksamkeitsstarker Werbeträger. Die Lieferzeit beträgt ab zwei Wochen.

46232 • Kandinsky Deutschland GmbH

Tel +49 211 770577-216

caroline.plath@kandinsky.de • www.kandinsky.de



VERFÜHRERISCHE LEKTÜRE

Mit seiner bereits in geringer Stückzahl verfügbaren Buchdose bietet ADV PAX Lutec eine kreative Alternative, um feinen Inhalt wie Pralinen oder Kekse attraktiv zu präsentieren und dem Interessenten an der Lektüre einen zusätzlichen Kaufanreiz zu bieten. Denn auch nach dem Verzehr des Inhalts bleibt die Dose attraktiv und avanciert zum Schmuckstück und Aufbewahrungsort für vielerlei Utensilien im Haushalt. Ab 2000 Stück können die Dosen individuell im Offsetdruckverfahren bedruckt werden. Auch Prägungen sind möglich, dies bereits ab 1000 Stück.

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

Unsere Werbeträger sind „IN“
INNOVATIV.
INDIVIDUELL.
INSPIRIEREND.



Unser kompetentes Team
freut sich auf Sie!

Inselkammerstr. 10
82008 Unterhaching
Tel: 089 / 444 89 79-17
Fax: 089 / 444 89 79-29
sales@digipromo.de
www.digipromo.de

AKTIONEN
PROMOCODE
»PSI-01«
10% Rabatt
auf Ihre Erstbestellung



FUNKTIONALE POLO-OUTFITS

Wie abwechslungsreich das Design für Polo-Shirts sein kann, beweist die Kategorie Polo im Katalog Compilation 2011 von James & Nicholson aus dem Hause Daiber. Zu den peppigen Modellen gehören neben dem Polo Tipping für Damen und Herren mit auffälligen Kontraststreifen am Kragen und an den Armbündchen auch das Classic Polo, das für Ladys und Kids in feiner Piqué-Qualität und in 32 Farben erhältlich ist. In der Kategorie Safety & Work gibt es Polos für unterschiedlichste Einsatzzwecke, darunter das klassische Men's Polo mit aufgestepter Brusttasche oder das Safety Polo aus Polyester in Signalfarben. Für Sportler hält James & Nicholson die hochwertige, atmungsaktive Polo-Linie High Performance bereit.

42819 • Gustav Daiber GmbH • Tel +49 7432 7016-800

info@daiber.de • www.daiber.de

WEIHNACHTLICHE SCHOKO-BOX

Mit sechs Gubor-Schokoladentäfelchen im silbernen Tiefziehteil für das Weihnachtsgeschäft bestückt ist die beliebte Premium-Box von Jung. Neben den bestehenden Druck- und Prägevarianten wird die Dose ab sofort auch zusätzlich mit einer auffälligen und vor allem haptisch Aufmerksamkeit erregenden Beflockung angeboten. Neben individuellen Möglichkeiten hat Jung zudem auch zwei weihnachtliche Standard-Motive mit Flock. Die hochwertige Anmutung von Flock in Kombination mit einer Bedruckung macht die Dose zu einem überaus langfristig wirkenden Werbeträger, der leer und später zweckentfremdet außerdem über viele verschiedene Möglichkeiten im Zweitnutzen verfügt.

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

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



GLASKLARE WERBEARGUMENTE

Die britische Listawood offeriert neben vielen anderen Artikeln qualitativ hochwertige Brillenputztücher, die individuell mit einem Kundenlogo oder Werbeslogan bedruckt werden können. Die Bedruckung erfolgt im Werk in England und erreicht Fotoqualität. Die Tücher eignen sich ideal zur Reinigung von Kameralinsen, Brillengläsern oder hochempfindlichen Handy-Touchscreen-Displays. Bereits ab 100 Stück realisiert Listawood, das auf seiner Homepage unter www.listawood.com die komplette Produktpalette präsentiert, kundenindividuelle Ausführungen, die nur fünf Tage nach Druckfreigabe versandfertig sind.

47965 • AT Promotions Ltd trading as Listawood • Tel +44 1485 529100

sales@listawood.com • www.listawood.com





JACKETS

Form und Funktion - unsere neuen Hoody Softshell Jackets vereinen **die besten Outdooreigenschaften:** atmungsaktives- wind- und wasserdichtes Material (Atmungsaktiv 1.500 g/qm/24h, Wassersäule 1.500 mm), modisch sportliche Schnitte, wasserdichte Reißverschlüsse sowie reflektierende Pull Tabs. Ganzjährig und besonders im Frühling wie Herbst für alle Aktivitäten unter freiem Himmel bestens geeignet.

Weitere Baumwoll-, Fleece- und Outdoor-Jackets zeigen wir unter www.promodoro.de.

promodoro - Funktion in Topform.

 **promodoro**[®]
Corporate Fashion
since 1989.

Hotline 0211. 9090090
www.promodoro.de



GEFILZTES GEFÄLLT

Gleich sechs derzeit voll im Werbetrend liegende Polyesterfilz-Artikel in sieben tollen Farben hat MBW in die eigene Filzprodukt-palette eingeführt. Zu den Highlights gehören sicher auch die Filztaschen für iPhone, iPad oder den Laptop. Passend zu diesen Filzprodukten gibt es griffige Schlüsselanhänger und -bänder, Letztere in den Längen 14 sowie 18 Zentimeter. Da alle sechs Artikel dauerhaft ab Lager verfügbar sind, können auch kleine Mengen in kürzester Zeit geliefert werden. Zum Beispiel 500 Stück, individualisiert im 1c-Druck, beim Kunden in rund zwei bis drei Wochen.

42020 • MBW Vertriebsges. mbH • Tel +49 4606 9402-0
info@mbw.sh • www.mbw.sh

PRAKTISCHE BÜROHELPER

Mit den praktischen Büro-Accessoires von Reisen-thel macht das Aufräumen und Ordnunghalten richtig Spaß. Mit seinen vielen elastischen Bändern zum Fixieren von wichtigen Notizen ist das ribbonboard eine unerlässliche Organisationshilfe. Für stapelweise Farbenfreude sorgen die drawerboxen, stabile, beliebig hoch zu stapelnde Boxen zur Aufbewahrung von Dokumenten und Bürozu-behör. Binbox schließlich sieht aus wie eine große Papiertüte, ist eigentlich aber ein schicker Abfallbehälter, der sich alternativ als Schirmständer oder praktische Vase eignet. In kleiner Version als binbox xs erhältlich, bietet sie Platz für Stifte oder erweist sich als perfekte Halterung beim Aufladen des Mobiltelefons.

47182 • Reisen-thel Accessoires • Tel +49 8105 77292240
promotion@reisen-thel.de • www.reisen-thel.com



STETS WOHLTEMPERIERT

Speziell für wechselhafte Klimabedingungen geeignete Kleidung hat Brecht Profashion im Repertoire. Thermo°Cool PRO mit fresh Technologie ist eine multifunktionale Weiterentwicklung des Hightech-Stoffes Coolmax, der mehrere positive Eigenschaften in sich vereint: Er bietet seinen Trägern dank intelligenter Fasertechnologie die perfekt an den jeweiligen Temperatur- und Aktivitätsgrad angepasste Körperwärme. Bei höheren Außentemperaturen und verstärkter Aktivität entsteht eine komfortable Verdunstungskühlung, bei geringer Aktivität und niedrigen Temperaturen ein schützender Thermo-Isolationseffekt. So passt sich Thermo°Cool immer den Bedingungen an.

48274 • Brecht Profashion GmbH • Tel +49 7252 7900
info@brecht-profashion.de • www.brecht-profashion.de



SÜSSE WERBEBOTSCHAFTEN

Der mit Schokoladenbuchstaben gefüllte Adventskalender von Chocolissimo verführt nicht nur zum Vernaschen des Inhalts, sondern auch zum Mitmachen: Der Besteller überlegt sich einen Text, der maximal 24 Buchstaben enthalten darf, woraufhin der Hersteller die Buchstaben hinter den Türchen versteckt. Wenn der Beschenkte dann Türchen für Türchen öffnet, entdeckt und vervollständigt er sukzessive die zu Tage tretende Botschaft. Die Spannung wird bis zum letzten Tag aufrechterhalten, ein sympathischer Gag, der noch lange in Erinnerung bleibt. Beim Genuss der belgischen Schokolade werden die Buchstaben auf dem Umschlag des Adventskalenders notiert. Durch den individuell gestaltbaren Umschlag wird der Adventskalender bereits ab 100 Stück zu einem werbewirksamen Weihnachtsprodukt.

48316 • Chocolissimo by MM Brown Deutschland GmbH

Tel +49 69 25427127

rafael.kladzinski@chocolissimo.de • www.chocolissimo.de

NACHHALTIGE BASTELEIEN

Ganz spielerisch und doch mit technischem Tiefgang erlernen Anwender des neuen Solar-Kits von Jamara den Umgang mit der Solarenergie. Das Thema erneuerbare Energie nimmt auch auf dem Werbemittelmarkt einen hohen Stellenwert ein. Mit dem Solar-Kit stellt der Anbieter ein Produkt mit Nachhaltigkeit vor. Durch den Einsatz innovativer Solarenergie wird so auch der Zeitgeist angesprochen. Eine individuelle Werbeanbringung ist natürlich möglich. Mit dem Kit lassen sich immer wieder neue Modelle gestalten. Die breite Palette der Anwendungsmöglichkeiten reicht dabei vom klassischen Windrad im Mini-Format über den Schreibtischventilator, ein Solar-Boot, einen Roboter und das flotte Solar-Mobil bis hin zum Solar-Kreisel. Langeweile ist also hier ausgeschlossen.

47696 • Jamara e. K. • Tel +49 7565 9412717

a.wein@jamara.de • www.jamara.de



KOMPAKTES KLANGWUNDER

Den weltweit kleinsten 2.1-Lautsprecher fürs Handy gibt es bei dynaTRON Electronics. Damit kann das Mobiltelefon als Musikanlage genutzt werden. Klein, leicht und mobil ist das Musiksysteem Sound-You Micro nicht nur für zu Hause geeignet, sondern auch fürs Büro oder unterwegs. Als Master hinter dieser neuen Audiolinie verbirgt sich mit Stardesigner Hartmut Esslinger der Schöpfer von Produkten der Marken Apple, Disney, Louis Vuitton und Microsoft. Das Produkt nutzt den Effekt der Acoustic Wave Ripple Technology, die wie ein Wellenführer funktioniert: Effizient wird ein kleiner Input von Luft in einen großen Output von Sound transformiert, sogar ohne den klaren Klang durch Verzerrungen zu stören.

46241 • dynaTRON Electronics GmbH & Co. KG • Tel +49 2161 9958-0

info@dynatron.de • www.dynatron.de



SCHNEESICHERER WERBETRÄGER

Wer es auch im Sommer oder im heimischen Wohnzimmer mal schneien lassen möchte, muss nicht auf ein Wunder warten: Schließlich findet der Winterfreund bei Hirsch ideas aus Österreich kundenindividuelle Schneekugeln aus Glas in Durchmessern von 45 bis 150 Millimeter oder aus Acryl mit Durchmessern von 45 bis 90 Millimeter. Beide Produktarten können individuell gestaltet werden: Das Innenleben kann also exakt auf das vom Kunden gewünschte Design abgestimmt werden. Die ab 150 Stück erhältlichen Snowglobes von Hirsch eignen sich ideal im Rahmen von Weihnachtspromotionen und dienen gleichzeitig als Sammelobjekt. Die Produktionszeit beläuft sich auf zwei bis drei Monate. Eine frühzeitige Order fürs Weihnachtsgeschäft ist daher sinnvoll.

47225 • Hirsch Liquid Ideas GmbH, Michael Hirsch • Tel +43 463 218700
michael@liquidideas.eu • www.promodrinks.eu

-Anzeige-

ETWAS
GROSSES
KOMMT
AUF SIE ZU:

EIN SHUTTLE VOLLER KUNDEN!

Genießen Sie als „The Wall“-Aussteller erstklassigen Service: PSI Hostessen informieren über Ihr Produkt – und das „The Wall-Autoshuttle“ bringt Interessenten bequem zu Ihrem Stand!

➤ **PSI**

www.halle13.net/thewall
Telefon: +49 (0) 211 - 90191184



PUNKTGENAUER SEITENFINDER

Snappy heißt das neue Lesezeichenband von Same Same But Different, das dabei hilft, den Anschluss nicht zu verlieren, wenn der Leser aus einer spannenden Lektüre gerissen und dabei die zuletzt gelesene Stelle aus den Augen verloren hat. Snappy wird einfach um das Buch geschnallt, wobei das individuell gestaltete Icon auf die zuletzt gelesene Zeile der entsprechenden Seite gesetzt wird – und schon weiß der Nutzer auf einen Blick, wo es beim nächsten Aufschlagen des Buches weitergeht. Weiterer Vorteil: Snappy ist elastisch, damit für verschiedene Buchgrößen und -umfänge verwendbar und verhindert zudem durch seine straffe Spannung unschöne Eselsohren.

48319 • Same Same But Different GmbH • Tel +49 30 85719537
mail@different-same.de • www.samesamebut-different.de

STROM-SPAREN MIT DEM SELTHER-ÖKO-TEAM



SWITCH 1
Art.-Nr. 8601-2

GOOD BY - STAND BY!



CONTROL
Art.-Nr. 4960-2



ZEIGEN SPARPOTENZIAL

CONTROLETTI
Art.-Nr. 4962-2



STOPPT VERSCHWENDUNG!

ZEITLICHT
Art.-Nr. 8600-0

Das hilfreiche Team für jeden!

selter

wirkt ...

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

Lock & Lock Boroseal, bis 400° ofenfest!



Lock & Lock Boroseal:
Unterteile aus hitzebeständigem Glas.
Für Eisschrank, Mikrowelle und Ofen!
Aromafest, luft- und wasserdicht.

Millionenfach bewährt:
Silikon-Doppelkammerdichtung!



www.lockandlock.info

Distributeur Deutschland: iSi Deutschland GmbH • Solingen, (02 12) 397-0



STANDHAFT UND ÜBERZEUGEND

Mit der Limuwa-Schuhkralle von Puttkammer rutschen Winterfans auch auf vereisten und schneeglatten Flächen nicht mehr aus. Die Schuhkralle dürfte damit zu den nützlichsten Werbeartikeln im Wintergeschäft gehören. Wer mit maximaler Sicherheit die schönen Seiten des Winters genießen möchte, kommt beim Weg durch die weiße Pracht nicht an der Limuwa-Schuhkralle vorbei. Eine Werbeanbringung erfolgt auf dem Verpackungseinleger, der vollständig nach den Wünschen des Kunden personalisiert werden kann.

47997 • Puttkammer Handels GmbH & Co. KG • Tel +49 4461 965219
kontakt@limuwa.de • www.limuwa.de

WEIHNACHTLICHE TEEZEIT

Einen Weihnachtskalender mit 24 verschiedenen Teesorten hat AS Advertising Support im Sortiment. Er kann mit dem vorhandenen Motiv oder bei Abnahme von mindestens 100 Stück individuell bedruckt werden. Die Briefchen des Kalenders können zudem neu befüllt werden. Neben diesen und Sightseeing-Kalendern größerer Städte beinhaltet das Sortiment von AS Advertising Support auch Öko-Teebriefchen, Öko-Zündholzbriefchen sowie Zündholzschachteln, Pflaster- oder Kondombriefchen.

42676 • AS Advertising Support Werbeträger Vertriebs GmbH • Tel +49 4154 81061
info@as-advertising.de • www.as-advertising.de



-Anzeige-

ETWAS GROSSES KOMMT AUF SIE ZU:

DIE ERSCHLIESSUNG NEUER MÄRKTE!

Wir bauen das Ausstellerangebot massiv aus: Mit den Segmenten Sportartikel, Süßigkeiten, Spielwaren und Wellness eröffnen sich vielfältige neue Absatzmärkte für Hersteller und Händler!





Shiva Bio by Bottle Promotions

the choice of professionals
of the Tour de France

If you want absolute assurance in quality equipment like the Tour teams do, then choose Bottle Promotions as your partner in promotional bottles.



For all information please
check our re-newed website
www.bottlepromotions.com

joy@tacx.nl
T + 31 (0) 70 51 21 773

Werbung die prägt!



POELLATH
www.poellath.de

Carl Poellath Münz- und Prägewerk Schrobenhausen GmbH & Co. KG
Bahnhofstrasse 19 - 23 - 86529 Schrobenhausen
Tel. 08252/9997-0 - Fax 08252/9997-33 - info@poellath.de

E.K.V.

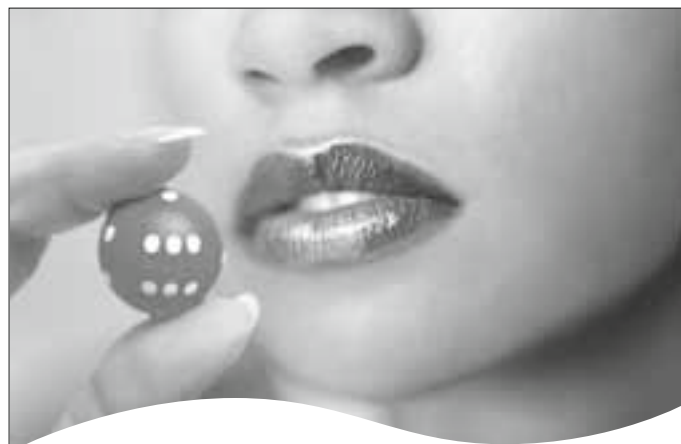
EuraClean Kompetenz Vertrauen

.....denn reinigende Werbung
ist eine saubere Sache!



EKV GmbH
Kirchstr. 12 a - 52391 Vettweiß - Kelz

Telefon: 0 24 24 / 20 28 00
E-Mail: info@e-k-v.de



LOVE ME. UNIKUS

Er ist der unwiderstehliche Sympathieträger für Ihre Werbung: **UNIKUS**, der einzigartige Rundwürfel. Zum Spielen, Verschenken, als Mailing, Give-away und und und. Die Möglichkeiten sind so vielfältig wie seine Farbauswahl. Mit Logoaufruf zeigt **UNIKUS** immer seine beste Seite. Ein echter runder Liebling.



Mehr Infos unter
www.creas.de

CREAS

CREAS Vertriebs-GmbH, Von-Humboldt-Str. 2a, D-64646 Heppenheim,
Telefon: +49 (0) 6252.96672-0, Telefax: +49 (0) 6252.96672-21



BERÜHREND SCHREIBEN

Der Designartikel-Spezialist Nestler-matho aus Baden-Baden hat einen 2-in-1-Touchpen neu im Sortiment, der das Navigieren und Schreiben auf Touchpads ohne lästige Fingerabdrücke ermöglicht. Der in edlem Weiß gehaltene Touchpen mit Clip bietet gleich zwei Funktionen: einen Touchpen mit Spezialaufsatz aus hochwertigem Silikon sowie einen schwarzen Kugelschreiber mit austauschbarer Kugelschreibermine. Auf dem Schaft des in einer feinen Geschenkverpackung gelieferten eleganten Stifts lässt sich eine Logoveredelung mittels Lasergravur umsetzen.

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

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

WERBUNG, DIE ZIEHT

Eine Werbebotschaft, die sprichwörtlich zieht, verspricht der gepresste, aromatische und entkoffeinierte Grüne Tee von emotion factory. Geliefert wird der aus natürlichen Blüten bestehende, als Stern oder Baum geformte und drei Jahre haltbare Tee vakuumverpackt zusammen mit einem Teefilter. Somit braucht der Empfänger lediglich noch eine Tasse nebst kochendem Wasser, um in den Genuss dieser heißen Botschaft zu kommen. Mit individuellem Werbeteiler auf dem transparenten Beutel versehen, lassen sich auch individuelle Teeformen, etwa in Form eines Logos, ab 5000 Stück realisieren.

45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 81550

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



FILZ FEHLT'S AN NICHTS

Die attraktive Filztaschenserie von Pro Factory bedient sich zünftig bayrischer Stilelemente und überzeugt durch hohe Funktionalität. Die Kombination des eher konservativ anmutenden Materials mit farbigen Webbändern und -borten macht diese Taschen zu einem besonders ungewöhnlichen Blickfang. Der engmaschige Stick macht vielgestaltige Abbildungen in sehr feiner Ausführung möglich, auch nostalgische Serifenschriften. Auch sind das Aufbringen fotorealistischer Digitaldrucke auf das Trendmaterial Lkw-Plane und die nachträgliche Anbringung auf der Filztasche in jedweder Form umsetzbar.

47836 • Pro Factory Werbemittel GmbH & Co. KG • Tel +49 40 83987281

info@pro-factory.de • www.pro-factory.de



GELDREGEN AUS SCHOKOLADE

Eine umfangreiche Auswahl an Schokolatern, wahlweise mit Standardprägung oder individueller Prägung, gibt es im Angebot von Stereo Holland aus Wegberg. Als besondere Gabe zu Weihnachten oder im Rahmen von Jubiläen eignet sich zum Beispiel der große Schokotaler mit 100 Millimetern Durchmesser und einem Gewicht von 58 Gramm, bestehend aus Schokolade und versehen mit individueller Prägung. Neuerdings ist hierfür auch eine individuell gestaltbare Schachtelverpackung verfügbar.

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

MARKIGER PENDLER

Zum 40. Geburtstag des beliebten Klassikers Stabilo Boss Original überrascht Stabilo mit dem originellen Retro-Pendel Stabilo Boss tumbler, das einen faszinierenden Spieltrieb auslöst und damit als Aufmerksamkeitsmagnet zum idealen Werbebotschafter aufsteigt. Der Stabilo Boss Original überzeugt seit 1971 durch seine Leuchtkraft und das unvergleichlich flache Design mit ausreichend Platz für individuelle Werbebotschaften. Kunden beschäftigen sich spielend mit Marke und Werbebotschaft, womit bleibende Eindrücke geschaffen werden.

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



VERFÜHRERISCHE WEIHNACHTSZEIT

CD-LUX präsentiert für das Weihnachtsgeschäft verschiedenste Adventskalender, mit denen sich Weihnachtsgrüße perfekt inszenieren lassen. Mit seiner besonderen Form weckt etwa der mit hochfeiner Schokoladenfüllung bestückte Adventskalender Cube die Neugierde und bietet überdies auf fünf Seiten reichlich Werbefläche. Weiters verfügt CD-LUX über verschiedene Tisch- und Wand-Adventskalender, bestückt mit Lindt-, Sarotti- oder Milka-Schokolade, Bählsen-Gebäck oder Meßmer-Tee. Die Kundschaft kann zudem aus neuen attraktiven Standard-Formen auswählen und sich die ausgewählten Versionen ab 100 Stück individuell nach den eigenen Vorstellungen bedrucken lassen. Auf Wunsch kann sich der Kunde auch von der Konzeption bis zum fertigen Adventskalender, von der Motivauswahl über modernste Drucktechniken bis hin zum professionellen Einzelversand in Full-Service-Manier betreuen lassen.

45452 • CD-LUX Adventskalender GmbH • Tel +49 9971 8571-0
info@cd-lux.de • www.cd-lux.de



WARM UMS HERZ

Für die kleine Teezeit gibt es bei Topico das Teeset Tea & Heart. Bereits beim Anblick des kleinen Ensembles wird Teetrinkern warm ums Herz. Das herzförmige Tee-Ei aus rostfreiem Edelstahl lässt sich leicht befüllen und geht anschließend elegant in der Teetasse oder -kanne auf Tauchstation. Und wenn das Ei nach individueller Einwirkzeit entnommen wird, kann es auf der dekorativen, herzförmigen Keramikschale zum Abtropfen abgelegt werden.

44327 • Topico • Tel +49 421 696547-0
sales@topico.de • www.topico.de

LEUCHTENDES VORBILD

Wenn besonders strahlungskräftige Werbeargumente gesucht werden, kommt die kleine, handliche LED-Taschenlampe Reflects-Saint Jérôme ganz groß heraus. Die schlank gestaltete Taschenlampe wird über die zentrale Feder eingeschaltet. Das hochwertige Design spricht für sich und wertet jedes Logo auf dem Korpus noch einmal zusätzlich auf. Dank LED-Technik kommt die Lampe mit wenig Energie aus und ist perfekt einsetzbar im Haushalt, im Auto oder als kleines Notfallutensil auf der Wanderung.

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



-Anzeige-

ETWAS
GROSSES
KOMMT
AUF SIE ZU:

TRENDS FÜHLEN KÖNNEN!

Setzen Sie mit „The Wall“ Ihr Produkt „greifbar“ in Szene! Mit spektakulären Präsentationsfenstern, Haptik-Stationen, QR-Code-Verlinkung und vielem mehr!

PS1

www.halle13.net/thewall
Telefon: +49 (0) 211 - 90191184



ZUM WOHL VON HAUT UND SEELE

Zu den Herbst-Neuheiten von Sanders Imagetools gehören unter anderem verführerisch duftende Badetab-Kompositionen, wie sie auch auf dem Gebiet der Aromatherapie verwendet werden. Die Fußbadetabs etwa sind in niedlicher Füßchenform gestaltet und verwöhnen die beanspruchten Füße des Anwenders auf angenehmste Art. Prickelnde Handbäder garantieren die verführerisch sprudelnden Badetabs in Händchenform, die die Hände mit wertvollem Mandelöl verwöhnen. Last but not least empfiehlt Sanders Imagetools neben vielen weiteren Wellness-Produkten seine klassischen Badetabs, die in den vier verschiedenen Duft- und Wirkstoffvarianten Orange-Minze, Granatapfel, Honig sowie Vanille zu haben sind.

46551 • Sanders Imagetools GmbH & Co. KG • Tel +49 9401 60798-0
welcome@imagetools.com • www.imagetools.com



SYMPATHIETRÄGER

Zu den Hits im Angebot von Halfar gehören nach wie vor die in der Branche bewährten und in Europa produzierten Lkw-Plantaschen LorryBag sowie das Baukastensystem CorporateBags. In Sachen LorryBags haben die Kunden die Qual der Wahl, stehen ihnen doch nicht weniger als 37 Planenfarben zur Auswahl. Zudem kann aus Extras wie eingenähtem Laptopfach oder Schulterpolster ausgewählt werden. Noch individueller ist das Baukastensystem der CorporateBags mit einer Vielzahl aus frei wählbaren Kombinationen aus Korpus, Materialien und Veredelungstechniken.

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

-Anzeige-



ALLES FEST IM GRIFF

Der Moneyclip wurde entwickelt aus der Notwendigkeit des Gebrauchs. Es gibt keinen Besseren. Der Clip ist aus einem Material das dauerhaft federt und klemmt und den Magnetstreifen bei den Kreditkarten weder beschädigt noch entwertet, klemmfähig bis 10 mm. In verschiedenen Oberflächenausführungen erhältlich, gelasert oder im Tampondruck mit entsprechendem Logo eignet sich die Klammer als dauerhafter Gebrauchswerbeträger. Mit ihrem PDF-, Tiff-, Eps- oder Ai-Format erhalten Sie einen kostenlosen Entwurf. Der genehmigte Entwurf wird kurzfristig mit Musterschutz und Kundenschutz angefertigt.

48219 • Memory-Clip world wide GmbH & Co. KG • Tel+49 7082 414094
info@memory-clip.com • www.memory-clip.com

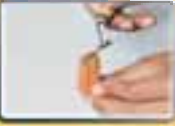




teifoc
GERMANY

www.teifoc.com








Ihre Kunden
werden sich
wie zu Hause
fühlen !!!

STEINE DIE VERBINDEN



NATÜRLICHE BEWEGUNG

Massive Holzmaterialien und der exakt arbeitende Drehmechanismus machen den Drehbleistift Move von e+m Holzprodukte zum Handschmeichler. Der handgearbeitete Korpus des in puristischem Design gehaltenen Schreibers ist wahlweise gefertigt aus massivem Zebranoholz, das durch die lebhaftige Maserung auffällt, oder aus dunklem Nussbaumholz, das für Eleganz steht. Die Drehmechanik steckt in der matt vernickelten Spitze. Move ist mit einer klassischen 1,18-Millimeter-Graphitmine ausgestattet und wird in einer schwarzen, mit Kundenlogo personalisierten Geschenkbox geliefert.

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

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

HÄRTER ALS STAHL

Die Bit-Checks von Wera aus Wuppertal schaffen einen raschen Überblick über die vorhandenen Werkzeuge. Benötigte Bits werden sofort erkannt, bereits benutzte einfach ins Sortiment zurückgesteckt und gehen somit nicht verloren. Die Sortierung nach Abtrieben und Größen ermöglicht einen schnellen Zugriff auf die Bits. Die Bit-Entnahme ist bei Bit-Checks mit dem einhändig zu bedienenden Öffnungsmechanismus äußerst komfortabel: Durch Betätigen des Schiebeschalters öffnet sich der Check automatisch. Die diamantisierten Bits enthalten winzige Diamantpartikel auf der Werkzeugspitze, die sich beim Schrauben förmlich in der Schraube festbeißen, ohne diese zu beschädigen. Dies sorgt für sicheren Sitz und vermeidet ärgerliche Ausrutscher aus der Schraube. Dieser Bit-Check lässt sich bequem in der Hosentasche transportieren.

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

matuschek@wera.de • www.wera.de



FÜR JEDESSSSS WETTER

Zur aktuellen Orderphase steht bei Promodoro Fashion die hochwertige Softshell-Jacke für Sie und Ihn im Mittelpunkt. Ihre funktionale Oberschicht macht das in vielen Größen erhältliche Kleidungsstück winddicht, wasserfest und atmungsaktiv. Es kann außerdem attraktiv veredelt werden. Die mit Fleece gebondete Innenseite sorgt für ein angenehmes Tragegefühl und wärmt atmungsaktiv. Und dank sportlichem Schnitt und bi-elastischem Softshell macht das Jacket nicht nur in der Freizeit, sondern auch im Bereich Promotionwear und Corporate Fashion eine gute Figur. Die Jacke überzeugt neben durchgehendem, wasserdichtem Reißverschluss und reflektierendem Zipper mit Kinnschutz zudem mit regulierbarer Kapuze mit elastischem Tunnelzug. Zwei große Einschubtaschen mit wasserdichtem Reißverschluss wärmen die Hände des Trägers oder halten Handy und Geldbörse trocken. Der Rückenbereich ist extra verlängert, damit auch bei intensiven körperlichen Bewegungen Rücken und Taille immer geschützt sind. Das Hoody Softshell-Jacket ist auch im Partner-Look erhältlich, entweder in Schwarz oder in Light Grey.

45471 • Promodoro Fashion GmbH • Tel +49 211 9090015

info@promodoro.de • www.promodoro.de





DESSOUS FÜR LECKEREIEN

Was bisher nur als schmückende Verpackung edler Pralinen wahrgenommen wurde, findet jetzt auch Einzug in den Food-Bereich. Bei Mank Tissue + Paper Products umhüllen die zarten „Dessous für Leckereien“, so Geschäftsführer Lothar Hümmerich, nun auch Sushi, Fingerfood & Co. Bis zum TK-Produkt reicht die breite Anwendungspalette der feinen Kapseln. Sie umhüllen alles, was appetitlich und sauber zum Probieren angeboten werden kann. Ovale Formen oder Sondergrößen nach Kundenvorgabe sorgen ebenso für eine perfekte Präsentation wie individuelle Farbstellungen oder Eindrücke. Die zarte Verpackung besteht wahlweise aus Pergamyn oder Pergamentersatz und ist in Standardgrößen, -formen und -farben für spezielle Anforderungen verfügbar. Die randscharf bedruckten und nach Kundenwunsch gestalteten Papierkapseln tragen wesentlich zur Steigerung des Wiedererkennungswertes bei.

43707 • Mank GmbH – Tissue + Paper Products • Tel +49 2689 9415-0
info@mank.de • www.mank.de

-Anzeige-

nebulös?

Wir helfen

individuell, preisgünstig, schnell
Lederfabrik Garnier

Kofferanhänger
 und Tickettaschen

Lederfabrik Garnier GmbH
 Otto-Hahn-Straße 16
 D-61381 Friedrichsdorf
 Tel.: +49 (0) 61 75 / 79 82 710
 Fax: +49 (0) 61 75 / 79 82 719
 info@lederfabrik-garnier.de
 http://www.lederfabrik-garnier.de



MUSIK AUS DER DESIGNERDOSE

Stimmungsvolle Klänge, Lounge-Musik für die After-Work-Party, romantische Klänge zur Begleitung des perfekten Dinners oder eingängige Melodien zum Wohlfühlen: Die Brisa-Musik-CD in der Designerdose ist ein aussagekräftiges Präsent mit besonderem Flair. Zu fast jedem Thema findet sich bei Brisa eine große Auswahl an Musiktiteln, schließlich gibt es unzählige Möglichkeiten, stimmungsvolle Botschaften modern und trendy in Szene zu setzen. Wer also auf der Suche nach einem nachhaltigen Werbeträger für alle Anlässe ist, bekommt mit der Brisa-Musik-CD in besonders ansprechender und hochwertiger Designverpackung das richtige Werbemittel an die Hand.

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

AUF DER SICHEREN SEITE

Ein neuer Star unter den Produkten von Bühring sind Geldbörsen, die mit dem hochwertigen Abschirmmaterial Cryptalloy versehen sind, wodurch Angriffe per Funk auf persönliche Daten effektiv verhindert werden. Die Spezialfolie wird an mehreren Stellen in das Produkt eingebaut, sodass die elektronischen Ausweise, Papiere und Karten in den entsprechenden Fächern geschützt sind vor RFID-Angriffen. Das gewählte Produkt, wie etwa die Kombibörse 3 in 1 Exclusive-E oder auch eine Sonderanfertigung, kann diesbezüglich geprüft und mit Zertifikat geliefert werden. Zur Individualisierung der Geldbörse empfiehlt Bühring eine Blindprägung. Der Clou bei der Kombibörse 3 in 1 Exclusive-E ist die mit Druckknopf befestigte, herausnehmbare Mini-Börse mit Hartgeld- und Scheinfach sowie zwei Kartenfächern und separat nutzbarem dreiteiligen Ausweis- und Kartenetui.

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



-Anzeige-

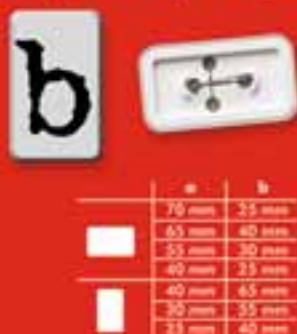
ETWAS GROSSES KOMMT AUF SIE ZU:

EINE WELT, DIE UNS FOLGT!

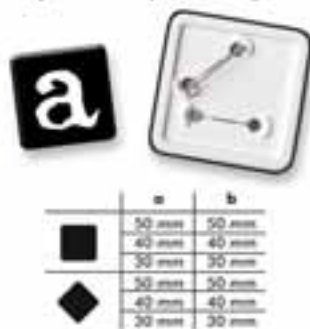
Wir vernetzen die Werbeartikel-Welt über Twitter, Facebook, YouTube, Blogs und weitere Plattformen. Folgen Sie uns und werden Sie Teil der Community!



rectangular shape badges



square shaped badges



Sticky cleaner

octangular shape badges



oval shaped badges



Available size:
Round 33mm

Square 27x27mm



heart-shaped badges



round shaped badges



triangular shape badges



round & shape badge machine



Customer design



namebadges



badge4u

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

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

REMOVE

WIPE
THE SCREEN

STICK BACK





SPORTLICHE LEISTUNG

Die HNC AG in Weiden, Spezialistin in Sachen LED-Lichttechnik, hat mit ihren aus hochwertigem Flugzeugaluminium hergestellten Photonen-Walking-Sticks mit im Griff integrierter, extrem heller LED-Photonenlampe eine exklusive Weltneuheit im Programm. Gerade im Frühjahr und im Herbst, wo es schon sehr bald dunkel wird, leuchten die stufenlos verstellbaren LEDs den Weg taghell aus. Durch die spezielle Positionierung in den Griffen bleibt das Licht trotz Bewegungen immer auf den Weg gerichtet, eine auch in puncto Sicherheit bei Dämmerung und Dunkelheit unentbehrliche Eigenschaft. Die zudem über einen Kompass verfügenden Walking-Stöcke sind stufenlos von 80 bis 135 Zentimeter verstellbar, eingebaute Stoßdämpfer sorgen für eine ermüdungs- und erschütterungsfreie Bewegung der Arme. Im Lieferumfang enthalten ist außerdem noch ein Paar Rosetten, womit die paarweise in einer praktischen Nylontasche verpackten Stöcke sogar im Winter bei Schnee als Langlaufskistöcke genutzt werden können.

43891 • HNC Import-Export & Vertriebs AG • Tel +49 961 3816-0
info@hnc-ag.de • www.hnc.ag

BEWEGTER WEG ZUM KUNDEN

Wie vielseitig innovative Medienformate die Kommunikation beflügeln, zeigen aktuell viele Print-Specials mit integriertem Mini-TV. Die Medienprofis von micx media haben diesen Trend erkannt und bestücken innerhalb dieser Produktränge die unterschiedlichsten Printformate mit Audiochips, besprechbaren Modulen und Leuchtfolien. Als neues Medium für audiovisuelle Werbebotschaften sprechen diese Business-Video-Specials ihre Empfänger persönlicher und direkter denn je an. Die Übermittlung besonderer Wertigkeit und der Anspruch auf außergewöhnliche Marketingwege hinterlassen einen hohen Erinnerungswert. Ausführliche Informationen dazu gibt es auch unter der micx-Hotline +49 5205 99100 oder auf der Website des Unternehmens.

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



NEUE DIMENSION IN GLAS

Präzision und Innovation bei der Gestaltung von Glasinnengravuren stehen bei In-Crystal schon seit rund vier Jahren im Mittelpunkt. Dabei wird mit Präzision bis ins kleinste Detail die Idee des Kunden in ein dreidimensionales Modell umgesetzt und schließlich mit modernster Lasertechnologie ins Glas eingebracht. „Wir sehen unsere Aufgabe darin, den Kunden aufzuzeigen, was mit der Glasgravur alles möglich ist“, erläutert die Geschäftsführerin Sandra Vavelidis. Von der Präsentation des neuesten Produktes als dreidimensionale Darstellung im Glas bis zum echten 3D-Foto des Mitarbeiters mit Namen und Firmenlogo ist praktisch jeder Wunsch realisierbar. Vom Pokal über Glaswürfel und -platten bis hin zum Schlüsselanhänger reicht die Vielfalt des Angebotes an Glasformen.

48038 • In-Crystal, Sandra Vavelidis • Tel +49 7044 377412
info@in-crystal.com • www.in-crystal.com



TAG-UND-NACHT-GLEICHE

Die bei Lehoff erhältlichen Daylite-Taschenlampen mit der patentierten TrueBeam-Optik, die LED-Technologie mit Präzisionsfokussierlinsen kombinieren, liefern ein ultrahelles, gleichmäßiges, weißes Licht ohne dunkle Punkte. Durch das hochfeste Aluminium-Gehäuse sind diese Lampen stabil, leicht und spritzwassergeschützt. Das Modell Daylite Tough etwa sorgt für ein Licht, das zehnmal heller ist als bei Taschenlampen mit Standard-LEDs in der Größe von fünf Millimetern. Zudem ist Daylight Tough mit rutschfesten Gummigriffen ausgestattet. Alle Modelle verfügen über einen Tactical Switch. Im Lieferumfang enthalten sind vier AA-Mignon-Batterien der Marke Duracell.

41259 • Lehoff Im- und Export GmbH • Tel +49 40 529607-0
info@lehoff.de • www.lehoff.de



TOASTBROT FÜR ALLE

Den familienfreundlichen Vier-Scheiben-Toaster Klarstein 1650W von Ceotra gibt es in Silber, Rot und Schwarz. Das Röstgerät verfügt über eine Auftau-, eine Bagel- sowie über eine Aufwärmfunktion und ist in attraktivem Design mit gelungenen Retro-Anleihen gestaltet. Der Klarstein TK-BT-211-B ist ein emsig toastender Zeremonienmeister, der den Röstbrotbedarf verwandt- oder freundschaftlich verbundener Großgruppen spielerisch leicht sicherstellt.

47689 • Ceotra Vertriebs- und Handels GmbH • Tel +49 30 36424914
thomas.faisst@ceotra.de • www.ceotra.de

TROIKA®

VIELFLIEGER-BONUS

Vom Flieger ins Office - MINI TROLLEY.
Flugzeugtrolley mit beweglichen Rädern.

Darf ich Ihnen noch etwas anbieten? TROIKA nimmt die Service-Qualität vom Flugzeug mit ins Office. Und präsentiert MINI TROLLEY, den detailgetreuen Flugzeugtrolley. Aus Metall, mit beweglichen Rädern. Bringt alle Büroaccessoires dahin, wo man sie benötigt. Und sieht echt kultig aus! MINI TROLLEY symbolisiert das global vernetzte Business und ist eine praktische Hilfe für jeden Tag. Denn: Dienst-Leistung ist eben auch Leistung! In diesem Sinne bringt MINI TROLLEY Ihren Erfolg ins Rollen.

MINI TROLLEY
PHO01/WH + PHO02/BK
Stifteköcher im Design eines
Flugzeugtrolleys



PHO02/BK



PHO01/WH



Weitere Informationen finden Sie hier
www.troika.org/minitrolley



WIDER DEN TECHNIK-HYPE

Die Stärke von John's Phone, einem als Premium-Geschenk einsetzbaren Kult-Handy im Vertrieb von EckArt design werbemittel, liegt in seiner auf Einfachheit beschränkten Machart. Die völlige Abwesenheit von allem, was ein modernes Handy oder Smartphone ausmacht, wird zu seiner Stärke: Die Idee, die Kontaktliste als kleinen Notizblock inklusive Stift im Gehäuse unterzubringen, zeigt allen weltweit vernetzten Kontakt-Junkies mit einem überheblich-müden Lächeln, dass es auch anders geht. John's Phone sollte weder als Kinder- noch als Seniorenhandy missverstanden werden, sondern als augenzwinkernde Persiflage auf den aktuellen Smartphone-Wahn.

11281 • EckArt design werbemittel GmbH • Tel +49 8024 3076-44
info@eckart-design.de • www.eckart-design.de

-Anzeige-

ETWAS
GROSSES
KOMMT
AUF SIE ZU:

SO RICHTIG WICHTIG BEHANDELT WERDEN!

Zum Jubiläum schenken wir jedem Aussteller fünf VIP-Tickets für Top-Kunden aus dem PSI Netzwerk. Freier Eintritt, keine Warteschlangen, Zutritt zur VIP Lounge inkl. Catering, Ticket für die PSI Night!

PSI

www.halle13.net/vip
Telefon: +49 (0) 211 - 90191 210



GEWACHSENE PARTNERSCHAFT

Zwei kleine Terrakotta-Töpfchen nebst zwei Untersetzern, Erdtabletten und Pflanzensamen liefert Multiflower in einer kompakten, werbewirksamen Tragebox. Die Samensorten, darunter Basilikum und Tomate, sind auch wählbar nach Jahreszeit und Aktionsthema. Für den Werbeaufdruck kann der Platz im Standardmotiv auf der Banderole genutzt werden. Eine eigene Gestaltung ist ab 250 Stück möglich.

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



GRIFFIGER TRINKBECHER

Im modischen US-Style erscheint der neue Thermobecher Mobilo von Plastolan. Hergestellt aus doppelwandigem Kunststoff, hält der ideal für die Nutzung unterwegs geeignete, 350 Milliliter Inhalt fassende Coffee to go-Becher Kaffee warm und Erfrischungsgetränke kühl. BPA-frei, spülmaschinenfest und mikrowellengeeignet, überzeugt der in Weiß erhältliche Becher zudem über eine griffige, haptisch angenehme Gummimanschette, die in Rot, Blau, Schwarz und Beige zu bekommen ist.

45727 • Plastolan GmbH • Tel +49 2941 988-0
 mail@plastolan.de • www.plastolan.de



PRAKTISCHER DATENSPEICHER

Eine gelungene Mischung aus Funktionalität und modernem Erscheinungsbild kombiniert Goodram Flex von Wilk Elektronik aus Polen. Extrem kompakt gehalten, ist dennoch genug Werbefläche zur Bedruckung mit einem Logo oder einem Werbeslogan des Kunden auf dem Datenspeicher vorhanden. Das Design verzichtet auf eine Verschlusskappe des USB-Sticks, der mittels Schieber nach Gebrauch einfach wieder im Gehäuse versenkt werden kann. Zur Individualisierung empfiehlt der Hersteller eine Lasergravur.

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

Werbung der Extraklasse – mit neuen Bookcover Trends



Effektkarton fleece, weiß

Bookcover Kombi-Set VII b fleece
 mit 4c Druck auf weißem Effektkarton
 (Haftnotizen nachfüllbar)

Neuer Webshop
www.notes.sh



Echtes Bookcover

Bookcover-Aufstellkalender
 mit 12 Blatt Kalendarium
 (Haftnotizen nachfüllbar)

NOTES GmbH & Co KG
 Phone +49 (0) 4106-76580
 Fax +49 (0) 4106-765858
 info@notes-international.com
www.notes.sh





Wochenende, schönes Wetter, nette Leute: Das machte Laune.



TROIKA GERMANY GMBH: 25-10-50-EVENT

RAUSCHENDES FEST MIT FAMILIE, PARTNERN UND FREUNDEN

Am 9. und 10. Juli hatte Troika einen dreifachen Grund zum Feiern: 25 Jahre Firmenjubiläum, 10 Jahre Headquarter und der 50. Geburtstag von Liudger Böll waren Anlass zu einem großen, rundum gelungenen Event am Firmensitz in Müschenbach.



Rund 220 Gäste genossen das Fest, das im Hof und Foyer des Firmengebäudes stattfand.

Bereits am Nachmittag trafen die Gäste ein: Familie, Kunden, Nachbarn aus der Region sowie Geschäftspartner feierten gemeinsam ein Fest, bei dem – bis hin zum angenehmen Sommerwetter – einfach alles stimmte. „Wir feiern heute, dass wir so viel Glück hatten: Ich hatte das Glück, 50 Jahre alt zu werden bei guter Gesundheit und mit einer wunderbaren Familie. Und auch die 25 Jahre Troika waren insgesamt glückliche Jahre, mit einer tollen Crew und treuen Kunden, die auch in schwierigen Zeiten zu uns gehalten haben. Und nicht zuletzt die 10 Jahre in diesem schönen Gebäude mitten in der Natur – dies sind Gründe genug, heute mit Ihnen allen ein großes Fest zu feiern“, sagte Gastgeber Liudger Böll, der zusammen mit seinem Partner Dr. Frank Oehmke die Gäste begrüßte. Mit witzigen Anekdoten aus der 25-jährigen Firmengeschichte brachte er gleich zu Anfang die Gäste zum Lachen.

ABWECHSLUNGSREICHES FEST

Schauplatz des Ereignisses war das nach den Gesetzen des Feng Shui erbaute Fir-

mengebäude, das mit parkähnlicher Außenanlage und toller Aussicht seinesgleichen sucht. Obwohl riesig, wirkt der lichtdurchflutete Komplex durch viele Glaswände offen und leicht. Nach dem offiziellen Teil hatten die rund 220 geladenen Gäste Gelegenheit, sich in dem eindrucksvollen Bau, auf dem Gelände und im Lager umzuschauen und sich bei Spiel und Spaß die Zeit zu vertreiben. Da lieferten sich Alt und Jung an der Carrerabahn heiße Rennen oder steuerten Segways durch einen Parcours. Im „Museum“ konnte man sich, alleine oder unterstützt durch seine Kundenberater, über das Leistungsspektrum von Troika informieren, Produkte anschauen oder sich bei Filmen über verschiedenste Ereignisse der Firmengeschichte amüsieren. Bei all diesen Beschäftigungen lernten sich die Gäste untereinander und auch Troika besser kennen und so manches Gespräch entspann sich auch außerhalb der gewohnten Bekanntenkreise. So verging die Zeit bis zum Dinner wie im Fluge. Nach einem hervorragenden Essen wurde bei

sehr angenehmer, stimmungsvoller Live-Musik in den eigentlichen Geburtstag hineingefeiert. Der Event klang am Folgetag mit einem gemeinsamen Brunch aus.



Beim Fest bot Troika auch die Gelegenheit, sich im Gebäude umzusehen. Hier erklärt Gastgeber Böll einem Kunden, worauf es bei einem Produkt ankommt.



Unterhaltung für alle: Segway-Rallye und Carrerabahn-Rennen.



Anspruchsvolle Live-Musik von fetzig bis stimmungsvoll umrahmte den Abend. Im Hintergrund erkennt man die spektakuläre Aussicht, die der Troika-Firmensitz bietet.

UNTERNEHMEN MIT STIL UND KOMPETENZ

1992 kaufte Liudger Böll das 1972 von Peter Osborne in London gegründete Unternehmen, das hochwertige Geschenkartikel aus Metall herstellte, und brachte es nach Deutschland. Nach zehn Jahren rasanter Entwicklung war 2003 eine Neuausrichtung unumgänglich. Er nahm seinen heutigen Partner und Freund Dr. Frank Oehmke mit ins Boot und ergriff die Chance, den Neuanfang für eine Verschlankung und Neupositionierung zu nutzen. Durch die Besinnung auf die Kernkompetenzen Produktentwicklung und Innovation ist es gelungen, Troika als international anerkannte Marke für einzigartige und originelle Werbe- und Geschenkartikel zu positionieren. Renommierter Designpreise, darunter IF, red dot oder Good Design Award, zeigen, dass die eingeschlagene Richtung stimmt. Heute vertreibt Troika weltweit erfolgreich Geschenke für den Mann und Nützliches für Reise und Schreibtisch. Einzelhandel und Werbeartikelhandel stärken sich gegenseitig beim Aufbau der Marke. Heute ist Troika auch anerkannter Spezialist für innovative und hochwertige Schlüsselanhänger. <

LIUDGER BÖLL IM GESPRÄCH

Herr Böll, in ein paar Stunden stoßen wir alle mit Ihnen auf den 50. an. Welche Gedanken haben Sie so in diesen Tagen?

Man überlegt immer öfter, was wirklich wichtig ist. Das sind ganz klar meine Frau und die vier Kinder, denen es allen gut geht. Mir wird bewusst, dass man Prioritäten setzen und delegieren muss. Heute kann ich mich auch mal zurücklehnen. Doch das ist nicht ganz einfach.



Heute feiern wir ja auch das Jubiläum von Troika ...

Ja, auch was die Firma betrifft, ist es wichtig, genau zu wissen, wo man hinwill. Das Ziel ist ganz klar: Die Marke weiter auszubauen und den Bekanntheitsgrad zu stärken, auch im Ausland. Deshalb muss man die Märkte kennen, eine Nische finden und sich genau positionieren. Das tun wir bereits und es funktioniert ausgezeichnet. Was ich auch noch gelernt habe: wie wichtig ein gutes Team ist. Es gibt kein wertvolleres Kapital als langjährige Mitarbeiter, denn sie stehen für Vertrauen und Kundenbindung.

Wie sieht es zurzeit im Werbeartikelmarkt aus?

Wir haben in Deutschland klar zugelegt, und auch in den europäischen Kernmärkten läuft das Geschäft sehr gut. Unsere Produkte punkten durch Design und Qualität und auch die Preisklasse wird akzeptiert. Ich bin sehr zufrieden.

aimfap



Encuentros Profesionales AIMFAP Road Shows 2011 SÓLO PARA PROFESIONALES

Notable éxito de participación en los Road Shows de AIMFAP celebrados en marzo de 2011 en España y Portugal.

PRÓXIMA CONVOCATORIA MADRID SEPTIEMBRE 2011

AIMFAP CONVOCA EL PRÓXIMO ROAD SHOW
LOS DÍAS 6 Y 7 DE SEPTIEMBRE EN MADRID
DENTRO DE LA FERIA

EXPORECLAMXMAS - PABELLÓN 14.1 FERIA DE MADRID



¡¡VISÍTANOS!!

Aimfap ha celebrado tres road shows durante el mes de marzo de 2011:

- En Lisboa, Barcelona y Valencia.
- Con una media de 45 asociados expositores en cada edición.
- Se han recibido en total más de 200 visitas de clientes reclamistas.

Ya hemos celebrado road shows en Barcelona, Valencia, Sevilla, Vitoria, Vigo y Lisboa y queremos llegar donde tú estés!!

Nuevas convocatorias después de verano, no dejes pasar esta oportunidad, apuntate y visítanos de forma gratuita y en tu propia ciudad!!!

SI QUIERES EXPONER HAZTE SOCIO Y CONTACTA CON AIMFAP, TE SORPRENDERÁN LOS BENEFICIOS QUE REPORTA SER MIEMBRO: ENVÍAMOS TU PUBLICIDAD A LA BASE DE DATOS DERECLAMISTAS DE AIMFAP (4600 RECLAMISTAS), SERVICIO DE CENTRAL DE PEDIDOS Y PRESUPUESTOS, PUBLICIDAD DE TU EMPRESA EN MEDIOS SECTORIALES, HERRAMIENTAS DE MARKETING A BAJO COSTE, BOLETÍN SELECCIÓN AIMFAP EN VERSIÓN IMPRESA, CATÁLOGOS VIRTUALES, ROAD SHOWS Y PABELLONES EN FERIAS SECTORIALES, SERVICIO DE CONTROL DE LA MOROSIDAD ETC...

LAS 100 EMPRESAS MÁS PRESTIGIOSAS DE ESTE SECTOR YA FORMAN PARTE DE AIMFAP, SOLO FALTAS TÚ!!

PARA MÁS INFORMACIÓN CONTACTAR CON NUESTRA GESTORA
Beatriz Sanz en el 913013400, o a través de: aimfap@aimfap.com
consulta nuestra web: www.aimfap.com



ARBOLEDA, 14 - LOCAL 41 • 28031 MADRID
TELF./FAX: 91 301 34 00 • www.aimfap.com • aimfap@aimfap.com

ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES, MAYORISTAS Y FABRICANTES DE ARTÍCULOS PROMOCIONALES



In der Kunststofffertigung: Geschäftsführer Xavier Canton ist mit der Qualität der Einzelteile offensichtlich einverstanden.



Der Produktionsstandort von burger pen in St. Antoni.

BURGER SWISS PEN

„WELCOME TO QUALITY“

St. Antoni im Schweizer Kanton Fribourg ist Heimat und Produktionsstätte von burger swiss pen, einer Schreibgerätemarke des traditionsreichen Unternehmens burger pen AG. Die noch junge Marke verbindet in den Produkten ihrer Kollektion innovatives Design und höchste Schweizer Qualität.

Unweit der Kantonshauptstadt Fribourg an der Grenze zur französischsprachigen Schweiz liegt St. Antoni, eingebettet in eine idyllische, von der Landwirtschaft geprägten Gegend. Eigentlich würde man hier alles andere vermuten als den Fertigungsstandort eines Schreibgeräteherstellers. Doch die burger pen AG, sozusagen die „Mutter“ der jungen Schreibgerätemarke burger swiss pen, hat sich bestens

hier eingepasst. Seit 2001 befindet sich ihr Hauptsitz an diesem Ort, wo rund 80 Mitarbeiter an der Entwicklung und Produktion von innovativen, qualitätsbewussten Schreibern arbeiten.

KNOW-HOW, TECHNIK UND ZUVERLÄSSIGKEIT

Tradition ist eine der Stärken der burger pen AG, eines Glieds der Burger Gruppe CH. Bereits seit 1949 stellt das Unterneh-

men Schreibgeräte aus Kunststoff her. Seitdem wurden bis heute etwa 2,7 Milliarden Schreibgeräte produziert und verkauft. Derzeit beläuft sich das Produktionsvolumen auf rund 50 Millionen pro Jahr. Die Schreibgerätemarke burger swiss pen wurde eigens für die Werbeartikelbranche entwickelt und konzipiert. Seit vier Jahren auf dem Markt vereint burger swiss pen Schweizer Know-how, Tech-

Das erfolgreiche Modell Beo gibt es in zahlreichen Varianten.



Das neueste Modell Delta hat das Potenzial zum begehrten Designobjekt.



nik und Zuverlässigkeit. Dies spiegelt sich in einer neuartigen und hochwertigen Produktpalette wider.

GARANTIERT „SWISS MADE“

Jedes „echte“ Schweizer Produkt wird nur aus echten Schweizer Rohstoffen hergestellt. „So ist es auch bei unseren Schreibgeräten“, so burger-pen-Geschäftsführer Xavier Canton. Und dies hat man sich eigens zertifizieren lassen. Burger pen und somit auch die Marke burger swiss pen ist Mitglied bei „Swiss Label“, der Gesellschaft zur Promotion von Schweizer Produkten und Dienstleistungen, deren geschütztes Zeichen mit der Armbrust für die Echtheit des „Swiss Made“ bürgt. „Dieses traditionelle Symbol steht für Werte, welche unser Land seit Jahrhunderten repräsentiert, nämlich Präzision, Zuverlässigkeit, Flexibilität, Anpassungsfähigkeit, Innovation und Dienstbereitschaft. Diese Werte zählen im Hause burger pen mehr denn je“, bekräftigt Canton und führt weiter aus: „Die Voraussetzungen für die Verwendung dieses Schweizer Ursprungszeichens sind Produkte und eben Rohstoffe, die hier erzeugt werden. Auch die Schweizer Tochterfirmen

der Burger Gruppe CH sind mehrfach zertifiziert und gewährleisten in der Rohstoffherstellung sowie im Bereich Fertigung höchste Zuverlässigkeit.“ Die präzisen, hochqualitativen Modelle werden alle ausschließlich mit schadstofffreiem Schweizer Kunststoffmaterial gefertigt, welches den aktuellen Schadstoffrichtlinien der EU entspricht. „Dabei ist die burger pen AG der einzige Schreibgeräteproduzent in der Schweiz mit eigener Kunststofffertigung“, stellt Geschäftsleiter Harald Waeber eine weitere Stärke des Herstellers heraus.

DESIGN: LIEBE ZUM DETAIL

Die echt Schweizer Herkunft ist indes nur ein Teil dieser durch und durch authentischen Marke. Was die Modelle von burger swiss pen so unverwechselbar macht, ist das Zusammenspiel von Qualität, Innovation und Design, für das das Unternehmen schon zahlreiche international renommierte Designpreise erhielt. Federführend in Sachen Gestaltung ist die Ideenschmiede der Designagentur „knauf x knauf“, mit der burger pen schon seit rund 30 Jahren eng zusammenarbeitet. „Das Design von Schreibgeräten erfordert viel Liebe zum

Detail. Oft entscheiden wenige Millimeter, ob eine Form ausgewogen und harmonisch oder unproportioniert wirkt. Diese starken Charaktere braucht es, um nicht im Meer der Beliebigkeit unterzugehen“, weist Volker Knauf von knauf x knauf auf die sensible Nuancierung hin, die bei der Gestaltung erfolgreicher Schreibgeräte eine entscheidende Rolle spielen.



Das geschützte Zeichen von Swiss Label bürgt für die Echtheit der Schweizer Herkunft.



Die burger-swiss-pen-Modelle sind ständigen strengen Kontrollen unterworfen.



Eine starke Crew (v. l.): Xavier Canton, Michael Koch, Volker Knauf und Harald Waeber.



Hochwertige Werkzeuge garantieren eine entsprechende Qualität für anspruchsvolle Schreibkultur.



Hier werden die Schreibgeräte auf ihre Schreibeigenschaften hin getestet.

HOCHWERTIGE SCHREIBKULTUR

Mit der design- und qualitätsorientierten Philosophie, welche die Entwicklung von der Idee bis zum letzten Detail und die Produktion im eigenen Werk umschließt, legt burger pen den Schwerpunkt ganz bewusst auf hochwertige Schreibkultur. „Wir setzen die Ansprüche an unsere Produkte auch deshalb so hoch, weil wir den Kugelschreiber eben nicht als Streuartikel, sondern als nachhaltiges Kommunikationsinstrument sehen, auf dem der Kunde mit seinem Namen guten Gewissens werben kann“, unterstreicht Sales Manager Michael Koch die Bedeutung eines wahren Qualitätslabels wie burger swiss pen. Besonders dicke Wandungen geben den Schreibgeräten dieser Marke ein hohes Eigengewicht, was zusammen mit einer hochwertigen Großraummine (blau oder schwarz schreibend) mit Edelstahlspitze und einer TCM-Kugel höchsten und langlebigen Schreibkomfort (bis zu 6000 Meter) garantiert.

ZUGPFERD „BEO“

Die Schreibgeräte aus dem Hause burger pen AG sind in vielfältigen Varianten erhältlich. Ob in Vollfarbe matt, transparent frozen oder poliert, mit Metall- oder Kunststoffspitze, alle tragen den Namen „Swiss made“ zu Recht und mit Stolz. Als „Zugpferd“ der Marke burger swiss pen hat sich das formschöne Modell Beo herauskristallisiert, das in zehn Varianten erhältlich ist und schon ab 500 Stück mit individueller Farbauswahl geliefert wird. „Mit fünf Millionen verkauften Exemplaren im Jahr 2010 und der enormen Wiederbestellungsquote von 83 Prozent liefert es dem Handel beste Argumente für die Vermarktung. Und der Zenit von Beo ist noch längst nicht erreicht“, prognostiziert Xavier Canton weitere Erfolge. Mit den ersten vier Jahren seit Einführung der burger-swiss-pen-Kollektion ist der Geschäftsführer „sehr zufrieden“. Und er kann zuversichtlich nach vorn blicken: „Wir haben vom sogenannten

wirtschaftlichen ‚Crash‘ Gott sei Dank nichts gespürt und konnten auch in der Krisenzeit weiter wachsen. Mittlerweile haben wir sogar eine Zuwachrate von 50 Prozent.“

OBERKLASSENMODELL „DELTA“

Neuestes hoffnungsvolles Mitglied in der burger-swiss-pen-Familie ist das Modell Delta, das burger pen nach zweijähriger Entwicklungszeit erstmals auf der PSI Messe 2011 vorgestellt hat. Als Schreibobjekt der „Oberklasse“ hat Delta durch seine klare und ausgewogene Erscheinung durchaus das Potenzial zum begehrten Designobjekt. Drücker und Spitze sind aus massivem Metall gedreht. „Das mattchrome Finish harmonisiert mit den seidenmatten Oberflächen. Der hochglanzpolierte Clip ist extrabreit und stabil: Eine XXL-Fläche für Werbezwecke“, umschreibt Canton die Merkmale seines „Neuen“, der wie alle weiteren Exemplare von burger swiss pen das Motto der Marke anschaulich unterstreicht: „Welcome to Quality“. www.burgerswisspen.com <



Mit der Seminar-Allianz zum nachhaltigen Messeerfolg

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

Seminarangebot 2011:

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

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



10 JAHRE MICX-MEDIENPOWER

ERFOLG BRAUCHT KONZEPTE

Die micx – media in concept – gmbh & co. kg zählt zu den großen unabhängigen Konzept- und Produktionsagenturen für Music und Media Special Products. In nur 10 Jahren hat sich das Unternehmen im deutschsprachigen Raum zu einem der Marktführer digitaler Werbeträger für Marketing, Promotion und Verkaufsförderung entwickelt.

Mit Entertainment, Edutainment und Infotainment sorgen seit nunmehr 10 erfolgreichen Jahren die kreativen Medienprofis der micx für beste Unterhaltung. Stimmungsvolle und werbewirksame Sympathieträger für Werbung und Pro-

motion, das ist die Leidenschaft der Bielefelder, wobei man besonders auf die bunte Medienvielfalt in und auf allen Formaten setzt. Das Produktspektrum reicht von den bewährten CD- und DVD-Silberscheiben, über USB-Audio- und Music-Sticks, MP3-

Playern, MEDIAcards bis hin zu den jüngst erfolgreich gestarteten MEDIAsets. Doch längst finden sich die attraktiven Konzepte der Bielefelder mit Musik-, Hörbuch-, Film-, Game- oder Softwarelizenzen auch in werbeaktiven App- und Download-Aktionen wieder.

PERFEKTE BRANCHENKENNTNISSE

Es war nicht gerade wirtschaftliche Blütezeit, als am 1. September 2001 Ingo Kaemper und Klaus Gänsel, in einem kleinen angemieteten Büro an einem Schreibtisch sich gegenüber sitzend, die selbst gestellte Aufgabe angingen, das Spielfeld der gegenständlichen Werbung zu beackern. Nur 10 Tage später wurde die Welt und damit auch die Weltwirtschaft durch die Anschläge vom 11. September in New York dramatisch erschüttert. Die Folgen hatten die Welt verändert, ebenso die Weltkonjunktur. Dennoch gelang es den micx-Gründern, durch ihr Wissen um die richtige Konzeption und Gestaltung von werbewirksamen Sympathieträgern mit Medieninhalten bereits frühzeitig einen erfolgreichen



Werbeerfolg mit medienwirksamen Produkten und Konzepten: Die micx-Firmengründer Ingo Kaemper und Klaus Gänsel (v.l.).

Kurs einzuschlagen. Hilfreich waren dabei besonders auch perfekt justierte Branchenkenntnisse, denn schließlich schnupperten die beiden Herren viele Jahre zuvor die Luft der großen weiten Gütersloher Medienwelt.

„HAPTISCHE MEDIENSPEZIALITÄTEN“

Bereits nach vier Jahren konnte das auf zwischenzeitlich 14 Mitarbeiter herangewachsene Team das neu erworbene Gewerbeigentum beziehen. In attraktiven und großzügigen Räumlichkeiten werden heute auf einem 4000 Quadratmeter großen Betriebsgelände neue Zukunftsthemen für „haptische Medienspezialitäten“ auf dem Werbemittelsektor entwickelt und erfolgreich vermarktet. Partnerschaft und das gemeinsame Erreichen von Zielen werden bei micx-media großgeschrieben, denn Vertrauen ist aus Sicht der Bielefelder das wichtigste Fundament. Zahlreiche Werbemittelspezialisten aus dem Agenturen- und Handelsbereich bauen auf die leistungsstarken Servicequalitäten der Bielefelder und deren 10-jährige Erfahrung. Nach dem Motto „Alles aus einer Hand mit effizienter Kompetenz“ entstehen bei micx beachtliche wie erfolgreiche Projekte. Da ist es kein Wunder, wenn das Who's who der

Branchen- und Markenspezialisten die Referenzliste des Unternehmens zielt.

GEFEIERT WIR ERST NÄCHSTES JAHR

Gefeiert wird allerdings erst im kommenden 11. Jahr, denn dies wurde bereits vor neun Jahren auf der „Einjahresfeier“ beschlossen, die heute noch so manchem treuen Lieferanten- und Handelspartner in bester Erinnerung sein dürfte. Hier schwingt indes kein Aberglaube mit, denn schon damals waren Klaus Gänsel und Ingo Kaemper sich einig, „anders als andere“ aufgestellt sein zu wollen, nur eben nicht gewöhnlich. Dass das gesamte Team nichtsdestotrotz noch in diesem Jahr die Sektkorken knallen lassen wird, davon ist allerdings auszugehen: Schon jetzt ist klar, dass das 10. Jahr den Bielefeldern ein sattes zweistelliges Umsatzplus bescheren wird. (Und im Auftragseingang werden weitere überdurchschnittliche Pluszahlen im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet.)

AUSBILDUNG DES EIGENEN NACHWUCHSES

Die Zukunft heißt Ausbau des Teams, denn im Produktprogramm der micx haben sich einige neue und neu entwickelte „Wachstumstreiber“ eingestellt, die bestens betreut werden wollen. Zwar zufällig, aber

passend haben mit dem 10. Jubiläumsjahr insgesamt 10 Auszubildende bei micx ihre Karriere gestartet. Ausbildung steht weiterhin im Vordergrund, denn bei micx ist man bestrebt, den eigenen Nachwuchs heranzubilden.

ERFOLGSAUSSICHTEN: BESTENS

So segelt die micx-Crew mit Wachstumsdynamik voran und erwartet auch im kommenden Jahr wieder ein zweistelliges Plus auf der Messlatte. „Mit Konzentration auf Zukunftsthemen und Produkten, die Kreativität, Kommunikation, Vielfalt und Komplexität für die werbetreibenden Endkunden bereitstellen, wird micx-media erfolgreich ins 11. Jahr einsteigen.“ Dessen sind sich Klaus Gänsel, Ingo Kaemper und ihr Team jedenfalls sicher. „Natürlich mit besser Unterhaltung auf allen werbeaktiven Medienformaten sowie mit Vorfreude auf die Feierlichkeiten zum 11. Jubiläumsjahr“, heißt es aus Bielefeld. <

MICX – MEDIA IN CONCEPT – GMBH & CO. KG

Hansestr. 1, Gebäude C
D-33689 Bielefeld
www.micx-media.de



Klassiker seit 40 Jahren: Der Stabilo Boss.

SCHWAN-STABILO PROMOTION PRODUCTS: LEUCHTMARKIERER STABILO BOSS WIRD 40

DER BELIEBTESTE BOSS DER WELT

Im Jahre 1971 kam der erste Leuchtmarkierer auf den Markt. Mit dem neongelben Stabilo Boss erweiterte Schwan-Stabilo das Arbeitsarsenal von Studenten bis zu Managern um ein äußerst hilfreiches Mittel. Bis heute wurden weltweit mehr als 1,8 Milliarden Stück des cleveren Markers verkauft.

Mit der Entwicklung fluoreszierender Tinte – übrigens entgegen aller Vorurteile immer schon völlig ungiftig – gelang Günter Schwanhäußer, dem Vater des Boss, 1971 der große Coup: Der erste neongelbe Leuchtmarkierer Stabilo Boss kam auf den Markt. Einfaches Überstreichen statt exaktes Unterstreichen erleichterte das Arbeiten mit Texten so sehr, dass es

bald zur Gewohnheit wurde. Ob Student oder Manager – der Stift zum Lesen war bald in aller Hände. Und noch immer ist der Stabilo Boss die Nummer eins in Europa – für alle, die sich beim Lesen aufs Wesentliche konzentrieren müssen. Heute liegt die gestützte Markenbekanntheit bei rund 83 Prozent – fast doppelt so hoch wie bei Wettbewerbs-Produkten: eine

leuchtende Karriere, die nun schon vier Jahrzehnte anhält.

BEEINDRUCKENDE ZAHLEN

Seither wurden mehr als 1,8 Milliarden Stück des Markers in alle Welt verkauft. Aktuell sind das weltweit zwei pro Sekunde, 400 000 pro Tag und über 60 Millionen Exemplare im Jahr. Alle Stifte aneinandergereiht würden die Strecke eineinhalb um



Ein Werbeblatt aus Flower-Power-Zeiten.

die Erde ergeben. Bislang wurden 108 Millionen Liter Tinte verbraucht. Das reicht, um 675 Millionen Kilometer mit Stabilo Boss zum Leuchten zu bringen – anderes gesagt, um viereinhalb Mal den Weg von der Erde zu Sonne zu markieren. Günter Schwanhäuffer wird für seine Kreation in der Reihe der 100 bedeutendsten Erfinder des 20. Jahrhunderts genannt. 2009 war die Erfolgsgeschichte des Stabilo Boss Original sogar Teil der renommierten Ausstellung „Meisterstücke und Massenware“.

Ein kurzer Blick zurück

Der Boss, Markenzeichen flache Keilform, ist bis heute Vorbild für Generationen von Nachahmerprodukten. Dabei war seine Stift-untypische Form – flach und geometrisch – doch rein zufällig entstanden: Der Industriedesigner drechselte und knetete, entwarf und verwarf eckige, runde, kurze dicke, lange flache Formen. Ein konischer Zylinder aus Knetmasse war zwar schon vielversprechend, aber noch immer nichts Revolutionäres. Genervt schlug der Designer mit der flachen Hand auf seine Knetmasse. Da war sie, die markante Form.

Ein Boss für die Bosse

Genauso unkonventionell und erfolgreich war die Entscheidung, diesen neuen Stift



Boss zu nennen, ohne irgendeine Artikelnummer. Kurz, knapp und auf der ganzen Welt verständlich. Zur Markteinführung 1971 richtete sich Günter Schwanhäuffer mit einem Brief gezielt an 100 Führungspersönlichkeiten aus Politik und Wirtschaft. Sie erhielten den Boss zur Begutachtung. Danach bekamen im zweiten Schritt Sekretariate und Einkäufer potenzieller Großabnehmer Probeexemplare zugeschickt. Die Resonanz war überwältigend und erfahrene Marktforscher staunten: Bei kaum einem anderen Produkt waren die Kunden auf Anhieb so von der Funktion überzeugt und fühlten sich gleichzeitig emotional angesprochen. Dennoch: Die Eigenschaften und Nutzen des Produkts waren in Europa völlig unbekannt. Deswegen gab man sogar eine psychologische Studie bei Wissenschaftlern in Auftrag. Man wollte herausfinden, ob der Boss überhaupt ankommt. Zwar fanden einige Studienteilnehmer damals, dass die ungewohnte Leucht-Tinte unangenehm hell für die Augen sei. Doch die Mehrheit stellte fest: „Der Stift zum Lesen erleichtert meine Arbeit.“ Und so wurde der Stabilo Boss ohne großes Werbebudget zum absoluten Verkaufsschlager.



Der Stabilo Boss tumbler: ein eigens zum 40. Geburtstag kreiertes Retro-Pendel.



Stabilo Boss: Ex-Bundeskanzler Helmut Kohl und Schauspieler Günter Strack warben für den Marker.

Verlässliche Markenqualität

Der bis heute anhaltende Erfolg hat gute Gründe: seine verlässliche Markenqualität. Als einzigen Highlighter gibt es ihn inzwischen in neun aktuellen Leuchtfarben, nachfüllbar und mit wasserbasierter Tinte für Paper, Copy und Fax. Eine stabile Strichführung in zwei Stärken sowie die hohe Offenlagerfähigkeit bei längerem Gebrauch machen ihn nach wie vor zu einem professionellen Partner für Schule, Uni und Beruf. Kurz: Mit diesem BOSS arbeitet jeder gern.

It's Partytime

Zum 40. Geburtstag des beliebten Klassikers Stabilo Boss Original überrascht Stabilo Promotion Products mit dem originalen Retro-Pendel Stabilo Boss tumbler. Das Pendel-Set löst einen faszinierenden Spieltrieb aus und ist somit als Aufmerksamkeitsmagnet das ideale Werbemittel. Das ist ein BOSS, den alle wollen. Sein 40. Geburtstag will gefeiert sein.

www.Stabilo-promotion.com





Man sollte selbst Genießer sein, um genussreiche Produkte zu entwickeln. Bei Paul Mayer ist das so. Das Foto zeigt den Inhaber der Salzmanufaktur Siegsdorf gemeinsam mit seinem Vertriebsmann, Nikolaus Schwenn (links), bei einem Probekochen.



Klein aber fein: Saltini's gibt es auch in einer kleinen Sondergröße für noch mehr Vielfalt auf dem Tisch.

SALZMANUFAKTUR SIEGSDORF

NATURSALZ IN SEINER SCHÖNSTEN FORM

Die Salzmanufaktur Siegsdorf, ein Unternehmensbereich des PSI Mitglieds Landkaufhaus Mayer, liegt malerisch inmitten Oberbayerns. Dort ist man ständig auf der Suche nach geschmackvollen Kreationen aus Salz. Die neueste darunter: Saltini's, aromatisiertes Natursalz in Bioqualität.

Der Chiemgau ist eine der schönsten Regionen Deutschlands. Berge, Almen, Seen und Flüsse bilden die Naturkulisse für hohe Lebensqualität. Eine Region wie gemacht für natürliches und gesundes Genießen. Mitten in diesem oberbayerischen Idyll liegt wenige Kilometer südlich von Traunstein die Salzmanufak-

tur Siegsdorf. Der inhabergeführte Betrieb ist Spezialist für Natursalz und überzeugt mit einer neuen Idee: Natürlich aromatisiertes Natursalz in Bioqualität auf jeden Tisch zu bringen. „Salz ist nicht gleich Salz. Und natürliches Salz ist für uns das beste Salz“ – dieser Überzeugung ist Paul Mayer stets treu geblieben. Es ist seine Phi-

losophie, nur Natursalze aus schonenden Abbaumethoden zu verwenden, die nicht raffiniert wurden und keine künstlichen Zusatzstoffe wie Jod, Fluor oder Rieselhilfen enthalten. Mit seinem Unternehmen, der Salzmanufaktur Siegsdorf, hat er sich zu einem der führenden Spezialisten für Natursalz entwickelt. Und das bereits zu einer Zeit, als natürliches Salzen noch nicht so en vogue war wie heute.

AROMATRÄGER ERSTMALS IN SALZ GEBUNDEN

Doch eine Frage hat ihn lange Zeit beschäftigt: das Aromatisieren von Natursalz, und das ganz natürlich. Öl und Zucker kann man wunderbar aromatisieren. Bei Salz ist das anders. Doch das hat sich jetzt geändert: Der Salzmanufaktur Siegsdorf ist es erstmalig gelungen, natürlich aromatisiertes Natursalz mit Kräutern und Gewürzen in Form von Salzflöckchen herzustellen, die unter dem geschützten Markennamen Saltini's vermarktet werden. Das Herstellungsverfahren bedient sich der Hygroskopie von Salz, also der Eigenschaft, Feuch-



tigkeit zu binden. Dadurch können die Aromaträger aus den Kräutern und Gewürzen im Salz gebunden werden.

GESCHMACKSENSATIONEN

In einem aufwendigen Manufaktur-Verfahren werden wertvolle und unbehandelte Natursalze zu Natursalzlocken geformt, die in jeder Salzmühle verwendet werden können und sich besonders fein vermahlen lassen. Durch die Verbindung mit edlen Kräutern und Gewürzen in Bio-Qualität wird eine geschmackliche Vielfalt erreicht, die so bisher nicht möglich war. Saltini's sind nicht einfach nur Salz mit Kräutern und Gewürzen – Saltini's sind mehr: Im Herstellungsverfahren werden die Kräuter und Gewürze in die Natursalzlocken eingeschlossen. Wie in einem Tresor werden die wertvollen Aromen bewahrt und geben ihre Geschmackssensation erst dann frei, wenn sie in der Salzmühle vermahlen werden.

VÖLLIG NEUE AKZENTE

Und so hat sich Paul Mayer ganz der Passion für erstklassiges Salzen und Würzen

bei Tisch verschrieben: „Perfektes Würzen ist eine Kunst. Und Spitzenköche wissen seit Langem, dass Natursalz fantastisch mild schmeckt und den Eigengeschmack der Speisen betont.“ Mit seinen Saltini's bringt der Chiemgauer jetzt das Geheimnis der Gourmets als Finishsalz auf den Tisch und setzt völlig neue Akzente. Denn Saltini's sind nicht nur sagenhaft gut, sie sind auch schön. Und dorthin geht auch der Trend, ist sich Paul Mayer sicher: „Gutes Essen, besonderes Ambiente, ausgesuchte Weine, schönes Porzellan, edle Gläser und gepflegte Tischkultur schaffen eine Wohlfühl-Atmosphäre, der sich kaum jemand entziehen kann.“ Soviel Einsatz ist nicht verwunderlich, ist doch der Unternehmer selbst überzeugter Genießer. „Nur wer ganz und gar hinter seinem Produkt steht“, so Paul Mayer, „kann Erfolg haben.“

KREATIVE VIELFALT

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-Zitro-

nengras 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. Saltini's bieten eine Vielfalt an individuellen, kreativen Ideen. Möglichkeiten, die auch jedem Event die besondere Würze geben können. Ob ein Event mit Rosen zu dem Rosensalz passen würde? Oder Südfrankreich ist das Motto und Lavendelsalz wäre optisch wie sensorisch die gelungene Mischung? Oder für ein bayerisches Event wäre Natursalz in Weiß-Blau die emotionale Ergänzung? Oder es wird ein exklusives Gastgeschenk in den Firmenfarben eines Unternehmens gewünscht? Kein Problem: Mit Saltini's sind ganz spezielle kulinarische und ästhetische Highlights möglich. Und die besondere Ästhetik und optimale sensorische Qualität überzeugen anspruchsvolle Genießer völlig. Ein Produkt, das perfekt zum Werbeartikel geschaffen ist.

www.saltinis.de





ALEXANDER CZECH UND STEFAN FLEISCHMANN

ZWEI AUF GLEICHEM KURS

Geschäftsführer Alexander Czech und Prokurist Stefan Fleischmann haben Sanders Image-tools als Hersteller hochwertiger, kreativer Produkte in den Bereichen Getränke, Wellness und Hygiene positioniert. Das innovative Produktspektrum, das klare Bekenntnis zu Qualität und Produktsicherheit sowie das Know-how des erfahrenen Teams haben gleichermaßen zum Unternehmenserfolg beigetragen. Ein Portrait des partnerschaftlichen Führungsteams.

Ob auf Messen oder Hausmessen, mit Katalogen oder im Internet: Sanders Image-tools ist im Werbeartikelmarkt präsent. Gerade in den letzten drei Jahren hat der Regensburger Hersteller aufmerksamkeitsstarker Produkte rund um Getränke, Wellness und Hygiene seine Kommunikation ausgebaut und unterstützt den Han-

del noch systematischer und schneller mit Infos und Services, die ihm das Verkaufen erleichtern. Das kommt an und zeigt Wirkung: „Bereits eineinhalb Wochen nach der PSI Messe waren alle Muster verschickt – und das waren rund zwei Drittel mehr als im Vorjahr“, freut sich Alexander Czech, der sich klar für die Branche entschieden

und das Unternehmen inzwischen ganz auf die Bedürfnisse des Werbeartikelhandels ausgerichtet hat. Die in den letzten zwei Jahren speziell für die Anforderungen des Unternehmens entwickelte Software ist Kernstück der EDV-unterstützten Neuorganisation und hat sicherlich zu diesem Fortschritt beigetragen. Für Czech ist die

Verbesserung aller Vertriebsplattformen ein kontinuierlicher Prozess und damit eine Aufgabe, an der ständig weitergearbeitet wird – mit dem Ziel, auf höchstem Qualitätsniveau zu beraten und mit dem Kunden zu kommunizieren. Im Gespräch mit Alexander Czech und Stefan Fleischmann warfen wir einen Blick auf die Anfänge des Unternehmens und die Kompetenzen, die Sanders auf diesem Weg voranbringen.

INNOVATIV VON ANFANG AN

Der Chemie-Ingenieur Alexander Czech war nach seiner Ausbildung bei Fresenius 12 Jahre in unterschiedlichen Positionen in der Chemie- und Markenartikelindustrie tätig. In seiner Zeit bei einem Produzenten und Abfüller für Kosmetik- und Körperpflegeprodukte für die Markenindustrie reifte der Gedanke, sich selbstständig zu machen: Die starren Konzernstrukturen empfand er als einengend und er wollte mehr eigene Ideen umsetzen. 1997 tat er diesen Schritt und entwickelte originelle Produkte für den damals boomenden Convenience-Markt. Das waren Produkte, die einen gewissen Spaßfaktor hatten, Neugier weckten und prinzipiell auch als Geschenk tauglich waren. Auch Dosen waren damals schon im Sortiment, die Erfahrung reicht also weit zurück. Und schon zu jener Zeit lebte die Firma von ihrer Innovationskraft und das ist bis heute so geblieben. Mit den Jahren wurde es jedoch immer schwieriger, Produkte im Handel zu platzieren, und so wendete man sich 2005 dem Werbeartikelmarkt zu. 2007 kam folgerichtig die Umbenennung in Sanders Imagetools. Es gelang, sich das Vertrauen des Handels zu erarbeiten und sich als seriöser, kompetenter und qualitätsorientierter Hersteller zu positionie-

ren. „Die Branche ist einfach schön, authentisch und sympathisch, der persönliche Kontakt ist jedoch äußerst wichtig. Deshalb lege ich viel Wert auf Marketingaktivitäten, PR, Angebote und Aktionen. So bleiben wir im Gespräch mit dem Kunden und können informieren“, erklärt Czech. „Auch die PSI ist wichtig für die kontinuierliche Kundenbetreuung, denn sie ist eine etablierte Plattform für fachliche Gespräche auf Augenhöhe.“ Sanders bedient grundsätzlich jeden PSI Händler, unabhängig von Firmengröße und Bestellmenge, und leitet Industrieaufträge an zuständige Händler weiter.

ZENTRAL: QUALITÄT UND SICHERHEIT

Qualität und Sicherheit sind die zentralen Themen für Sanders Imagetools, das mit Getränken und Körperpflegeartikeln gleich zwei hochsensible Produktgruppen im Sortiment hat. Denn sowohl für Lebensmittel wie auch für Kosmetika gelten sehr strenge Gesetze, und das zu Recht, denn allzu groß kann der Schaden sein, wenn wirklich einmal etwas passiert. Von Allergien und Unverträglichkeiten bis hin zu echten Gesundheitsschäden reicht da das Spektrum. Deswegen hat ein akribisches Qualitätsmanagement auch für Alexander Czech und Stefan Fleischmann höchste Priorität. Sie nehmen ihre Verantwortung als Hersteller sehr ernst und führen selbstverständlich alle Tests durch, deklarieren gesetzeskonform alle Inhaltsstoffe und nehmen ihre Produzenten genauestens unter die Lupe. Produziert wird nur in auditierten Unternehmen, die sorgfältig ausgewählt werden. Czech geht sogar soweit, dass er seine Produzenten in einen Ehrenkodex einbindet, der sie zur höchsten Sorgfalt verpflichtet. Kompromisse gibt es nicht, auch dann nicht,

wenn der Sicherheitsanspruch auf den Preis schlägt: „Wir spielen nicht wegen ein paar Cent mit dem Feuer, das lohnt sich nicht. Sondern wir tun alles, um schon im Vorfeld Fehler auszuschließen und einwandfreie Ware zu liefern. Dazu gehört auch die Dokumentation, in der alle Chargen von der Produktion bis zur Verpackung nach ISO 9001 kontrolliert, getestet und erfasst werden. Der gesamte Produktionsprozess ist einheitlich geregelt.“

QUALITÄT MADE IN EUROPE

Wie muss man sich nun den Ablauf der Produktion vorstellen? Sanders entwickelt die Produktidee und liefert sie komplett mit der Rezeptur an den Produktionsbetrieb. Der Lohnfüller arbeitet genau nach Anweisung und gemäß der definierten Qualitätsstandards. Sanders Imagetools ist jedoch der Hersteller. „Wegen unseres strikten und kontinuierlichen Qualitätsmanagements fühlen wir uns als Markenartikler, der Sorgfalt in allen Produktionsstufen, Kontinuität und Verlässlichkeit über den Preis stellt“, fassen die beiden Unternehmer zusammen. Alle Produkte inklusive der Verpackungsmaterialien werden in Europa hergestellt, vorwiegend in Deutschland, Österreich und der Schweiz. 20 Prozent der Aufträge sind Sonderanfertigungen nach Kundenwunsch. Dafür steht ein hoch qualifizierter Herstellerpool zur Verfügung, der je nach Aufgabenstellung beauftragt wird.

SCHNELLER SERVICE, KOMPETENTE MITARBEITER

Optimierte Datenbankanbindungen, Musterversand noch am selben Tag, detaillierte Ausarbeitung von Gestaltungsvarianten samt Druckmöglichkeiten inklusive 3D-Visualisierung zur Weiterleitung an den In-



ALEXANDER CZECH IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Fitnessstudio – Schweinehund –
Fitnessstudio – Schweinehund.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn alle in meinem familiären, freundschaftlichen und beruflichen Umfeld gesund und munter geblieben sind.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Familie und Freunde.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Manchmal auch die Familie und Freunde.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Handwerklich eine absolute Null zu sein.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

Beim Kochen.

Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?

Road Trip in die USA.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für Qualität.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Ja ... gerne sogar.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn er die Werbebotschaft unterstützt und dadurch beim Empfänger die Kampagne in Erinnerung bleibt.

Der beste, den Sie je bekommen haben?

Zwei Golfbälle einer deutschen Bank. Mit dem einen habe ich beim ersten Schlag die Heckscheibe einer Nobelkarosse auf dem Parkplatz eingeschossen. Und mit dem anderen habe ich einer meiner besten Runden des Lebens gespielt. Diese zwei Ereignisse bleiben mir immer in Erinnerung!

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Wenn die Qualität nicht stimmt.

dustriekunden und natürlich Sortimentschulung vor Ort – das alles und noch weit mehr gehört zum Servicepaket. Dafür wurden nach und nach Ressourcen aufgebaut und erst kürzlich der Vertriebsinnendienst und die Bemusterungsabteilung verstärkt. Denn die Branche ist schnell, und eine schnelle Branche muss auch schnell bedient werden, davon sind Czech und Fleischmann fest überzeugt. Seine inzwischen 11 erfahrenen und mit dem Unternehmen „mitgewachsenen“ Mitarbeiter sind für Alexander Czech das größte Kapital, das er sorgfältig weiterentwickelt. Aus seiner Konzernenerfahrung weiß er, dass ausgeprägte Hierarchien kontraproduktiv sind, die Identifikation des Personals mit Unternehmen und Produkten dagegen ein Erfolgsfaktor. Deshalb haben alle eine gewisse Freiheit, aber auch klare Aufgaben, in deren Erfüllung sie sich gegenseitig mit Know-how, Infos, Rat und Tat unterstützen. Monatliche Vertriebsmeetings fördern das freundschaftliche Miteinander. Und sie sind kundenorientiert und immer nah am Kunden, denn das ist besonders wichtig, da die Produkte erklärungsbedürftig sind – auch wenn sie an sich schon eine Message mitbringen. So steht Handcreme beispielsweise für Schutz und Pflege, Energy-Drinks transportieren Frische und Power. „Arbeit ist ein so großer Teil des Lebens, dass man sich dabei auch wohlfühlen soll. Deshalb muss sie menschlich bleiben“, umreißt Czech seine Philosophie. Sanders übernimmt auch soziale Verantwortung, denn bereits seit 14 Jahren arbeitet man erfolgreich mit einer Behindertenwerkstatt zusammen, in die auch investiert wurde. Eine Win-win-Situation also, in der sich beide Partner weiterentwickelt haben.

INS UNTERNEHMEN HINEINGEWACHSEN

Auch Stefan Fleischmann kommt aus einem Konzern, in dem er eine kaufmännische Ausbildung absolvierte. Sein Interesse ging in Richtung Beratung und Management, und da tat sich bei Sanders eine Möglichkeit auf. Er startete 1999 im Bereich Auftragsbearbeitung, übernahm dann aber immer mehr Aufgaben, die ihm Spaß machten. Zum Beispiel die Produktentwicklung, in der er eng mit Alexander Czech zusammenarbeitete. Der erkannte und schätzte das Engagement des jungen Mannes, der sich inzwischen berufsbegleitend zum Handelsfachwirt weitergebildet hatte. Er förderte ihn und übertrug ihm nach und nach mehr Verantwortung, zuletzt 2007 die Prokura. So entstand das heutige Führungsteam, das hervorragend funktioniert. Beide arbeiten partnerschaftlich und fair zusammen und haben eine freundschaftliche, vertrauensvolle Beziehung. Ihre Kompetenzen setzen sie gebündelt für die Entwicklung des Unternehmens ein, wobei sich Fleischmann vorwiegend um das operative Tagesgeschäft, die internen Prozesse, Produktion, Katalog und Qualitätsmanagement kümmert – alles in enger Abstimmung mit Czech. „Ich bin sehr zufrieden, denn ich kann Ideen umsetzen und dabei lernen und wachsen. Gemeinsam arbeiten wir an unseren Zielen, wie etwa der weiteren Internationalisierung und der Festigung unserer Position im deutschen Markt“, resümiert Fleischmann. <



promotiontrade exhibition

International exhibition
of promotional products,
personalization equipment, advertising
specialties and business gifts

Who exhibits

Manufacturers, importers and
exclusive distributors of:

- ● business gifts
- ● specialty advertising
- ● premiums for incentives
- ● suppliers of printing
and personalization
machines



12th edition



**Ask for
a special offer
for your first
participation**

fieramilanocity

18-19-20 January 2012



Organizzazione Promozione Spazi s.r.l. - Organizing Office: Ph. +39 02 39206.222
e-mail: sales@ops.it - www.promotiontradeexhibition.it

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



MAUS DENKT MIT

Für einen aufgeräumten Arbeitsplatz und wenig Kabelgewirr auf dem Schreibtisch sorgt die PC-Maus mit intelligentem Kabelmanagement von Intraco. Hinter dieser Marke verbirgt sich bekanntermaßen der renommierte Hersteller Phillips, der über diesen Weg insbesondere das Werbemittelsegment mit technisch hochentwickelten Produkten bedient. Die PC-Maus verfügt über eine leistungsstarke LED-Optik, deren optischer Sensor mit einer Genauigkeit von 1200 dpi arbeitet. Eine integrierte Kabelaufwicklung werden besonders Notebook-Anwender zu schätzen wissen. Die besondere Haptik des Zeige Gerätes ermöglicht zudem ein ermüdungsfreies Arbeiten auch über Stunden hinweg. Geliefert wird die Maus in einem praktischen Beutel für den Einsatz unterwegs.

43540 • Intraco Trading bv • Tel +31 756475420
info@intraco.nl • www.intraco.nl

PANAMA AUF REISEN

Der klassische Panamahut erlebt derzeit ein ausgesprochenes Comeback und wird wieder zur angesagten Kopfbedeckung in der Freizeit. Die Vorzüge der attraktiven Form dieses Hutes vereinigt das aktuelle Panama-Modell von Brecht Profashion mit weiteren Details, die nicht alltäglich sind. So kann der Hut für die Reise einfach zusammengefaltet werden und er nimmt im Reisegepäck nur wenig Platz ein. Am Ziel angekommen, entfaltet er sich wieder zur ursprünglichen Form. Ein Sonnenschutzfaktor von UPF 50+ sowie die breite Krempe für besten Sicht- und Blendschutz machen den Hut zum eleganten Sommerbegleiter. Dazu stehen verschiedene Hutbandfarben zur Verfügung, die individuell nach Kundenwünschen mit einem Logo oder anderen Werbebotschaften bestickt werden können.

48274 • Brecht Profashion GmbH • Tel +49 7252 7900
info@brecht-profashion.de • www.brecht-profashion.de



KULTOBJEKT ZUM SAMMELN

Der detailgetreue VW-Käfer aus Metall von Jamara ist nicht nur ein dekoratives Die-Cast-Sammlermodell, sondern gleichzeitig auch ein funkfernsteuerbares RC-Fahrzeug. Das Automodell ist rund 23 Zentimeter lang und besonders detailgetreu nachgebildet. Mit der beiliegenden Funkfernsteuerung kann der flotte Käfer vorwärts, rückwärts, nach rechts und links gesteuert werden. Türen, Motorhaube und Kofferraum lassen sich öffnen und vermitteln einen besonders authentischen Eindruck von einem der beliebtesten Automodelle der Welt. Mit seinen Abmessungen von rund 230 x 85 x 74 Millimetern und einem Gewicht von zirka 535 Gramm ist es sowohl in der Vitrine und auf dem Schreibtisch wie auch beim Fahrbetrieb in- und (bei trockenem Wetter) outdoor ein Hingucker.

47696 • Jamara e. K. • Tel +49 7565 9412717
a.wein@jamara.de • www.jamara.de



BÄRCHEN FÜR XXL-FANS

Für himmlisch-gute Werbeerfolge sorgen die neuen Großen Bären von Kalfany Süße Werbung. Im XXL-Format mit 20 Gramm kommen die tierischen Namensverwandten des berühmten Sternbildes durchaus üppig und gewichtig daher. Funkelnd-bunt gemischt im glasklaren oder alternativ weißen Werbetütchen verbreiten die Fruchtgummibären gute Laune bei jedem Bissen. Mit einem Fruchtanteil von zehn Prozent und einem Verpackungsformat von 100 x 95 Millimetern sind sie hervorragend für irdische Werbeideen geeignet, verspricht der Hersteller. Die extra großen Fruchtgummibären sind in einer Mindestbestellmenge von 5000 Einheiten lieferbar.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH • Tel +49 7643 8010

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

ADVENT IM GROSSEN STIL

Nach der erfolgreichen Einführung des kleinsten Adventskalenders der Welt von Kalfany Süße Werbung stellt das Unternehmen jetzt das Gegenteil vor: Der Premium-Adventskalender im XXL-Format besticht durch eine Größe von stolzen 580x380x37 Millimetern. Der geschmackvolle Markeninhalt wird hinter 24 einzelnen Türchen mit stabilem Kunststofftieftieftteil separiert. Dort erwarten den Kunden wahlweise Lübecker Marzipansterne, Ferrero Rocher, Ferrero Rondnoir oder hauseigenes, IFS-zertifiziertes Kalfany-Fruchtgummi im XXL-Weihnachtsdesign. Das kann zudem in den einzelnen Werbeflowpacks noch bis zu vierfarbig individualisiert werden. Größe und Befüllung transportieren eine besondere Wertigkeit dieses Kalenders, der in der Vorweihnachtszeit auf Beachtung stößt. Er ist ab 1008 Stück mit eigenem Vierfarbdesign vollflächig bedruckt lieferbar.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH • Tel +49 7643 8010

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



DIE TASSE MIT DEM NIPPEL

Das ausgefallene Design des neuen Tassenmodells Auris von Senator hat nicht nur optische Reize, sondern erfüllt gleichzeitig einen besonderen Zweck. Der dekorative Nippel am kreisrunden Design-Henkel bewahrt die haltende Hand vor einer möglicherweise schmerzhaften Begegnung mit der heißen Tasse. Ansonsten ist die zylindrische Form der Tasse ganz auf die Anforderungen von Hotellerie, Gastronomie und anderen professionellen Nutzern abgestimmt. Sie lässt sich platzsparend stapeln und vermittelt gleichzeitig pure Ästhetik. Eine Werbeanbringung ist sowohl außen als auch innen möglich. Für eine besonders exklusive und spürbare Werbewirkung empfiehlt der Hersteller das Logo4U-Verfahren. Dabei wird das Logo direkt per Sandstrahl auf die Tasse gebracht und sorgt für ein optisches wie haptisches Highlight.

41838 • Senator GmbH & Co. KGaA • Tel +49 6162 801-0

info@senatorpromotion.com • www.senatorpromotion.com



FREIZEIT GENIESSEN

Die aktuelle Outdoor- und Trekking-Kollektion von Daiber ist maßgenau auf die Ansprüche all derer zugeschnitten, die einen Ausflug ins Grüne, einen Angeltag oder ein Wanderwochenende mit Freunden so richtig genießen wollen. Die hochwertige Funktionskleidung ist pflegeleicht, unempfindlich und teilweise sogar mit einer Anti-UV-Beschichtung versehen. Gut behütet sind Naturfreunde bei Sonne und Regen zudem mit der Legionärs-Cap oder dem Waterproof Heat von Myrtle Beach. Besondere Highlights innerhalb dieser Kollektion sind unter anderem das Men's bzw. Ladies' Trekking Shirt aus pflegeleichtem Funktionspolyester. Das Material ist feuchtigkeitsregulierend, atmungsaktiv und trocknet nach einem kurzen Regenschauer enorm schnell. Viel verstauen lässt sich in der winddichten Trekking Vest, die für Damen und Herren angeboten wird. Eine Teflon-Ausrüstung sorgt für wasser- und schmutzabweisende Eigenschaften.

42819 • Gustav Daiber GmbH • Tel +49 7432 70160

info@daiber.de • www.daiber.de

AUFFALLEND FARBENFROH

Mit seiner neuen Modellserie Dart Basic bringt Senator in diesem Jahr Schreibgeräte zum Leuchten. Die komplett opaken Stifte ziehen dank ihrer Neonfarben sofort alle Blicke auf sich und stechen aus der Masse hervor. Sowohl der schwebende Clip als auch der gleichfarbig schlanke Schaft können zusätzlich im Siebdruckverfahren veredelt werden. Zum perfekten Allrounder wird der Dart Basic nicht zuletzt durch das schlichte und dennoch moderne Design mit abgeschrägtem Drücker. Der Druckkugelschreiber ist in den Neonfarben Leuchtgelb, Gelb, Orange, Rot, Leuchtpink, Grün, Leuchtgrün, Blau und Leuchtblau lieferbar.

41838 • Senator GmbH & Co. KGaA • Tel +49 6162 801-0

info@senatorpromotion.com • www.senatorpromotion.com



WERBEKONTAKT BEIM ERSTEN BLICK

Ein Blick in die Augen des Gegenübers wird beim Einsatz der neuen Pappbrille von mister ad schon automatisch zum ersten Werbekontakt. Die pfiffige Werbeidee von MyPappbrille hat ihre ersten Auftritte im TV, bei Konzerten und anderen Events wie auch auf Messen und Partys bereits erfolgreich hinter sich gebracht. Als besonders ausgefallenes Give-away oder als Mailingverstärker bei Einladungen ist die Brille einsetzbar und steht für einen trendigen Auftritt. Sie lässt sich bereits mit kleinem Budget beidseitig mit Logos oder anderen Werbebotschaften individuell bedrucken und transportiert diese Nachricht dann Blick für Blick zum Empfänger.

45258 • mister ad Werbeproduktion, Andreas van Bernum • Tel +49 2363 56790

info@mister-ad.de • www.mister-ad.de



TOPPOINT®

Toppoint Deutschland

Sie arbeiten immer service-, kunden und verkaufsorientiert und lieben den täglichen Umgang mit Kunden? Sie sind verantwortungsbewusst und selbständig? Dann sollten wir uns kennenlernen!

Account Manager Süddeutschland

Wir suchen Verstärkung in unserem Verkaufsteam für Toppoint Deutschland. Zu Ihren Aufgaben gehört u.a. das pflegen des bestehenden Kundenstamms und Neukundengewinnung, Messebesuche, Produktvorstellung beim Kunden, Kommunikation mit Kunden bezüglich laufenden Aufträgen und Projekten und intensive Zusammenarbeit mit dem gesamten Innendienst.

Als passende(r) Account Manager verfügen Sie über Erfahrungen im Business-to-Business Markt, Sie haben eine vorbildliche Vertriebsausbildung mit dem Schwerpunkt Kundenbetreuung. Mehrjährige Erfahrung als Account Manager und ein Gute Deutsch- und Englischkenntnisse setzen wir voraus.

Sie finden sich in diesem Profil wieder? Dann freuen wir uns auf Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen unter Angabe Ihres möglichen Eintrittstermins. Weitere Informationen über unser Unternehmen und unser Produktsortiment finden Sie auf unserer Webseite.

Toppoint Deutschland GmbH
z. Hd. Human Resources
Hollandstr. 7 - 48527 Nordhorn
Telefon: 05921/819930 - Telefax: 05921/819933
petra.jongschaap@toppoint.com - www.toppoint.com

Wir machen neue Trends



NEUER
KATALOG



Fordern Sie noch heute unseren neuen Katalog an!

10 neutrale Kataloge GRATIS!

A4 quer - 32 Seiten - weniger als 150 g

Tel.: 06126/9511-75

Fax: 06126/9511-77

eMail: katalog@e-xact.de

www.e-xact.de

Silverspot Trading

EXCLUSIVE **Vespa** PRODUCTS

Silverspot - www.silverspot.nl
+31 (0)20 77 08 350 info@silverspot.nl

KEYBOARDCLEAN

Im Durchschnitt findet man auf eine PC-Tastatur etwa 500 Mikroben/Bakterien pro CM². Die meisten Toilettenbrillen da entgegen enthalten nur circa 10 Stück. Bei Ihre Tastatur wird das wahrscheinlich nicht anders sein, denn offen gestanden, die meisten Toiletten werden öfter geputzt als eine Tastatur.

*Bacteriakiller
Make it
your habit!*

Heirstraat 17
6129 PH Urmond (NL)
+31 6 54787079
info@keyboardclean.nl
www.keyboardclean.nl



50. PSI, 11. BIS 13. JANUAR 2012

JETZT ZUR PSI ANMELDEN

Wie immer um diese Zeit bereitet sich die Werbeartikelbranche auf ihre Leitmesse in Düsseldorf vor. Besucher können bei der Messeplanung auf die attraktiven PSI Besucherservices zurückgreifen.

Am 11. Januar ist es wieder soweit: Die PSI öffnet ihre Pforten. Wer die Messe besuchen möchte, sollte sich am besten schon jetzt anmelden. Ab September können PSI Mitglieder ihre Tickets für die 50. PSI 2012 bestellen.

MIT DEM SPECIAL DER DEUTSCHEN BAHN ZUR PSI

Wer sich zeitgleich auch um die Reiseplanung kümmern will, sollte zwei Angebote des PSI im Hinterkopf behalten. Damit Messebesucher günstig zur Jubiläumsmesse anreisen können, hat das PSI in Zusammenarbeit mit der Deutschen Bahn güns-

tige Konditionen für Bahnfahrer ausgehandelt. Wer sich für das „Veranstaltungsticket DB“ entscheidet, kann gegenüber dem Normalpreis bis zu 159 Euro sparen. Diese Reise-Variante können Sie unter der Service-Nummer +49 1805 311153 unter Angabe des Stichwortes „PSI“ buchen. Weitere Informationen rund um das Reiseangebot erhalten Sie unter: www.psi-messe.com/veranstaltungsticket.

KOSTENFREIE HOTEL-ÜBERNACH- TUNGEN IN DÜSSELDORF

Das zweite Angebot richtet sich an neue internationale Händler und jene, die die

Messe seit mehreren Jahren nicht mehr besucht haben. Für sie hält PSI ein Kontingent an kostenfreien Hotel-Übernachtungen bereit. Die Hotels befinden sich in Düsseldorf und Umgebung. Da dieses Angebot limitiert ist, ist eine frühzeitige Anmeldung erforderlich. Bei Interesse wenden Sie sich bitte an Sabine Tomscheit, Tel. +49 211 90191-281; E-Mail: hotel@psi-messe.com. Sie ist auch Ansprechpartnerin für reguläre Hotelbuchungen.

GUT BERATEN DURCH THEMATISCHE MESSERUNDGÄNGE

Auch auf der Messe selbst finden Besucher hilfreiche Unterstützung. Wer etwa eine Alternative zum eigenen Messerundgang sucht, den lädt das PSI Team zu den Guided Tours ein. Die geführten Messerundgänge variieren thematisch und geleiten Besucher zu den wichtigsten Ausstellern und Sonderflächen. Kurze Live-Präsentationen und der persönliche Dialog mit dem Aussteller verhelfen den Teilnehmern der Guided Tours zu einem raschen wie kompakten Überblick über Trends und Produktinnovationen. Eine Anmeldung ist ab Oktober möglich. Weitere Informationen zu den Guided Tours erhalten Sie bei Nina Schiffhauer, Tel. 0211 90191-212; E-Mail: Nina.Schiffhauer@reedexpo.de. Neben den Guided Tours sorgen zudem mehrsprachige Info-Hostessen für eine leichte Orientierung auf der Messe. Besucher finden das Service-Personal an den Info-Stationen, die an den Hallenübergängen eingerichtet sind.

AKTIONEN AM PSI STAND IN HALLE13

Seit Jahren bekannte Anlaufstelle ist der PSI Stand, der in HALLE13 untergebracht ist. Dort erwartet Messebesucher und Aussteller eine Sourcing-, Online-, Rebooking-, Lounge- und Catering-Area. Bei kostenfreiem Kaffee werden Informationen rund um die PSI Services geboten. Zum Jubiläum hat PSI zudem eine „50 Jahre PSI Messe Cocktail Happy Hour“ ins Leben gerufen. In entspannter Atmosphäre können Besucher und Aussteller den spannenden Messtag Revue passieren lassen sowie Kontakte knüpfen und pflegen. Ein Gewinnspiel mit tollen Preisen wie iPad oder iPod rundet das Angebot am PSI Stand ab. <

JUBILÄUMSMESSE

50. PSI 2012 – MIT SPANNUNG ERWARTET

Tradition und gleichzeitig Dynamik – das kennzeichnet die PSI Messe seit ihren Anfängen. Auch das Jubiläums-Event wird wieder eine gelungene Mischung aus Bewährtem und Neuem.

Zum Jubiläum präsentiert sich die PSI Messe mehr denn je als professionelle Plattform der europäischen Werbeartikelwirtschaft. Sie ist zugleich Schaufenster für neue Produktideen und Trends der Branche sowie lebendiges Forum vielfältiger Messeaktivitäten. Seien Sie als Aussteller mit dabei. Werben Sie auf der Jubiläumsmesse für Ihr Unternehmen, stellen Sie Ihre Produkte und Neuheiten vor und nutzen Sie die Möglichkeit, neue Kunden zu akquirieren und bestehende Kundenkontakte zu pflegen.

HALLE 13 MIT NEUEM GESICHT

Neben individuellen Standflächen in den Hallen 9 bis 12 besteht auch die Möglichkeit, Produkte in der HALLE13 mit ihrem innovativen Gesamtkonzept zu präsentieren. Hier tummeln sich zirka 91 Start-up-Unternehmen, Innovatoren und Erfinder auf einem Areal von rund 2000 Quadratmetern. Zu den HALLE-13-Highlights gehören:

- Die Präsentation der gesamten Wertschöpfungskette eines Werbeartikels
 - „Meet & Greet“ von Experten für Experten
 - Kooperationen mit Design-Akademien, dem PSI Design-Team sowie weiteren renommierten Partnern
 - Täglich „50 Jahre PSI Messe Cocktail Happy Hour“ mit Lounge Musik/DJ
- Wer in diesem attraktiven Umfeld dabei sein möchte, kann ein HALLE-13-Packa-

ge mit umfangreichen PSI Marketing-Maßnahmen buchen.

TECHNOLOGY FORUM IN HALLE 9

Eine attraktive Plattform für Aussteller, die sich auf Technologien der Werbeanbringung spezialisiert haben, ist das Technology Forum in der Halle 9. Auf dem Areal wird technisches und praktisches Know-how unter anderem in den Bereichen Druck-, Stick- und Gravurverfahren vermittelt. Zirka 20 Aussteller präsentieren im Technology Forum die Technik-Highlights des Jahres 2012.



Standmodell „Forum junger innovativer Unternehmen“

BMW-FÖRDERUNG FÜR JUNGE INNOVATIVE UNTERNEHMEN

Auch für junge und innovative Unternehmen hat das PSI etwas zu bieten. Bereits zum vierten Mal nimmt die PSI Messe am Förderprogramm des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) teil. Dieses Förderprogramm ermöglicht es jungen, innovativen Unternehmen zu günstigen

Konditionen auf der internationalen Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft auszustellen. Einen Förderantrag zu stellen lohnt sich, denn Aussteller können so bis zu 80 Prozent der Messekosten sparen. Aufgrund der großen Nachfrage ist das „Forum junger innovativer Unternehmen“ zurzeit ausgebucht. Die Interessenten warten derzeit auf die Fördergenehmigungen seitens des BAFA. Interessierte Unternehmen können sich daher ab sofort auf eine Warteliste setzen lassen. Wegen der großen Nachfrage wird der BMWi-Pavilion gegebenenfalls noch einmal vergrößert.

EXKLUSIVER BLICKFANG FÜR IHRE PRODUKTE

Zur Jubiläumsmesse hat das PSI Team auch die Werbemöglichkeiten für Aussteller erweitert. In HALLE13 ist mit „The Wall“ etwa eine komplett neuartige Möglichkeit der individuellen Produktpräsentation geschaffen worden. Aussteller können sich von nun an für einen Platz in der Neuheiten-Show bewerben. Gefragt sind innovative Neuheiten aus der Branche. Über die Auswahl entscheidet eine unabhängige Jury. Bei der innovativen Neuheitenpräsentation handelt es sich um eine 100 Meter lange Wand, in der Aussteller verschiedenartige Boxen buchen können, um ihre Produkte optimal in Szene zu setzen. Für Artikel, die vor allem durch ihre besondere Haptik wirken, gibt es „Fühlstationen“. Sie ermöglichen den Besuchern, die Exponate mit allen Sinnen zu erfassen. Rund um die aufmerksamkeitsstarke Sonderwerbefläche werden folgende Services geboten:

- Jedem Werbeartikel ist ein QR-Code zugeordnet, der ab dem ersten Messetag umfassende Informationen zu den ausgestellten Produkten liefert
- Auf der Neuheitenshow stehen mehrsprachige Hostessen bereit, die über die Produkte informieren und die Besucher der Neuheitenshow bei Bedarf direkt mit dem „The Wall“-Shuttle zu den entsprechenden Ausstellern begleiten
- Datenübertragung der Kunden, die sich für Ihr Produkt interessieren
- Übersicht aller Produkte auf www.halle13.net



DAS PSI LIEFERANTEN-VERZEICHNIS

DATENAKTUALISIERUNG FÜR DEN SUPPLIER FINDER VORNEHMEN

Sie sind PSI Lieferant? Ja! Dann denken Sie bitte an Ihre Datenaktualisierung für die zweite Ausgabe des PSI Supplier Finder 2011, das Verzeichnis aller PSI Lieferanten. Bis zum 10. Oktober 2011 haben Sie die Möglichkeit, Ihr Unternehmensprofil im Lieferantenverzeichnis zu aktualisieren.

Das PSI bietet hierzu folgende Inklusivleistungen:

- Eine Zeile á 50 Zeichen (inkl. Leerschritte) Print-Firmenbeschreibung
- 1000 Zeichen (inkl. Leerschritte) Online-Firmenbeschreibung
- Zwei Listungen von Warengruppen print + online
- Listung Ihrer Marken
- Optional: Zusatzleistungen wie Logos, Anzeigen etc.

Der Eintragsschluss ist der 10. Oktober 2011. Bitte loggen Sie sich unter www.psi-network.de/supplierfinder mit Ihren PSI Zugangsdaten ein, um das Online-Formular zu bearbeiten. Sie haben keine Zeit? Dann lassen Sie uns kurz wissen, ob Sie die Daten aus Ausgabe 1/2011 wiederholen möchten. Eine E-Mail an uns genügt und wir nehmen Ihnen die Arbeit ab! Bei Rückfragen steht Ihnen das Verlags-Team gern zu Ihrer Verfügung:

Tel.: +49 211 90191-321, E-Mail: verlag@psi-network.de.



PSI AUSSTELLER-SERVICE-PAVILLONS IN GROSSBRITANNIEN UND ITALIEN

JETZT BETEILIGEN

Erneut bietet das PSI interessierten Ausstellern die Möglichkeit, auf zwei der wichtigsten europäischen Werbeartikelmesse im Rahmen der PSI Pavillons ihr Unternehmen und dessen innovative Produkte zu präsentieren:

BUCHEN SIE JETZT IHR STANDPAKET ZU DEN FOLGENDEN VORZUGSPREISEN:

PTE Milano

9 m² Standpaket: 2599,- Euro*

12 m² Standpaket: 3399,- Euro*

Trade Only National Show:

6 m² Standpaket: 2299,- Euro*

7,5 m² Standpaket: 2699,- Euro*

9 m² Standpaket: 3199,- Euro*

12 m² Standpaket: 3999,- Euro*

*Die Steuerschuld geht auf den Leistungsempfänger über.

- Auf der PTE Milano vom 18. bis 20. Januar 2012 in Mailand, Italien
- Und/oder auf der Trade Only National Show vom 25. bis 26. Januar 2012 in Coventry, Großbritannien

Das PSI unterstützt die Mit-Aussteller dabei, ihr Unternehmen europaweit bekannt zu machen und ihre Produkte aktiv auf diesen beiden bedeutsamen nationalen Märkten aufmerksamkeitsstark in Szene zu setzen. Dazu bietet das PSI ein Rundum-sorglos-Paket (Standfläche, Katalogeintrag, Teppich, Möbel, Strom etc.), das Planung und Vorbereitung deutlich erleichtert. Bei Interesse oder Standbuchung steht Nina Schiffhauer vom PSI Messe-Team unter Tel. +49 211 90191-212 oder per E-Mail unter Nina.Schiffhauer@reedexpo.de zur Verfügung. Weitere Informationen zu den PSI Pavillons finden Sie hier: www.psi-messe.com/pavillons



DAS PSI GRATULIERT HERZLICHST ZUR HOCHZEIT

AUS FRAU ENGEL IST FRAU MENZEL GEWORDEN

Senja Menzel hat am 22. Juli 2011 ihrem Stephan das Ja-Wort gegeben. Wir – das ganze PSI Team und die Redaktion des PSI Journals – freuen uns mit dem frischgebackenen Ehepaar und wünschen für die Zukunft nur das Allerbeste, vor allem Gesundheit und eine harmonische Zweisamkeit!

Das frischgebackene Paar im Blütenregen.

KATALOGEINTRAG ZUR 50. PSI MESSE 2012

PSI INKLUSIVLEISTUNGEN FÜR AUSSTELLER – JETZT EINTRAGEN

Seit dem 21. Juli 2011 läuft die Eintragserfassung für den offiziellen Katalogeintrag zur 50. PSI Messe 2012. Aussteller der 50. PSI Messe 2012 können sich unter www.psi-network.de/Katalogeintrag mit ihren PSI Zugangsdaten einloggen und ihren Katalogeintrag vornehmen.

Die PSI Inklusivleistungen beinhalten:

- Drei Zeilen á 50 Zeichen (inkl. Leerschritte) Print-Firmenbeschreibung
- 3000 Zeichen (inkl. Leerschritte) Online-Firmenbeschreibung
- Vier Listungen von Warengruppen print und online

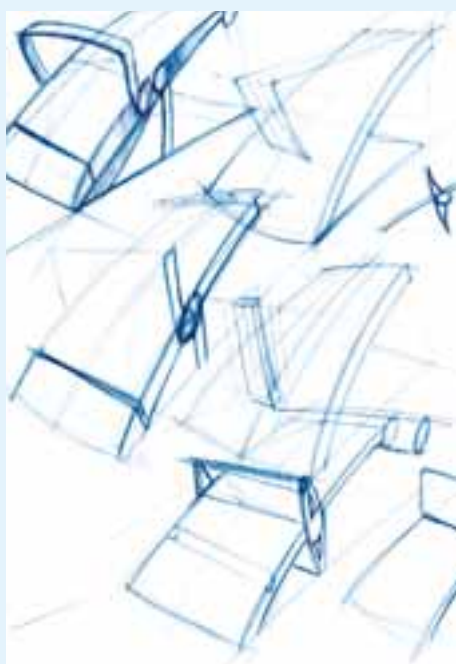
Damit Ihr Unternehmen möglichst schnell in der Ausstellersuche gefunden werden kann, sollten Sie Ihren Eintrag schnellstmöglich bearbeiten, spätestens aber bis zum Eintragsschluss am 7. Oktober 2011.

Bei Rückfragen steht Ihnen das Verlags-Team gern zur Verfügung: Tel.: +49 211 90191-321, E-Mail: verlag@psi-network.de

50. PSI 2012

ERFINDER PRÄSENTIEREN IHRE NEUESTEN ENTWICKLUNGEN

Pünktlich zur Jubiläumsmesse hat PSI eine Kooperation mit den Veranstaltern der renommierten internationalen Erfindermesse iENA geschlossen. Für die Besucher der 50. PSI, die vom 11. bis 13. Januar 2012 stattfindet, bringt das ein Mehr an innovativen Produkten und Neuheiten. Etwa 50 Erfinder werden in der Halle 13 des Düsseldorfer Messegeländes ihre Ideen und Produkte an speziellen Erfinder-Countern präsentieren. Die Kooperation bringt aber nicht nur für PSI Besucher Vorteile mit sich. Für PSI Hersteller liegen kostenfreie Messetickets für die 63. iENA bereit, die vom 27. bis 30. Oktober 2011 auf dem Messegelände Nürnberg stattfindet. Dort werden zirka 800 Erfindungen und Neuheiten vorgestellt. Die iENA bietet PSI Herstellern die Chance, als „Trendscouts“ attraktive Produktneuheiten zu entdecken und eine Produktpatenschaft zu übernehmen. Weitere Informationen zur Internationale Leitmesse für Ideen-Erfindungen-Neuheiten erhalten Interessierte unter: www.iena.de.



Hersteller liegen kostenfreie Messetickets für die 63. iENA bereit, die vom 27. bis 30. Oktober 2011 auf dem Messegelände Nürnberg stattfindet. Dort werden zirka 800 Erfindungen und Neuheiten vorgestellt. Die iENA bietet PSI Herstellern die Chance, als „Trendscouts“ attraktive Produktneuheiten zu entdecken und eine Produktpatenschaft zu übernehmen. Weitere Informationen zur Internationale Leitmesse für Ideen-Erfindungen-Neuheiten erhalten Interessierte unter: www.iena.de.

NEUER AWARD PRÄMIERT DAS INNOVATIVSTE PRODUKT DER PSI

PSI sucht das innovativste Produkt der Jubiläumsmesse. Natürlich muss es sich als Werbeartikel eignen. Den Gewinner erwartet der neue „PSI Genius Award 2012“.

KONJUNKTUR ...

Ein ernstes Thema: die Konjunktur und die Finanzkrise. Das eine davon wird oft als virtuell bezeichnet. Interessante Sichtweise, wenn Milliarden unserer Gelder verbrannt werden. Die Zeiten werden nicht nur unruhiger, sondern die Unbeständigkeit wird zur Normalität. Noch 2010 sträubte sich die deutsche Kanzlerin Merkel dagegen, den hoch verschuldeten Euro-Ländern zu helfen. Dann wollte sie ein bisschen helfen und einen kleinen Rettungsschirm zur Verfügung stellen. Wird es jetzt wirklich keine Eurobonds geben? Die Politik ist offenbar weder in der Lage noch willens, vernünftig zu handeln und Entscheidungen zu treffen. Offenbar sind wir doch überall schon wieder im Wahlkampf.

In Griechenland wurde auch durch den Rettungsschirm nichts gerettet, der griechische Staat ist pleite. Dabei gibt es nichts schön zu reden. Irland, Portugal und Spanien liegen am Boden. Wohin geht Italien? Was ist mit den starken Nationen? Auch die Grande Nation schwächelt bereits: Der Staatsapparat in Frankreich ist aufgebläht, die Arbeitslosigkeit ist hoch und die Wettbewerbsfähigkeit sinkt. Die zweitgrößte Volkswirtschaft der Eurozone ist im zweiten Quartal nicht mehr gewachsen. Auch im Königreich sieht es düster aus, denn dort ist die wirtschaftliche Schwäche mit nicht ignorierbaren sozialen Unterschieden verbunden. Deutschland verkündet ebenfalls, dass der Konjunkturaufschwung zu Ende ist. Die Auftragsbücher werden auch in Deutschland bis 2012 leerer werden.

Die Werbeartikelbranche spiegelt das Gesamtbild in Europa wider: Südeuropa hat es derzeit am schwersten. Moderates Wachstum war im ersten Halbjahr in Deutschland zu verzeichnen. Ansonsten Stagnation in Europa. Es zeigt sich aber auch deutlich, dass diejenigen Unternehmen einer konjunkturellen Schwäche am besten trotzen, die proaktiv, innovativ und vertrieblich stark engagiert sind. Die eng-

lische Werbeartikelbranche kämpft, aber die Unternehmen schlagen sich wacker und sind auch in der Kombination mit dem PSI sehr aktiv, was Marketingaktivitäten angeht. Gleiches gilt für die Niederlande und auch Deutschland. Die Indikatoren aus Asien müssen unsere Branche skeptisch stimmen. Viele Containerschiffe fahren wieder leer, die Frachtpreise sinken.

Umso interessanter ist die Beobachtung, dass die Unternehmen im PSI wieder stärker zusammenrücken und versuchen, die Branche mit gemeinsamen Aktivitäten stärker zu einen. Das wird deutlich sichtbar bei Workshops und Treffen zu Themen wie COC, Qualifikation, Standards und Marketingplattformen. Gemeinsame Strategien zu entwickeln und nach vorne zu gehen ist wichtiger denn je - und eine große Chance.

Es grüßt Sie



Michael Freter

Herausgeber PSI Journal

Geschäftsführer PSI

michael.freter@psionline.de



» Mit gemeinsamen Aktivitäten versuchen die Unternehmen des PSI, die Branche stärker zu einen. «

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

Feliz ERXmas

Feria Internacional del Regalo Promocional y Publicitario



Porque nos encanta **la Navidad**

PRÓXIMA EDICIÓN. 5-7 SEPTIEMBRE 2011. FERIA DE MADRID

Organización:



Reed Exhibitions Iberia, S.A.

Diputació, 119, 08015 Barcelona, Spain

T. +34 93 452 07 22 • F. +34 93 451 66 37 • exporeclam@reediberia.com

Inserentenverzeichnis/Index of advertisers:

PSI Nr.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
45561	achilles concept GmbH & Co. KG	027
	AIMFAP	085
45428	Asia Pins Direct GmbH	111
47411	badge4u	077
48159	Beutler Verpackungssysteme GmbH	037
45767	Bottle Promotions a Tacx International Company	069
48274	Brecht Profashion GmbH	037
49043	BWG	043
45452	CD-LUX GmbH	U2
48047	Clean Promotion UG	037
45081	CREAS Vertriebs-GmbH	069
42819	Gustav Daiber GmbH	007
47107	Diarpell s.r.l	047
45720	DreamPen, Polish Ball-Point Pens Producer	055
48023	Eichsfelder Technik eitech GmbH	073
48318	EKV GmbH	069
44127	Elektronica SM-Handels GmbH	013
44457	elxact Internationale Werbemittel GmbH	103
	Expo Reclam - Reed Exhibitions Iberia	110
42592	Lederfabrik Garnier GmbH	075
45737	Giving Europe B.V.	029
41048	Gutter GmbH & Co. KG	047
13656	Idee-Agent GmbH	111
42907	Inspirion GmbH	019
44212	iSi Deutschland GmbH	067
47696	Jamara e.K.	003
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	027
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	021
48222	Keyboardclean VOF	103
46131	KHK GmbH	023
41794	Karl Knauer KG	033+035
47806	Lachs & Meer SeaPearl Handelsges. mbH	031
48152	Landkaufhaus Mayer GmbH	031
42020	MBW Vertriebsges. mbH	002
48219	Memory-Clip world wide GmbH & Co KG	073
40641	Mid Ocean Brands B.V.	005
44879	NOTES GmbH & CO. KG, Niederlassung Quickborn	081
49990	O.P.S. Organizzazione Promozione Spazi s.r.l	099
40637	Plastoria	015
42233	Carl Poellath GmbH & Co. KG	069
43417	prodir GmbH	001
45471	Promodoro Fashion GmbH	063
47679	PROMOTIONSPARTNERS Marketing Services e.K.	037
	PSI Niederlassung der	
	Reed Exhibitions Deutschland GmbH	
	026, 030, 034, 036, 051, 057, 066, 068, 072, 076, 080, 109	
	Reed Exhibitions Deutschland GmbH	089
40529	Gustav Selter GmbH & Co. KG	067
48123	Silverspot Trading	103
48323	Software Partner Datenmedien-Service und Vertriebs GmbH	061
48284	Felix Solicut GmbH	031
45341	Stereo Holland-Gebäck GmbH	U3
44327	TOPICO Handels-GmbH & Co. KG	059
42876	Toppoint Deutschland GmbH	103
46311	TROIKA Germany GmbH	079
41848	uma Schreibgeräte	025
44281	VICTORINOX AG	017
44323	Zwei Brüder Optoelectronics GmbH	U4
PSI Nr.	Beilagen / Inserts (*Teilaufgabe / *Part of Circulation)	
46850	ADV PAX Lutec Vertriebs GmbH	*
46232	Kandinsky Deutschland GmbH	*
42087	Kössinger AG	*
42438	Lediberg GmbH	Lesezeichen / Bookmark



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 Werbemitteln? 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 Werbemitteln
- 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/Ursprungszeugnissen

Ihr Profil:

- kaufmännische Ausbildung/Studium im Bereich Marketing
- mehrere Jahre Berufserfahrung im Vertrieb / Direktimport von Werbemitteln
- verhandlungssicher
- kontaktfreudig
- teamfähig
- kritikfähigkeit
- eigenverantwortliches Handeln
- Wille zur Verantwortung
- unternehmerisches Denken und Eigenmotivation
- Englischkenntnisse sicher in Wort und Schrift
- anwendungssicher im MS Officepaket 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



Als Spezialist für den Import und Vertrieb von Give-Aways an Werbemittelhändler suchen wir:

Verkäufer (m/w)

Sie verfügen über Erfahrung im Vertrieb und Einkauf von Werbemitteln, sind verhandlungssicher mit Kunden sowie Lieferanten - idealerweise in Fernost - und haben Kenntnisse der verschiedenen Veredelungstechniken.

Verkaufsleitung (m/w)

Sie haben sich im Verkauf von Werbemitteln bewährt, eine kaufmännische Ausbildung abgeschlossen, möchten mehr Verantwortung übernehmen und nun die nächste Stufe der Karriereleiter erklimmen bzw. haben bereits in leitender Funktion agiert. Neben der Verkaufstätigkeit entwickeln Sie zusammen mit der Geschäftsleitung strategisch und operativ die Ausrichtung des Unternehmens im Bereich Marketing und Vertrieb.

Sehr gute Englisch- und PC-Kenntnisse setzen wir jeweils voraus. Es erwartet Sie ein junges Verkaufsteam mit kurzen Entscheidungswegen.

Interesse? Dann richten Sie Ihre aussagefähige Bewerbung mit Gehaltsvorstellung an:

Asia Pins Direct GmbH, z. Hd. Stefan Kurek,
Teltower Damm 281-283, 14167 Berlin, 030/720 200-200
stefan.kurek@apd-gmbh.de, www.asiapinsdirect.eu



ZEITLOSE HINGUCKER

Uhren – für die einen sind sie unentbehrliche Zeitanzeiger, für die anderen Prestigeobjekt. Der Werbeartikelbranche dienen sie zudem als aufmerksamkeitsstarke Werbeträger. Täglich im Blickfeld des Trägers, garantieren die Zeitmesser zahlreiche Werbekontakte. In der Oktober-Ausgabe präsentieren wir Ihnen eine Auswahl der hochgeschätzten Accessoires. Zudem stellen wir Ihnen Neuheiten und Klassiker aus den Produktgruppen „Digitale Speichermedien und Audio sowie Premiums“ vor.

Bitte denken Sie an unser Titelthema der November-Ausgabe „Mailingverstärker und Streuartikel“ sowie „Werbeartikel für Sie, Ihn und Best Ager“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen bis spätestens 16. September an: Edit Line GmbH, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, hoechemer@edit-line.de.



INSPIRATIONEN FÜR INDIVIDUELLE WERBUNG

Wie man Kunden zielgerichtet und wirkungsvoll ansprechen kann, erfährt man auf den Internationalen Werbeartikeltagen Leipzig. Rund 60 Aussteller unterbreiten am 4. und 5. September 2011 im Congress Center Leipzig (CCL) ein breit gefächertes Angebot an individuellen, originellen und innovativen Produkten, die für Werbezwecke einsetzbar sind. Wir sind für Sie vor Ort, um Eindrücke der Messe für Sie festzuhalten.



DER SELFMADEMAN

Er hat es gewagt – mit nur 23 Jahren entschied sich Volker Riedle für die Selbstständigkeit. Sein Mut zum Risiko hat sich gelohnt. Der Gründer und Geschäftsführer der Firma Bags by Riedle steht heute für exklusive Tragetaschen mit außergewöhnlicher Qualität.



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 Menzel, 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

Sandra Rienow, Tel.: +49 211 90191-258

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

SCHOKOLADEN - MÜNZEN

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



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



Design ist für uns eine
untrennbare Einheit von
Funktion und Form

LED LENSER® K2L

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

Art.-Nr. 8202-L

WERBEANBRINGUNG (mit Lasergravur)

Gravurplatte (ab 50 Stk.)

Länge: 14 mm

Höhe: 2,5 mm

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

Einer der Weltmarktführer bei LED-Metalltaschenlampen

ZWEIBRÜDER® OPTOELECTRONICS

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