Düsseldorf · G-30212

PSI JOURNAL

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

Andrea Lutz
hat's company
Hut ab vor
Hat's Company

Martin Strauch
Wera Werk
Ideenschmiede für
Schraubwerkzeuge

Promoturk powered by PSI
Europa im Visier

25 Jahre bwg, 25. Trend
Anlass zum Feiern

Werbeartikel-Guide
Mailingverstärker,
Streuartikel,
Produkte für Sie und Ihn

zipOn Deutschland
Textil-Veredler auf
höchstem Niveau

LED LENSER®

Creating New Worlds of Light

Design ist für uns eine untrennbare Einheit von Funktion und Form

LED LENSER® K2L

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

Art.-Nr. 8202-L

WERBEANBRINGUNG (mit Lasergravur)

Gravurplatte (ab 50 Stk.)
Länge: 14 mm
Höhe: 2,5 mm

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

Einer der Weltmarktführer bei LED-Metalltaschenlampen

ZWEIBRÜDER® OPTOELECTRONICS

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

EDITORIAL

GESCHENKKULTUR?

Beim Weihnachtsgeschäft muss man sich nicht lange streiten, ob die Bezeichnung Geschenk, Werbe-Geschenk oder gar nur Werbeartikel erlaubt ist. Alles ist erlaubt, denn es ist von all dem etwas: Es ist ein Geschenk, mit dem man für sich werben will und deshalb kommt es als Werbeartikel daher. Viel könnte man zu dem Thema philosophieren, wirklichen Sinn macht das aber nicht.

Es kommt einzig darauf an, ob der Schenker mit seinem Weihnachts-Werbe-Geschenk das anvisierte Ziel erreicht, nämlich Werbewirkung. Ich zweifle daran: Denn viele dieser Gaben wandern bei mir und meinen Geschäftsfreunden nach kurzem Check in den Papierkorb. Und ich habe mehr als 20 Unternehmer und leitende Angestellte zu diesem Thema befragt. Woran liegt es also, dass so viele dieser Weihnachts-Werbe-Geschenke ihr Ziel nicht erreichen?

Manfred Schlösser

Nach Auskunft der Befragten weiß man in der Regel einfach nicht, was man damit soll - will heißen, sie sind nutzlos. Aber der Nutzen ist doch das, was den Werbeartikel gegenüber anderen Werbeformen so attraktiv macht. Was also ist passiert? Liegt es vielleicht am Weihnachtsfest selbst, das den Geschenkdruck so erhöht, dass gar nichts Vernünftiges dabei rumkommen kann? Jeder will sich positiv in Erinnerung bringen und hat auf diesem Weg schon fast alles mal „verschenkt". Liegt es an mangelnder Beratung? Sucht immer noch die Sekretärin nach ihrem Gusto aus? Oder sind die Etats so reduziert, dass nur Krimskrams dabei herauskommt? Sind es die neuen Compliance-Regeln, die oft auch die kleinste Lebensfreude in amerikanischem Puritanismus ersticken?

Fragt man hierzu Fachleute der Branche, weiß es niemand genau. Tatsache aber ist, dass immer weniger Pfiff, immer weniger individuelle Note und immer weniger Wertschätzung die Weihnachts-Werbe-Geschenke bestimmen. Aber damit ich nicht an einer Mail-Flut ersticke: Sicher gibt es sie noch tausendfach, die tollen Ideen und Produkte. Um die geht es hier aber nicht, sondern es geht um einen Trend, den offensichtlich viele so sehen. Besinnung ist also angesagt.

Vielleicht sollte man Kunden Alternativen aufzeigen, die individueller und wirkungsvoller sein können, als mit im Weihnachts-Schwarm zu schwimmen – etwa Geburtstage nutzen? Die Ferien als Aufhänger nehmen? Oder Erfolge des Kunden als Grund für einen „herzlichen Glückwunsch" nutzen? Gelegenheiten gibt es viele – auf jeden Fall genügend, um sich im kommenden Jahr wirkungsvoller in Erinnerung zu bringen.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal
schloesser@psi-journal.de

Full metal jacket.

Probieren Sie jetzt persönlich die jüngste Version des ES1 im edlen Metallgewand.
ES1 Metal

Personality pens. Swiss made. prodir®

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

MAILINGVERSTÄRKER UND STREUARTIKEL 24

Oft sind es die kleinen, feinen Aufmerksamkeiten, die in Erinnerung bleiben. Und davon hat die Werbemittelbranche jede Menge zu bieten. Ob direkt überreicht oder per Post übermittelt: Mailingverstärker und Streuartikel vermögen Eindrucksvolles zu leisten. Wir stellen Ihnen die unaufdringlichen „Werberlinge" in unserem Produkt-Guide ab Seite 24 vor. Zudem präsentieren wir Ihnen Werbeartikel für Sie, Ihn und Best Ager.

TRENDS & BRANDS	Jeder Tag ein Fest	4
	Hüte machen Leute	6
PSI MESSE AKTUELL	Aktuelle Informationen zur 50. PSI 2012	8
FOKUS	Markenprodukte als Werbeartikel: Marken bieten Mehrwert	12
JOURNAL	Nachrichten aus Wirtschaft, Politik und Business	20
MAILINGVERSTÄRKER UND STREUARTIKEL	Die kleinen, entzückenden Werberlinge	24
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	48
	Promoturk powered by PSI: Europa im Visier	52
	25 Jahre bwg und 25. Trend: Ein Grund zum Feiern	56
	Premiere marke[ding] Wien: Attraktive Messe im Bilderbuch-Ambiente	60
	8. Werbemitteltag Heilbronn: Alles für den Endspurt	64
	top display – cool & trendy: „EisZeit" in Hamburg	66
PRODUKTE FÜR SIE, IHN UND „BEST AGER"	Apartes für Damen und Herrn	68
UNTERNEHMEN	Wera Werk – Hermann Werner GmbH & Co. KG: Ideenschmiede für Schraubwerkzeuge	86
	zipOn Deutschland: Textil-Veredler auf höchstem Niveau	90
PORTRAIT	Andrea und Jochen Lutz: Hut ab vor Hat's Company	94
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	98
MY PSI	Ausstellerliste der 50. PSI 2012	106
	Informationen für PSI Mitglieder	112
MEINUNG	Tue Gutes ...	114
IMPRESSUM		116

MARKEN BIETEN MEHRWERT 12

Marken stehen für Qualität sowie für einen hohen Anspruch an Design und Funktionalität. Sie verkörpern Werte wie Vertrauen, Treue und Kundenbindung und auch der emotionale Aspekt spielt eine große Rolle. Die Macht der Marken ist unbestreitbar. Wie kann die Werbeartikelindustrie die Wirkung der Marke für sich nutzen? Fakten und Erfahrungen aus der Branche.

PROMOTURK POWERED BY PSI: EUROPA IM VISIER 52

Die 26. Auflage der Promoturk ging vom vom 22. bis 25. September im Messezentrum CNR Expo in Istanbul über die Bühne. 137 überwiegend türkische Aussteller zeigten, was die aufstrebende Wirtschaftsnation an Werbeartikeln zu bieten hat. Eine Traditionsveranstaltung, die in eine neue Ära aufbrach: Die Kooperation mit PSI soll der Messe nicht nur das geschätzte PSI Logo bescheren, sondern auch die Chance bieten, vom weltweiten PSI Netzwerk zu profitieren.

25 JAHRE BWG UND 25. TREND: ALLER GRUND ZUM FEIERN 56

Für den Bundesverband der Werbeartikel-Berater und -Großhändler (bwg) gibt es in diesem Jahr gleich zwei gute Gründe zum Anstoßen: das 25-jährige Bestehen des bwg und der Trend. Gefeiert wurde das Doppel-Jubiläum am 16. und 17. September mit einer Produktshow sowie einer Abendveranstaltung der Extraklasse.

ANDREA UND JOCHEN LUTZ: HUT AB VOR HAT'S COMPANY 94

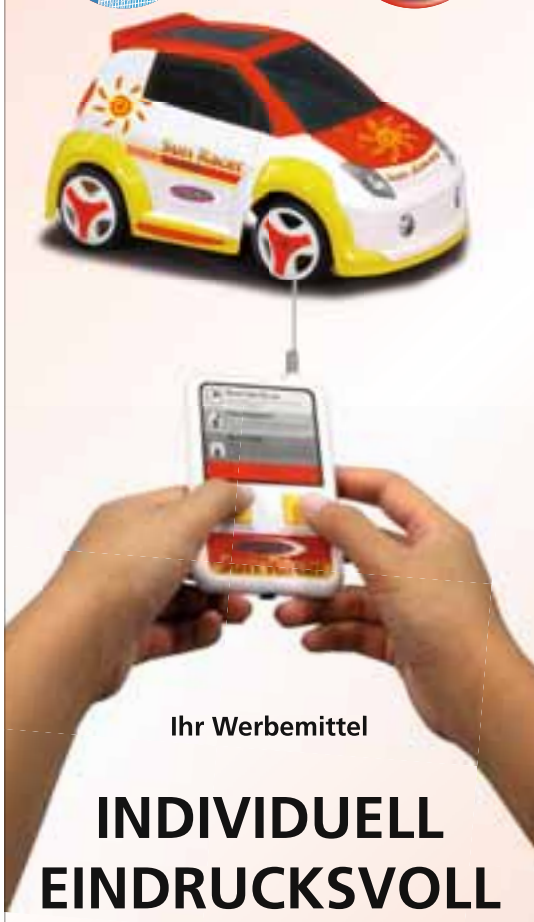
Gemeinsam mit ihrem Mann Jochen vertreibt Andrea Lutz von der Schwäbischen Alb aus Kappen und Textilien und versucht so, die Welt ein bisschen bunter zu machen. Ganz ohne Vorkenntnisse hat die Geschäftsführerin mit Hat's Company den Schritt in die Werbeartikelbranche gewagt. Was als kleines Unternehmen startete, hat sich zu einem mittelständischen Betrieb gemausert mit Dependancen in China, USA, Italien und der Schweiz.

JAMARA GERMANY

www.jamara.com

Ihr Spezialist für

WERBEMITTEL
SPIELWAREN
MODELLBAU



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

Besuchen Sie uns auf der Messe

PSI
Mgl. Nr. 47696

Stand 12D05

FONDUE SET FÜR GESELLIGE ABENDE
Inspirion GmbH
PSI Nr.: 42907
www.promotiontops.eu

EDLE TRÜFFEL-PRALINÉS IN HERZFORM
Beyrau & Rex GbR
PSI Nr.: 48157
www.beyrau-rex.de

GLÜHWEINGEWÜRZ OHNE GLUTAMAT
Multiflower GmbH
PSI Nr.: 45974
www.multiflower.de

GLÄSER FÜR EINEN GLAMOURÖSEN ABEND
SWAROVSKI (DEUTSCHLAND) GMBH
PSI Nr.: 47912
www.swarovski.com

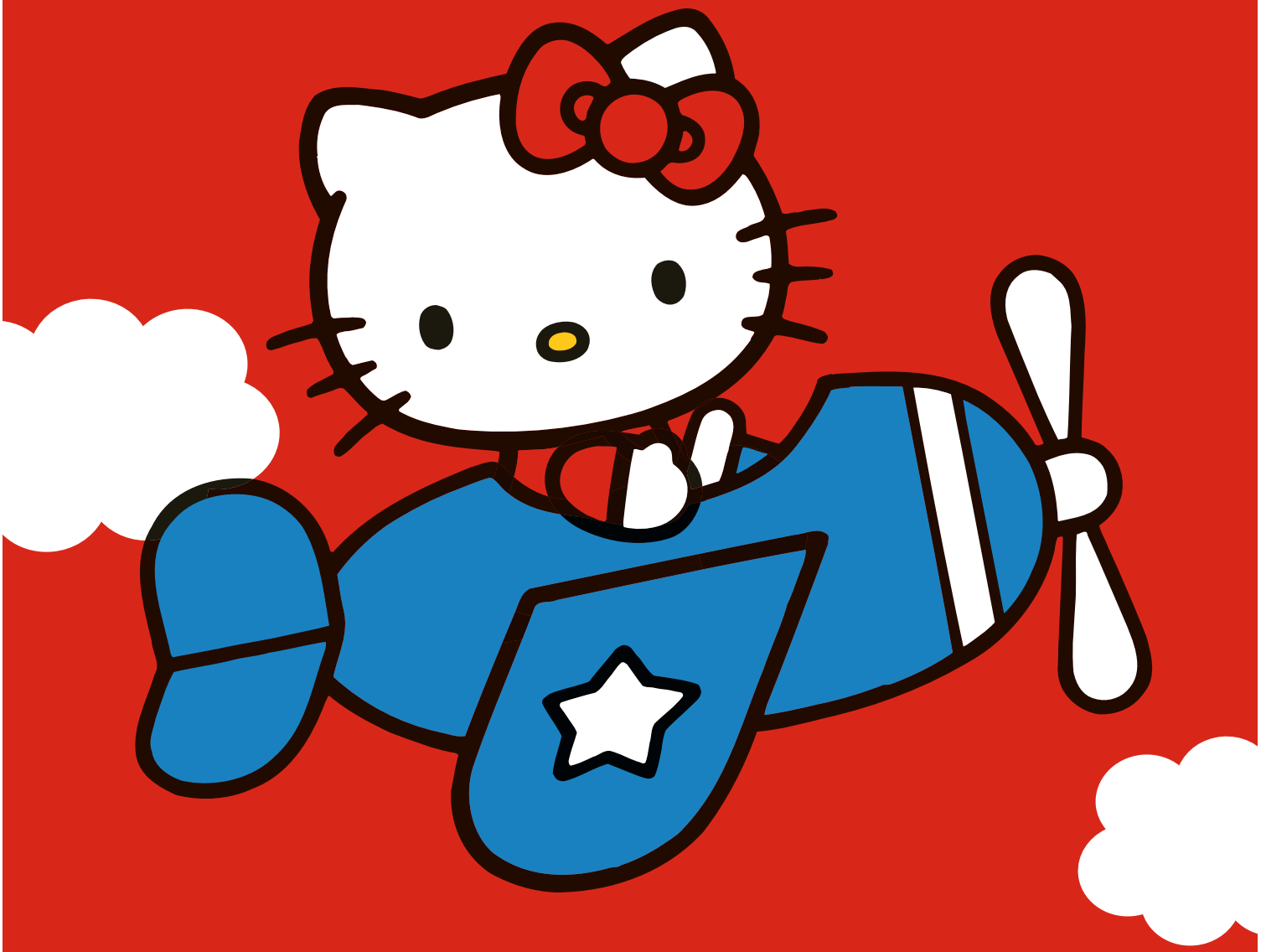
EDLES COCKTAIL SET
Mid Ocean Brands B.V.
PSI Nr.: 40641
www.midoceanbrands.com

JEDER TAG EIN FEST

Feiern, was das Zeug hält – das können Menschen auf der ganzen Welt. Ob beim Münchener Oktoberfest, dem Karneval in Rio de Janeiro oder dem „Tomatina" im spanischen Ort Buñol. So unterschiedlich, wie die Feste auch sind, haben sie doch eines gemeinsam: Menschen, die unbeschwerte Momente fernab vom Alltag genießen. Es wird gelacht, gegessen, gesungen und getanzt und das am besten mit Freunden und Bekannten. Denn wie heißt es so schön: Geteilte Freude ist doppelte Freude. Nun steht nicht immer ein Fest, wie wir es allgemein definieren, vor der Tür. Doch, sagt die PSI Redaktion. Denn jeder Tag bietet 86.400 Sekunden, Dinge zu sehen und zu erleben. Feste sind schließlich die Kür des Lebens. <

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 verfügben 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.

www.midoceanbrands.com **sales.deutschland@midoceanbrands.com**

midoceanbrands

MODISCHE WINTERMÜTZE FÜR BESONDERS KALTE TAGE
Beechfield Brands Limited
PSI Nr.: 46002
www.beechfield.com

TRENDIGER CORDHUT RADRENNMÜTZE
Gustav Daiber GmbH
PSI Nr.: 42819
www.daiber.de

LEICHTER SOMMERHUT IN STARKEN FARBEN
Mid Ocean Germany GmbH
PSI Nr.: 42042
www.midoceanbrands.com

SPORTLICHE MILITARY CAP
Inspirion GmbH
PSI Nr.: 42907
www.promotiontops.eu

PANAMAHUT ZUM FALTEN
Brecht Profashion GmbH
PSI Nr.: 48274
www.brecht-profashion.de

HÜTE MACHEN LEUTE

Das englische Königshaus trägt sie seit Jahren mit Vorliebe – nun haben sie auch als Trend-Accessoire wieder die Modewelt erobert: Hüte. Die Kopfbedeckung, die heute variantenreich zu Jeans und T-Shirt oder Anzügen getragen wird, lässt Mann und Frau nicht nur leger aussehen. Der Hut schützt seine Träger zudem vor Kälte, Nässe, Sonnenstrahlen und Verletzungen. Zu diesem Zweck war er auch einst erfunden worden. Wie Felszeichnungen zeigen, haben Menschen bereits in der Steinzeit Kopfbedeckungen zum Schutz getragen. Über Jahrhunderte waren Hüte zudem Symbol für sozialen Status und Gruppenzugehörigkeit. Das sind sie auch heute noch. An Bedeutung gewonnen hat jedoch ihre Funktion als Modeaccessoire. Schauspieler, Sänger und Politiker haben Hüte zu ihrem Markenzeichen gemacht und damit dazu beigetragen, dass man heute nur sagen kann: Hut ab vor einer Kopfbedeckung, die ganze Epochen der Geschichte geprägt hat. <

RIEDLE
Look at me!
Bags by Riedle
Unsere Tragetaschen gehören heute in jeden Mediamix. Deshalb kaufen Ihre Kunden auch immer wieder nach. Und weil wir top Qualität extrem schnell und flexibel liefern. Werden auch Sie zum Immer-Wieder-Verkäufer. Look at me! www.riedle.de

50. PSI: 11. BIS 13. JANUAR 2012

WICHTIGE INFORMATIONEN FÜR MESSEBESUCHER

Am 11. Januar ist es soweit: Die 50. PSI 2012 öffnet ihre Pforten. Damit ist es langsam an der Zeit, die Messeplanung in Angriff zu nehmen. Um die praktischen Vorbereitungen des Messebesuchs so einfach und so angenehm wie möglich zu machen, haben wir wichtige Informationen und Services für Sie zusammengestellt.

ONLINE-VORREGISTRIERUNG

Besucher der PSI Jubiläumsmesse sollten sich die Vorteile der Online-Vorregistrierung nicht entgehen lassen. Dieser Service spart nicht nur das Anstehen am Counter, sondern vor allem auch bares Geld. Dafür bietet das PSI zur 50. PSI 2012 Online-Tickets zum Frühbucherpreis. Die Tickets können bequem zu Hause ausgedruckt werden. Wie dies funktioniert, wird in einfachen Schritten erklärt unter: *www.psi-messe.com/tickets*. Den Frühbucherrabatt für Online-Tickets gibt's bis zum 30. November 2011. Ab 1. Dezember 2011 gilt dann der Online-Preis. Direkt in Düsseldorf erhalten Besucher die Tickets zum regulären Messepreis. Weitere Informationen unter:
www.psi-messe.com/tickets

TICKET-PREISE IM ÜBERBLICK

57 Euro: Frühbucher-eTicket bis 30.11.2011
67 Euro: Ticket ab 01.12.2011
77 Euro: Vor-Ort-Ticket (11. – 13. Januar 2012)

PSI TRAVEL CENTER

Vor der PSI Messe haben Messeteilnehmer vieles zu organisieren. Um die praktischen Vorbereitungen des Messebesuchs so einfach und so angenehm wie möglich zu machen, gibt es zum Glück das PSI Travel Center. Alle Informationen rund um Ihre Reise nach Düsseldorf finden Sie kompakt und übersichtlich unter *www.psi-messe.com/anreise*. Vor allem der Service zur Hotelreservierung spart Zeit und Nerven: Ob in der Nähe des Messegeländes oder in der Innenstadt, ob 2-, 3-, oder 4-Sterne-Kategorie – das PSI Travel Center bietet Ihnen eine passende Hotelunterkunft und weitere Reiseservices und kümmert sich individuell um Ihre Anfrage. Detaillierte Infos erleichtern die Anreise, besonders praktisch ist auch das hinterlegte Hotelbuchungsformular. Ein lohnendes PSI Serviceangebot ist das Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn. Dank der Kooperation von PSI und der Deutschen Bahn reist man entspannt und sicher zur PSI 2012.

SPEZIELLES UNTERKUNFTSANGEBOT FÜR INTERNATIONALE NEU-MITGLIEDER

Ein attraktives Angebot in puncto Unterkunft bietet PSI seinen internationalen Neu-Mitgliedern und denjenigen, die die Messe länger als zwei Jahre nicht besucht haben. Sie erhalten eine Übernachtung in einem der PSI Partner-Hotels kostenfrei. Bei Interesse schicken Sie bitte eine E-Mail an: *visitors@psi-messe.com.*

INTERAKTIVER HALLENPLAN

Hilfreiche Unterstützung bei der Messeplanung bietet der interaktive Hallenplan unter *www.psi-messe.com*. Messebesucher können über das nützliche Tool nicht nur gezielt Aussteller suchen, sondern auch eine persönliche Messeroute entwerfen.

ORIENTIERUNG AUF DER MESSE

Zur Jubiläumsmesse erwartet PSI Besucher aus der ganzen Welt. Mehrsprachige Info-Hostessen, die Sie an den Hallenübergängen erwarten, erleichtern den internationalen Gästen die Orientierung auf der 50. PSI 2012. Zudem lohnt sich ein Blick in die mehrsprachigen Besucherbroschüren, die in Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch erhältlich sind.

NEWSLETTER „AUSSTELLER BERICHTEN"

Ob Gewinnspiel, Sektempfang oder Standparty – auch auf der 50. PSI 2012 bieten Aussteller wieder zahlreiche Events und Aktionen während der Messetage. Über die vielfältigen Aktivitäten der Aussteller informiert der Newsletter „Aussteller berichten". Aber auch Facebook, Twitter und Xing liefern Informationen zu den Events der kommenden PSI in kompakter Form.

HALLE13

Wer auf der Suche nach Neuentwicklungen ist, der ist in HALLE13 richtig. Hier präsentieren Erfinder, Start-ups und innovative Unternehmen frische Ideen, faszinierende Erfindungen und serienreife Neuprodukte. In HALLE13 erwartet Besucher zudem eine Produktpräsentation der besonderen Art: THE WALL heißt eine rund 80 Meter lange Wand, in der Aussteller ihre innovativen Produkte in Szene setzen. Besucher können die Neuheiten hier nicht nur betrachten, sondern auch fühlen und erleben. Bei Interesse für ein Produkt bringt der „WALL-Autoshuttle" Besucher direkt zum Hersteller ihrer Wahl.

GUIDED TOURS

Auch zur kommenden PSI werden wieder die beliebten Guided Tours angeboten. Kurze Live-Präsentationen und der persönliche Dialog mit dem Aussteller verhelfen den Teilnehmern der thematischen Messerundgänge zu einem raschen wie kompakten Überblick über Trends und Produktinnovationen. <

uma®

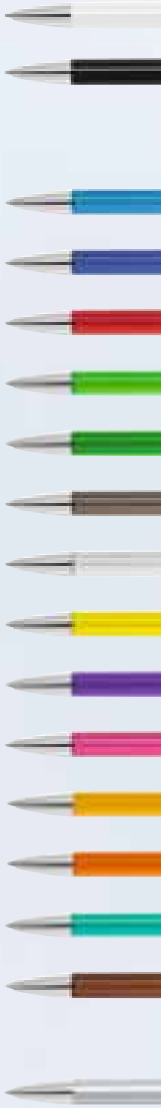
Die Handschrift der Werbung

CANDY

Der Unwiderstehliche

CANDY SI
0-0124 SI

CANDY transparent SI
0-0124 T-SI



www.uma-pen.com

uma Schreibgeräte

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

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

50. PSI; 11. BIS 13. JANUAR 2012

KREATIVE KÖPFE IN HALLE13

Das PSI holt die Erfinder auf die Jubiläumsmesse. Vom 11. bis 13. Januar 2012 präsentieren Erfinder, Start-ups und innovative Unternehmen in HALLE13 des Düsseldorfer Messegeländes frische Ideen, faszinierende Erfindungen und serienreife Neuprodukte. Von „noch nie dagewesen" bis „einfach ganz anders" reicht die Bandbreite der innovativen Produkte.

KOOPERATION ZWISCHEN DEM PSI UND DER IENA NÜRNBERG

Eine Kooperation zwischen dem PSI und der iENA Nürnberg, der weltweit führenden Fachmesse für Ideen, Erfindungen und Neuheiten, macht das Mehr an innovativen Produkten möglich. Ziel dieser vom PSI initiierten Zusammenarbeit ist es, ungewöhnliche und kreative Produktneuheiten und Erfindungen für die anspruchsvolle und schnelllebige Werbebranche auf den Weg in den Markt zu fördern.

DAS GÜNSTIGE HALLE13-JUBILÄUMSPACKAGE

Für Erstaussteller, die dieses hochwertige Umfeld für sich nutzen möchten, bietet PSI ein besonders günstiges HALLE13-Jubiläumspackage für nur 1795 Euro (zzgl. MwSt) an. Das Angebot ist limitiert auf 50 Plätze, die Vergabe erfolgt nach Eingang der Anmeldung beim PSI. Das Package enthält einen Präsentationscounter mit Hocker, Teppich, Stromanschluss sowie allen Nebenkosten. Auch ein Ausstellerausweis und das PSI Marketing- und Presse-Paket sind enthalten. Dass man von den Besuchern schnell gefunden wird, dafür sorgen die Auflistung unter *www.halle13.net*, der HALLE13-Übersichtsplan sowie der Magalog-Eintrag. Kontakt: Dirk Schmellekamp, dirk.schmellekamp@reedexpo.de, Tel.: +49 0211 90191-112. <

HALLE13: BEWERBEN SIE SICH FÜR EIN FENSTER IN THE WALL

Ergänzt wird das Angebot in HALLE13 durch eine komplett neuartige Möglichkeit der individuellen Produktpräsentation. THE WALL heißt eine rund 80 Meter lange Wand, in der Aussteller verschiedenartige Boxen buchen können, um herausragende Produkte optimal in Szene zu setzen. Hier kann der Besucher Neuheiten sehen, fühlen und erleben. Nutzen Sie diese außergewöhnlich aufmerksamkeitsstarke Präsentationsfläche und bewerben Sie sich für ein individuelles Fenster in THE WALL. Unter anderem werden folgende Lieferanten Neuheiten in THE WALL vorstellen: Prodir S. A., Spranz GmbH, Gustav Daiber GmbH, Stilolinea Srl., Troika Germany GmbH, Ritter-Pen GmbH, Koziol-ideas for friends GmbH, Brisa Entertainment GmbH, Ballograf A.B. Kontakt: Kerstin Gebel, E-Mail: kerstin.gebel@reedexpo.de, Tel.: +49 211 90191 - 184.

REBOOKING FÜR DIE 51. PSI 2013

JETZT SCHON STANDFLÄCHE FÜR 2013 RESERVIEREN

Ob man nun seinen bisherigen Stand behalten oder sich eine neue Standfläche sichern möchte: Frühzeitiges Rebooking gibt Planungssicherheit. Deswegen empfiehlt PSI allen Ausstellern, schon jetzt an die Reservierung der Standflächen für die 51. PSI 2013 zu denken. Für das Rebookingverfahren gelten folgende Konditionen: Die unverbindliche Reservierung einer Standfläche ist ab sofort möglich. Bis zum 12. Januar 2012 kann die aktuelle Standfläche vom jetzigen Standinhaber garantiert zurückgebucht werden. Alle Standflächen, die bis zu diesem Zeitpunkt nicht zurückgebucht wurden, gehen ab 13. Januar 2012 in den freien Verkauf. Bei Buchung bis zum 31. Januar 2012 profitieren Aussteller außerdem von supergünstigen Frühbucher-Konditionen. Diese Sonderkonditionen gelten nicht für das oben beschriebene HALLE13-Jubiläumspackage. Anlaufstelle für Standflächen-Beratung und Rebooking ist der PSI Stand in HALLE13. Kontakt: sales@psi-messe.com, Tel.: +49 211 90191-600. <

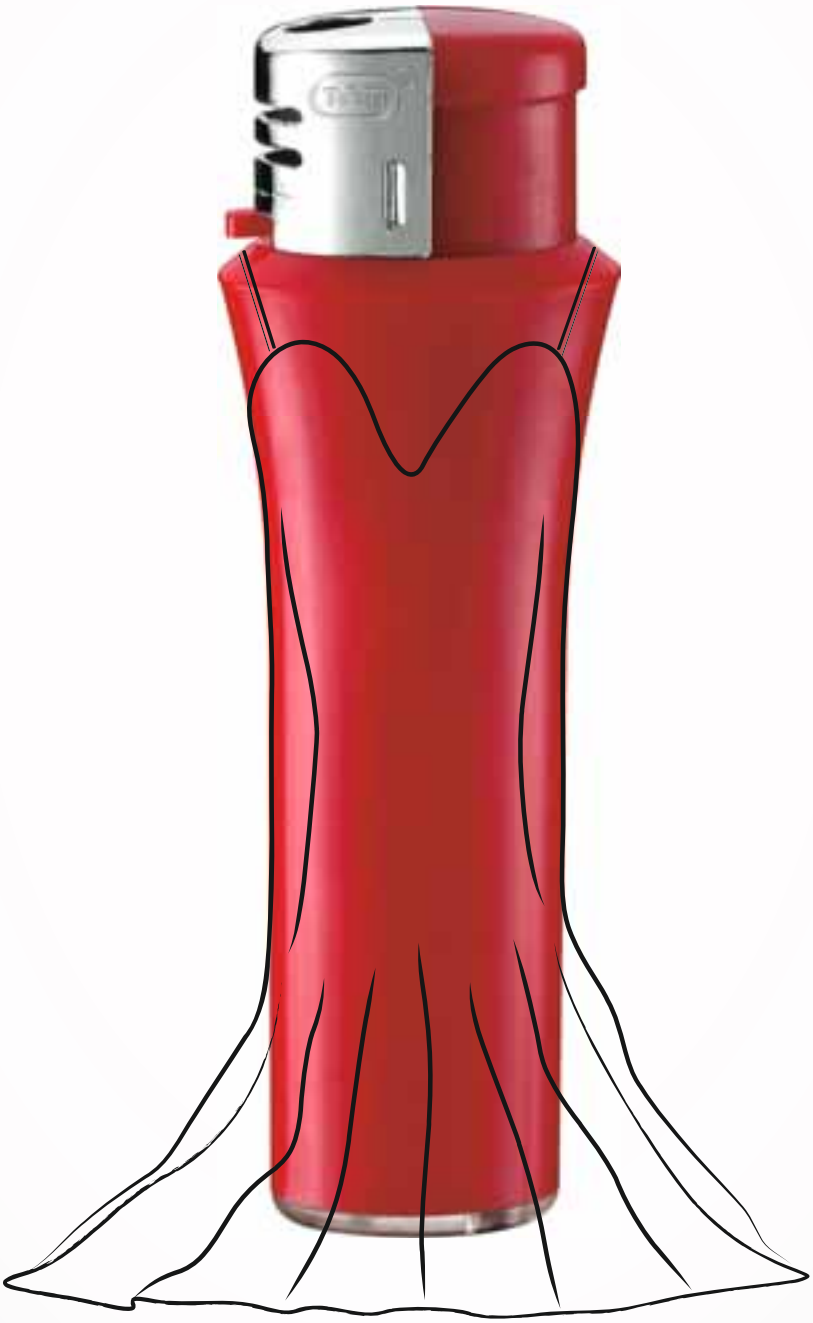
EXKLUSIVE MARKETING-ANGEBOTE FÜR AUSSTELLER

GEZIELT FÜR DEN EIGENEN MESSEAUFTRITT WERBEN

Für eine erfolgreiche Messeteilnahme sollte jeder einzelne Aussteller auch zusätzlich potenzielle Interessenten für einen gezielten Besuch an seinem Stand motivieren. Hilfreich sind dabei die exklusiven Marketing-Angebote des PSI. Zu ihnen gehören etwa die Smart Services, die zur kommenden PSI besonders vielseitig ausfallen. Die Werbemöglichkeiten reicht von Print- und Online-Werbung über Eventsponsoring bis hin zur Werbung im Eingangsbereich der Messe. Ein weiteres attraktives Marketingangebot sind die Guided Tours, mit deren Hilfe Aussteller ihre Produkte unmittelbar den interessierten Fachbesuchern vorstellen können. Im Rahmen der geführten Messerundgänge informieren Lieferanten in Form von Kurzpräsentationen über die neuesten Produkte und Innovationen ihres Unternehmens. Nicht zuletzt können ausstellende Unternehmen bereits vor der Messe im Newsletter „Aussteller berichten" für ihre Standaktionen, Gewinnspiele und anderen Werbemaßnahmen werben. Gerne nimmt das PSI Team ihre Informationen, Pressemitteilungen und Termine entgegen. Kontakt: Nina Schiffhauer, nina.schiffhauer@reedexpo.de. <

Haute Couture zum kleinen Preis

GET YOUR FREE SAMPLE NOW!



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! TOM®

MARKENPRODUKTE ALS WERBEARTIKEL

MARKEN BIETEN MEHRWERT

Marken stehen für Qualität sowie für einen hohen Anspruch an Design und Funktionalität. Sie verkörpern Werte wie Vertrauen, Treue und Kundenbindung und auch der emotionale Aspekt spielt eine große Rolle. Die Macht der Marken ist unbestreitbar. Wie kann die Werbeartikelindustrie die Wirkung der Marke für sich nutzen? Fakten und Erfahrungen aus der Branche.

Mit Marken kommen wir tagtäglich in Berührung, bewusst und unbewusst. Manchen bleiben wir jahrelang treu, wir kaufen sie fast unbesehen, weil die Produkte unseren Geschmack treffen, weil wir sie mögen, oder vielleicht auch nur, weil sie ein bestimmtes Lebensgefühl repräsentieren, mit dem wir uns verbunden fühlen. Eine besondere Beziehung haben wir meistens zu Modelabels oder Kosmetikmarken. Die größte Markentreue beweisen die deutschen Verbraucher nachweislich bei Gesichtscreme, gefolgt von Zahncreme, Shampoo, Schokolade, Kaffee und Bier. Viele Menschen sind bereit, erstaunlich viel Geld auszugeben, nur um ein gewisses Schildchen oder ein namhaftes Logo vorzuführen. Kunden werden zu „Markenfans“ und kaufen ihre „Lovebrand“ – oft auch wider besseres Wissen um ihre Schwächen. Sie bleiben ihrer Marke treu, in die sie blindes Vertrauen setzen. Dieses Phänomen kennen wir von persönlichen Beziehungen: Die emotionale Bindung und das Zugehörigkeitsgefühl sind so stark, dass Betroffene rationalem Denken kaum noch zugänglich sind. Alltagserfahrungen, die zeigen, dass die Markenstrategien der Hersteller funktionieren.

MARKEN BIETEN ZUSATZNUTZEN

Markenpolitik umfasst den Aufbau und die Pflege von Produkten als Markenartikel. Sie treten als Produkt- oder Einzelmarken, Markenfamilien oder Produktgruppenmarken (Produktlinien) sowie als als Dach- oder Firmenmarken in Erscheinung. Als Marke oder Brand bezeichnet man eine Ware oder Dienstleistung mit eigener Kennzeichnung und gleichbleibender Qualität oder Leistung, die sich durch bestimmte Merkmale vom Wettbewerb abgrenzt. Markenpersönlichkeiten entstehen durch spezifische Eigenschaften, die dem Verbraucher aus seiner Sicht einen standardisierten Nutzen bringen. Dies führt zur Identifikation mit der Marke – mit dem Ergebnis, dass der Verbraucher „seine“ Marke bevorzugt kauft. Marken bieten immer einen Zusatznutzen über den eigentlichen

Produktnutzen hinaus, wie etwa Prestige, Anerkennung, Genuss und Sicherheit, und das sind meist die eigentlichen Gründe, warum sie gekauft werden. Ist dem Marketing die Kundenbindung durch Schaffung von Markentreue gelungen, bescheren Marken dem Hersteller stetigen und sicheren Absatz. Erfolgreich aufgebaute Marken besitzen ein bestimmtes Image, das sich auch auf andere Produkte übertragen lässt und mit dem Firmenimage korrespondiert.

MARKENTREUE DURCH VERTRAUEN UND IDENTIFIKATION

Allerdings ist die Markentreue der deutschen Verbraucher rückläufig, die Wechselfreude so hoch wie nie. Wie eine Studie des Marktforschungsunternehmens GfK in Zusammenarbeit mit der Werbeagentur Serviceplan vom Frühjahr dieses Jahres zeigt, verlieren Marken des täglichen Bedarfs pro Jahr im Mittel etwa 40 Prozent ihrer Stammkunden. Das ist alamierend, denn treue Wiederkäufer sind das Fundament, auf das Markenhersteller bauen können: Sie erzielen mit Stammkunden rund 60 bis 70 Prozent ihres Umsatzes – und das ganz ohne Werbe- und Vermarktungskosten, wie es bei der Neukundenakquise der Fall ist. Ein entscheidender Faktor im Zusammenhang mit Markenloyalität ist das Vertrauen der Verbraucher in die Marke. Je größer das Vertrauen, umso höher ist der Stammkundenanteil und umso schneller wächst auch ihr Marktanteil, wie die Studie belegt. Woran liegt es nun, dass sich immer mehr Hersteller damit schwertun, Stammkunden zu gewinnen und auch langfristig zu halten? Am wahrscheinlichsten sei Vertrauensverlust der Grund für die schwindende Markentreue, äußerte sich

NUTZENSTIFTENDE FUNKTIONEN VON MARKEN AUS SICHT DER KONSUMENTEN

Orientierungs- und Identifizierungsfunktion
Wesentliche Orientierungshilfe bei der Auswahl von Waren oder Dienstleistungen, erhöht die Markttransparenz, verringert den Such-und Informationsaufwand.

Informationsfunktion
Marken liefern mehr Produktinformationen als No-Name-Produkte, was den Kaufentscheidungsprozess vereinfacht. Wiederkauf spart Zeit und Aufwand.

Vertrauensfunktion
Der Marke wird wegen ihrer Bekanntheit, Kompetenz und Identität Vertrauen entgegengebracht.

Prestigefunktion
Das Produkt verleiht dem Kunden im sozialen Umfeld ein gewisses Prestige. Konsumenten nutzen das Produkt über die rein funktionale Bedürfnisbefriedigung hinaus zum Ausdruck ihrer Persönlichkeit.

Markenimage: Fremdbild der Marke
Ein in der Psyche relevanter Zielgruppen verankertes, verdichtetes Vorstellungsbild einer Marke. Bedingung für die Entstehung eines Vorstellungsbildes ist die Bekanntheit einer Marke.

Identitätsstiftungsfunktion
Der Nachfrager überträgt Attribute der Marke auf sich selbst, definiert so sein Eigenbild und bringt seine soziale Gruppenzugehörigkeit zum Ausdruck.

NUTZENSTIFTENDE FUNKTIONEN VON MARKEN AUS DER SICHT DER ANBIETER

Qualitätssicherung
Um das Versprechen der Marke einzulösen, muss das Qualitätsniveau dauerhaft hochgehalten werden: Überdurchschnittliche Gebrauchs- oder Funktionstüchtigkeit, Lebensdauer, Wertbeständigkeit der Produkte bedeuten Verpflichtung, aber auch Wettbewerbsvorteil. Hierzu gehören auch Aspekte wie der ethische Markenwert (CSR, Umweltverträglichkeit).

Präferenzbildung auf Nachfrageseite
Abgrenzung gegenüber Wettbewerb, Absatzsteigerung, Erhöhung des ökonomischen Markenwertes, positive Wirkung auf Unternehmensimage.

Kundenbindung
Zufriedenheit beim Kunden führt zu wachsendem Kundenstamm. Erhöhte Auslastung der Kapazitäten und Planungssicherheit.

Differenzierte Marktbearbeitung
Erhöhung des preispolitischen Spielraums. Er ist umso größer, desto glaubwürdiger das Produkt als Besonderheit dargestellt und vom Kunden als solche empfunden wird.

Steigerung des Unternehmenswertes

Quelle: Bedeutung der Marke und empirische Erfassungskonzepte, Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH, 2010

Serviceplan-Gründer Peter Haller gegenüber dem „Handelsblatt“ in einem Kommentar zur Studie. Fast die Hälfte der 100 wichtigsten Marken ändere alle zwei Jahre ihren Slogan und ihren Werbeauftritt. Es bestehe möglicherweise ein Zusammenhang mit der Tatsache, dass in der Markenartikelindustrie etwa alle zwei bis drei Jahre die Marketingspitze neu besetzt werde und jeder neue Markenchef seine Handschrift hinterlassen möchte, mutmaßt der Werbeprofi. Es gilt also, dem Vertrauensverlust durch konsequente Markenführung entgegenzuwirken.

MARKEN-WERBEARTIKEL WIRKEN DURCH IMAGETRANSFER

Der Aspekt der Kontinuität ist sicherlich bei Markenartikeln extrem wichtig: Vertrauen ist etwas Langfristiges, das man nur gegenüber einer Sache oder einer Person entwickeln kann, die einen bleibenden Kern, feste Werte und Attribute besitzt, auf die man sich verlassen kann und möchte. Insofern ist der sorgsame Umgang mit einer Marke und deren kontinuierliche Pflege und Entwicklung von entscheidender Bedeutung. Dies gilt zwar für Marken ganz besonders, aber auch für jedes Produkt und jede Produktlinie, die länger als eine Saison überleben soll. Es betrifft auch die Werbeartikelwirtschaft, auch hier zahlt sich die Investition in Produktentwicklung aus. In der gegenständlichen Werbung treffen, ergänzen und verstärken sich Marken gegenseitig und zeigen ihre geballte Stärke und immense Kommunikationsleistung. Schauen wir uns die oben (siehe Kasten Seite 13) definierten Marken-Funktionen an, dann wird rasch deutlich, was Marken-Werbeartikel leisten, und zwar noch zusätzlich zu ihrem normalen Produktnutzen und ihrer inzwischen auch empirisch in PSI und GWW-Studien nachgewiesenen Werbewirkung. Damit erfüllen sie auch in besonderer Weise die wichtigsten drei von Unternehmen im aktuellen Werbeartikel-Monitor formulierten Ziele des Werbeartikeleinsatzes: Kundenbindung, Stärkung des Bekanntheitsgrades und Imageaufbau. Hier liegt der Schlüssel für die hohe Wirksamkeit von Marken-Werbeartikeln.

WERBEARTIKEL UND MARKEN ERGÄNZEN SICH

Werbeartikel und Marken haben eine besonders enge und sich gegenseitig stimulierende Beziehung. Denn Werbeartikel eignen sich besonders gut für die Markenkommunikation, wie der in diesem Frühjahr erschienene Werbeartikel-Monitor wieder eindeutig belegt: Im Untersuchungszeitraum 2009 waren 47 Prozent der befragten mittleren und großen Unternehmen der Meinung, Werbeartikel seien für die Markenkommunikation sehr gut geeignet. Werbeartikel können also für Marken werben, sie können aber auch selbst Markenprodukte sein, und in jedem Falle gilt: sowohl Werbeartikel für Markenprodukte als auch Markenprodukte als Werbeartikel müssen in jeder Beziehung top sein, um das Image des werbenden Unternehmens positiv zu beeinflussen. Natürlich können Markenartikel nicht nur Marken bewerben und umgekehrt müssen in der Markenkommunikation nicht zwingend Werbeartikel mit bekanntem Label zum Einsatz kommen. Wichtig ist allein die sorgfältige Auswahl, die sich am Einsatzzweck und der Empfängerzielgruppe orientiert und natürlich die hervorragende Qualität von Produkt und Veredlung. Dass also renommierte Brands in ihrer Kommunikation häufig auf hochwertige und ebenfalls beim Verbraucher bekannte Marken setzen, ist nachvollziehbar. Denn je höher das Image des übergebenen Produkts, desto höher auch der Imagegewinn, den das werbende Unternehmen für sich verbuchen kann. Und desto höher ist natürlich auch die Wertschätzung, die ein Präsent mit bekanntem Label beim Empfänger ausdrückt. Natürlich muss die Marke des Werbeartikels mit dem Markenkern der beworbenen

Marke korrespondieren und deren Werbebotschaft verstärken. Keinesfalls darf die Markenaussage des Präsents stärker sein als die eigentliche Werbebotschaft oder gar von ihr ablenken.

CHANCEN VON EIGENMARKEN

Wenn wir von Marken in der Werbeartikelwirtschaft sprechen, dann gehören dazu nicht nur die alteingesessenen, beim Verbraucher bekannten Herstellermarken, sondern auch die Eigenmarken der Werbeartkellieferanten. Sie nehmen eine Zwischenposition ein: Zweifelsohne vereinen auch sie manche der genannten Markenfunktionen in sich, zum Beispiel dienen sie dem Handel als Orientierungshilfe und Abgrenzung gegenüber Vergleichsprodukten und sie sind ein Indikator für bestimmte Produkteigenschaften und ein stabiles Qualitätsniveau. Beim Industriekunden oder Empfänger hingegen werden sie eher nicht als Marke wahrgenommen, es sei denn, sie sind auch im Consumerbereich platziert und von daher bekannt. Man könnte daraus folgern, dass Lieferanten, die bereits in die Entwicklung von Eigenmarken investiert haben, diese im Sinne konsequenter Markenpolitik ausbauen, im Fachhandel einführen und sich damit neue Marktchancen erschließen könnten. Ein Konzept, das von manchen Herstellern bereits mit Erfolg umgesetzt wird. Dass dies zusätzliche Investitionen bedeutet, ist evident. Ob sich diese lohnen, muss jedes Unternehmen für sich entscheiden. <

MARKENPRODUKTE: WERBEARTIKEL MIT MEHR-WERT

Markenartikel verpflichten. Der Kauf eines Markenartikels ist mehr als nur die Entscheidung für dieses eine Produkt, es ist ebenso eine Wahl, die auf Vertrauen für den Produkthersteller und seine Leistungen basiert. Markenprodukte, die als Werbeartikel eingesetzt werden, sind Mehr-Wert-Produkte, da sie anerkannte Werte in sich tragen, die vom Empfänger positiv eingeschätzt werden.

SO WIRKEN MARKENARTIKEL IN DER WERBUNG

- In vielen Produktkategorien sind Markenartikel Marktführer. Das werbende Unternehmen kann diese bestehende Marktstärke für sein eigenes Produkt nutzen.
- Markenartikel haben einen kontinuierlichen Markenauftritt und schaffen daher Vertrauen durch Leistung. Deshalb sind sie beim Empfänger bekannt und begehrt.
- Markenartikel haben einen hohen Bekanntheitsgrad, da sie stark beworben werden. Deshalb ist es sehr wahrscheinlich, dass der Empfänger die Marke kennt, hoch schätzt und akzeptiert.
- Markenartikel haben Leitfunktion in Bezug auf Qualität und Service. Sie machen dem Empfänger also durch langjährige Gebrauchsqualität viel Freude und wirken daher besonders nachhaltig.
- Markenartikel erfüllen hohe Ansprüche an konsequente Produktqualität. Sie bieten Zuverlässigkeit, Langlebigkeit und Funktionstüchtigkeit.
- Markenartikelhersteller investieren viel in gutes und funktionsgerechtes Design. So entstehen hochwertige, langlebige Produkte. Durch ihre ästhetische Qualität sind sie zeitlos und repräsentieren guten Geschmack. Deshalb sind sie vielseitig einsetzbar.
- Markenartikel stehen für eine transparente, faire Preispolitik. Sie sind nicht billig, aber preiswert in dem Sinne, dass sie ihren Preis wert sind: Das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt. Da sie der Empfänger höchstwahrscheinlich aus dem Fachhandel kennt, weiß er ihren Wert zu schätzen.

Quelle: Arbeitskreis Werbemittel e. V., Markenartikel für Werbung und Verkaufsförderung, 2011

Unzählige PSI Lieferanten bedienen den Markt mit Markenprodukten. Ob bekannte Consumer- Marken mit teilweise über hundertjähriger Tradition oder relativ junge Handelsmarken – bedeutet ein Label auch mehr Werbewirkung? Werbeartikelhändler und -berater berichten aus ihrer Unternehmenspraxis über den Einsatz von Markenartikeln.

»Sympathie ist der Erstwert eines Markenwerbeartikels.«

Hans-Joachim Appel, Appel Promotion

Ich bin seit Langem ein großer Verfechter von Marken. Denn der Anwender kann die Kraft der Marke für sich nutzen. Deswegen sehe ich den etwa seit fünf Jahren zu beobachtenden Trend hin zu mehr Marken- und Qualitätsbewusstsein sehr positiv, auch wenn in den letzten Jahrzehnten die Bedeutung von Herstellermarken insgesamt rückläufig ist. Ich meine, das hat damit zu tun, dass die jüngere Generation eine geringere Affinität zu Herstellermarken hat: Sie greifen eher zu bekannten Designer-Labels, unter deren Dach alle möglichen Produkte vertrieben werden. Mit einer Uhr von Armani beispielsweise zeigen sie vor allem Extravaganz, Mode- und Designbewusstsein, aber sie assoziieren mit der Marke Armani nicht die Kompetenz eines Herstellers hochwertiger Uhren. Ein Gegenbeispiel: Lamy ist führend im Schulfüllerbereich, sodass viele Menschen schon früh mit der Marke in Kontakt gekommen sind. Die Marke besitzt deshalb einen hohen Bekanntheitsgrad und steht für wertige Schreibgeräte.

EIN PRODUKT MUSS IMMER WERTSCHÄTZUNG AUSDRÜCKEN

Wir alle entwickeln schon in der Kindheit ein Gefühl dafür, dass wir jemandem wichtig sind, wenn er uns beschenkt. Ein Markenartikel kann dieses Gefühl, etwas wert und etwas Besonderes zu sein, hervorragend transportieren.Ganz wichtig beim Thema Marken ist der emotionale Aspekt: Was wir geschenkt bekommen, das brauchen wir zwar nicht unbedingt, aber wenn uns das Geschenk gefällt, dann nehmen wir es gerne an und freuen uns darüber – vor allem, wenn wir die Marke kennen und schätzen. Ich würde sogar sagen, Sympathie ist nicht der Mehrwert des Markenwerbeartikels, sondern der Erstwert!

WERTIGES FÜR JEDES BUDGET

Daher müssen wir uns als Werbeartikelberater darüber im Klaren sein, dass ein Produkt ein Mindestmaß an Wertschätzung ausdrücken muss, also niemals zu einfach oder zu billig sein darf – sonst verärgert es den Empfänger. Auch eine ungeschickte Übergabe oder ein nebenbei hingelegter Artikel wirkt nachlässig und kann den Empfänger beleidigen. Deswegen gilt: Ganz gleich, wie groß das Budget ist, es gibt in allen Segmenten ordentliche Produkte made in Europe, die Wertschätzung signalisieren. Im Bereich Streuartikel muss ein Produkt seine jeweilige Aufgabe gut erfüllen, und auch in diesem Bereich ist meiner Auffassung nach mit einem Billigprodukt kein Staat zu machen. <

»Marken gewinnen wieder an Bedeutung«

Stéphane Hennig, K+M Werbemittel

Marken werden unserer Erfahrung nach von Kunden nachgefragt, um ihre eigene Marke damit aufzuwerten, aber auch in der Pharmabranche werden Marken gerne eingesetzt. Aber auch in den Bereichen Prämien und Verkaufsförderung oder bei Rabattaktionen bieten sich Markenartikel als attraktive und absatzsteigernde Produkte an. Die Frage nach dem Preis steht meist nicht im Vordergrund – entscheidend ist der Mehrwert des Produkts. Der Artikel muss allerdings mit Bedacht ausgewählt werden und zum zu bewerbenden Produkt passen, um dieses möglichst sinnvoll zu ergänzen und dessen Vorzüge zu unterstreichen. Und natürlich sollte es ein Produkt sein, das Begehrlichkeit beim Empfänger auslöst. Wenn man in der Beratung diesen Mehrwert und die Wirksamkeit in den Vordergrund stellt, ist der Kunde meist schon überzeugt.

SCHLÜSSIGE KONZEPTE

Der höhere Preis erfordert allerdings auch, dass man dem Kunden ein schlüssiges, praktikables Konzept vorlegt, wie die Artikel wirksam eingesetzt werden. Der Kunde muss sehen, dass sein Budget verantwortungsvoll und für gute Produkte verwendet wird. Auch das wird ihn für die Marke einnehmen. Allerdings ist der Ein-

satz von Markenprodukten als Streuartikel durch das höhere Preisniveau begrenzt.

MARKEN WERBEN NACHHALTIG

Ich meine, Markenartikel gewinnen in den letzten Jahren wieder an Bedeutung, gerade angesichts der vielen Negativ-Schlagzeilen über schadstoffbelastete Fernostproduktionen. Denn Markenartikel weisen eine ganze Reihe von Vorzügen auf: Bei der Produktion wurde der Umweltgedanke berücksichtigt, sie überzeugen durch hohe Nachhaltigkeit, sind keine Wegwerfartikel und wegen ihrer gehobenen Qualität haben sie eine geringe Ausfallquote und werben daher besonders lange. Da sie oft made in Germany oder zumindest made in Europe sind, punkten sie auch durch kurzfristige Verfügbarkeit.

VON ERFAHRUNG PROFITIEREN

Ich würde Artikel, die sehr beansprucht werden, auf jeden Fall von einem erfahrenen Markenartikler herstellen lassen, der die Anforderungen an das Produkt kennt, der es sauber verarbeitet und ggf. auch bei Reklamationen nacharbeiten kann. Ein solches Beispiel sind Kellnerbörsen in der Getränkeindustrie. Bei Markenprodukten kann der Kunde sicher sein, ein langlebiges und höchst funktionales Produkt zu bekommen. <

»Ich bin ein großer Verfechter von Marken.«

Angelika Kessler, 2Creative – Die Werbemittelberater

Ich mag Marken und verkaufe sie gerne, denn sie stehen für Wertigkeit und Qualität. Da sie aber teurer sind, ist die Beratungskompetenz des Händlers gefordert, um sie dem Kunden verkaufen zu können. Wenn es gelingt, den Kunden dafür zu sensibilisieren, dass ein Markenartikel Wertigkeit transportiert, dann ist er schnell überzeugt. Sollte das Budget dafür zu knapp sein, dann rate ich eher dazu, die Stückzahlen zu reduzieren, aber dafür mit einem Markenartikel seriös und wirkungsvoll aufzutreten. Um Markenartikel einzusetzen, braucht es allerdings einen passenden Anlass. Als Streuartikel brauche ich keine Markenware.

GUTE NOTEN FÜR MARKERNARTIKLER

Dank kurzer Wege und problemloser Verständigung läuft die Zusammenarbeit mit einem deutschen Markenhersteller auch einfach schneller und reibungsloser als mit Fernost-Herstellern. Markenartikler kennen die Anforderungen des deutschen Marktes, ihre Servicebereitschaft ist sehr hoch und es kommen weniger Fehler vor. Der deutsche Kunde ist eben anspruchsvoll und mit einem Markenprodukt kann ich ihn optimal bedienen. Ein weiterer wichtiger Vorteil: Die Realisierung von Sonderanfertigungen geht wesentlich schneller und problemloser. Zum Beispiel haben wir mit einem süddeutschen Porzellanhersteller in nur acht Wochen eine eigene Tasse produziert; bis eine Badeente aus Fernost fertig war, dauerte es 24 Wochen. <

»Marken stehen für Nachhaltigkeit und Qualität.«

Ralf Hesse, m.e.s. Marketingservices

In unserem Kundenkreis werden meiner Erfahrung nach Marken nicht explizit nachgefragt, auch nicht von bestimmten Branchen. Meist stellt sich schnell während des Beratungsesprächs heraus, ob das jeweilige Werbeziel des Kunden den Einsatz von Markenartikeln sinnvoll erscheinen lässt. Wenn wir Markenartikel empfehlen, dann nimmt der Kunde unseren Vorschlag meist gerne an. Vor allem, wenn er in seiner Werbeaussage oder in seinem Messeauftritt Themen wie Nachhaltigkeit und Qualität anspricht, dann überzeugen wir ihn davon, Markenartikel einzusetzen, vor allem solche „made in Germany". Hat sich der Kunde einmal dafür entschieden, ist Preis kein Hindernis mehr: denn es gibt heute genügend Markenprodukte in den unterschiedlichsten Preisklassen. Da ist für jeden etwas zu finden.

ETABLIERTE MARKEN WIRKEN NACHHALTIG

Der Wert von Markenprodukten, die als Werbeartikel zum Einsatz kommen, liegt klar in der Nachhaltigkeit der Marke. Vor allem, wenn es sich um ein älteres, seit Langem am Markt etabliertes Unternehmen handelt, dann ist mit Produkten dieser Marke zu punkten. Grenzen sind für uns die, wenn der gute Geschmack überschritten wird, wobei dies sicherlich nicht so häufig vorgekommen ist. Oder aber, wenn der Kunde auf einem Markenprodukt besteht, das überhaupt nicht zu seinem Unternehmen passt. Ich glaube, dass es vorteilhaft für den Kunden wie auch für uns als beratendes Unternehmen sein kann, wenn ein Kunde erfolgreich über einen längeren Zeitraum den gleichen Markenartikel, beispielsweise ein Schweizer Messer, einsetzt. <

»Imagetransfer ist die entscheidende Leistung von Marken.«

Carsten Lenz, S & P Werbeartikel

Marken zeichnen sich dadurch aus, dass sie sich lange Zeit im Markt bewährt haben, nicht selten haben sie sogar eine Tradition über mehrere Generationen. Darüber hinaus haben Marken einen hohen Qualitätsanspruch, sie sind weithin bekannt und ein Vorstellungsbild ihrer Eigenschaften ist in den Köpfen der Verbraucher präsent. Deshalb haben sie auch einen hohen Wiedererkennungswert.

MARKEN VERSTÄRKEN DIE BOTSCHAFT

Dies alles lässt ein positiv besetztes Image entstehen, und deswegen eignen sich Markenprodukte hervorragend als Werbeartikel für alle Unternehmen, die ihre eigene Marke oder die Qualität ihrer Produkte besonders effizient bewerben wollen. Denn die Vorzüge der Marke, deren Produkte als Werbeartikel eingesetzt wird, übertragen sich auf das werbende Unternehmen und auf dessen Produkte. Sie können die positiven Eigenschaften der eigenen Marke hervorheben und die Werbebotschaft verstärken. Das gelingt allerdings nur dann, wenn sie perfekt zum werbenden Unternehmen, zur jeweiligen Aktion (also dem Einsatzzweck) und zur Zielgruppe (also dem Empfänger) passen. Dies gilt zwar ge-

nerell für alle Werbeartikel, für Markenprodukte aber ganz besonders, da mit ihnen bereits bestimmte Vorstellungen verbunden sind. Es ist oft, aber nicht immer der Fall, dass höherwertige Produkte und große Marken auch den Einsatz von Markenwerbeartikeln bedeuten. Wichtig ist eher, ob es gelingt, einen glaubwürdigen Bezug zwischen Firma und Werbeartikel herzustellen.

ZIELGRUPPE MUSS BEKANNT SEIN

Ich empfehle den Einsatz von Marken immer dann, wenn mein Kunde die Zielgruppe genau kennt und wenn diese überschaubar ist. Denn je mehr man über den Empfänger weiß, desto gezielter kann man den Artikel auswählen und desto nachdrücklicher und individueller vermittelt er die Werbebotschaft. Allerdings sind Markenartikel meiner Meinung nach nicht geeignet und vom Preis her nicht gerechtfertigt für breit gestreute Aktionen.Wer sich bewusst für Markenwerbeartikel entscheidet, für den ist der Preis keine Hemmschwelle mehr. Dann ist es unsere Aufgabe, Produkte vorzuschlagen, die nicht nur zur Aktion, sondern auch ins Budget passen. Mir fällt immer wieder auf, dass sich zum Beispiel Mittelständler zu Weihnachten bevorzugt bei ihren Kunden mit Stiftekollektionen von Markenschreibgeräteherstellern bedanken. Das ist ein klassisches Geschenk, das nützlich ist und Wertschätzung zum Ausdruck bringt. <

»Richtig eingesetzt, sind Markenartikel unschlagbar.«

Florian Mansard, Mansard Werbemittel

In zwei Bereichen ist der Markenartikel in unserer Branche unschlagbar: zum einen als klassisches Geschenk, das über die Marke Wertschätzung durch Wertigkeit vermittelt. Zum anderen als Sachprämie oder Incentive: Wer belohnt werden soll, weiß das Markenprodukt ebenfalls zu schätzen, denn es hat ein bestimmtes Image, einen hohen Bekanntheitsgrad, ist wertig und bietet Orientierung durch die umfangreiche Information bei der Bewerbung.

DIE KLASSISCHE PRÄMIE

Dementsprechend empfehlen wir Markenartikel vor allem solchen Kunden, die ein klassisches Geschenk suchen, das Wertschätzung transportieren soll, ebenso wie Unternehmen, die Sachprämien zur Belohnung unterschiedlichster Leistungen vergeben. Welches Ziel mit der Aktion auch erreicht werden soll – etwa die Zeichnung eines Zeitungsabonnements, die Reduzierung der Krankheitsquote oder die Steigerung der Umsätze – der Einsatz von Markenartikeln ist ein professionelles und wirkungsvolles Hilfsmittel zur Erreichung des jeweiligen Marketingziels.

DER PREIS IST ZWEITRANGIG

Der höhere Preis ist kein Hindernis. Marken sind Marken, weil sie in den Markenkern und Markenwert investieren und nicht selten in Qualität und Design deutlich überlegen sind. Begehrlichkeit wird in erster Linie durch das Image der Marke ausgelöst, das sich auf eben diesen Eigenschaften begründet. Daran hat sich auch in der Facebook-Generation kaum etwas geändert. Dass Markenaufbau Geld kostet, ist unseren Kunden bewusst.

GRENZEN VON MARKEN-WERBEARTIKEL

Die Grenze des Marken-Werbeartikels beginnt dort, wo er die Marke unseres Kunden möglicherweise kannibalisiert. Ganz gleich, wie klein oder groß ein Unternehmen ist, das gegenständlich wirbt: Es gilt, ausschließlich dieses Unternehmen, also unseren Kunden, seine Marke, sein Image werblich zu unterstützen. Hat jedoch ein Markenartikel eine stärkere Wirkung als die Botschaft, die er übermitteln soll, werden wir dem Kunden immer zum Einsatz individueller auf ihn oder seine Aktion zugeschnittener Produkte raten. Im Promotionbereich hat unserer Meinung nach der Markenartikel nur ganz selten etwas zu suchen. Hier steht immer das Aktionsziel im Vordergrund und dies ist in der Regel eng verbunden mit dem Produkt und der Marke unseres Kunden. Damit steht dessen CD und CI vor allem anderen.

EIN BEISPIEL AUS DER PRAXIS

Wenn eine Marke wie Head & Shoulders Shampoo eine Verkaufsförderungsmaßnahme an den Einsatz eines No-Name-Haartrockners koppelt, vermittelt das sicher nicht das Image der Hochwertigkeit, wie dies der Fall wäre, wenn stattdessen ein Braun-Fön Bestandteil des Bundles wäre. Extrem wichtig ist hierbei die Kommunikation von Head & Shoulders. Der Käufer muss verinnerlichen, dass er ein klasse Shampoo gekauft hat und den Nutzen eines ebenbürtigen Haartrockners damit verbinden. Nicht umgekehrt, also einen Braun Haartrockner, den er braucht, nachdem er sich die Haare mit irgendetwas gewaschen hat. <

ARBEITSZUFRIEDENHEIT IN DEUTSCHLAND

MITARBEITERBEDÜRFNISSE BEACHTEN

Wer seine Mitarbeiter halten möchte, sollte mehr Verständnis für deren Bedürfnisse entwickeln. Denn eine Studie des Marktforschungsunternehmens InSites Consulting ergab nun, dass die Vorstel-

lungen von Arbeitgebern und Arbeitnehmern hinsichtlich der Arbeitszufriedenheit weit auseinanderdriften. Für die Studie befragte InSites Consulting im Auftrag des Personaldienstleisters Tempo-Team rund 700 Personalmanager und Arbeitnehmer in Deutschland. So geben nur 48 Prozent der Mitarbeiter an, dass sie mit ihren Qualifizierungsmöglichkeiten am Arbeitsplatz zufrieden sind. 69 Prozent der Chefs wiederum denken, dass sie ihren Angestellten genügend Möglichkeiten zur Weiterbildung bieten. Auch in Bezug auf Entlohnung und Karriere unterscheiden sich die Ansichten von Führungskräften und Angestellten deutlich. So sind seitens der Arbeitgeber 68 Prozent mit ihrer Gehaltspolitik zufrieden, wohingegen dies nur 47 Prozent der Mitarbeiter sind. In puncto Aufstiegschancen sehen nur 30 Prozent der Arbeitnehmer gute Möglichkeiten in ihrem Unternehmen. 54 Prozent der Führungskräfte wiederum finden, dass sie genügend Aufstiegschancen in ihrem Unternehmen bieten. Da motivierte Mitarbeiter den Wert eines Unternehmens steigern, sollten Unternehmer auf die Bedürfnisse der Belegschaft reagieren und gerade dem Wunsch nach Weiterbildung nachkommen. <

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

CORPORATE PUBLISHING MACHT SYMPATHISCH

Unternehmen, die professionell gestaltete journalistische Medien in ihrer Unternehmenskommunikation einsetzen, haben einen Sympathievorsprung. Das ergab eine Konsumentenstudie des Marktforschungsunternehmens Zehnvier im Auftrag des Forums Corporate Publishing, Europas größter Vereinigung von Corporate-Publishing-Dienstleistern. Demnach erhöht sich die Sympathie für ein Unternehmen für 71 Prozent der Bundesbürger deutlich, wenn sie von diesem regelmäßig mit journalistischen Medien angesprochen werden. Gleichzeitig sind 66 Prozent der Befragten Unternehmensmedien gegenüber positiv eingestellt. Knapp die Hälfte der Konsumenten will Kundenmedien sogar für den Dialog mit den herausgebenden Unternehmen nutzen. Auch in puncto Mediennutzung bringt die Studie interessante Ergebnisse zu Tage: Während die Hälfte der Konsumenten eine Ansprache über Onlinemedien wie zum Beispiel Webseiten oder E-Magazine bevorzugt, präferieren 40 Prozent nach wie vor Printmedien. Nur 14 Prozent sehen gedruckte Kundenmagazine als nicht mehr zeitgemäß an.

Parallel steigt jedoch die Erwartungshaltung in Sachen digitale Kommunikation: Jeder vierte Bundesbürger geht davon aus, dass Unternehmen für die Kundenansprache die neuesten Technologien wie soziale Medien und Apps für Tablet-PCs nutzen. Bei den unter 30-Jährigen sind sogar 40 Prozent an Unternehmenspräsenzen in sozialen Netzwerken wie Facebook & Co interessiert. Für die repräsentative Konsumentenstudie „Consent 2011 – Consumer Sentiment zu Unternehmensmedien“ hatten die Schweizer Marktforscher über 1000 Bundesbürger zwischen 15 und 59 Jahren befragt. <

MESSE-ERFOLGSFAKTOREN

MESSEN: KOMPETENTE BERATUNG GEWÜNSCHT

Mit professioneller Beratung und guten Informationsmöglichkeiten können Aussteller bei Messebesuchern punkten. Das zeigt eine Untersuchung des Schweizer Messebau-Dienstleisters Expoformer. Demnach haben sich Messen in den letzten Jahren von der klassischen Exponatenschau zu Kommunikationsplattformen gewandelt. Damit steht neben der Produktpräsentation verstärkt der qualifizierte Dialog im Mittelpunkt der Messebesuche. Doch wie kommen Aussteller mit den Messebesuchern am besten ins Gespräch? Auch dieser Frage sind die Experten auf den Grund gegangen. Laut Expoformer ist es Messebesuchern am liebsten, wenn sie offen und direkt angesprochen werden. Besonders gut komme eine unkonventionelle, überraschende Gesprächseröffnung an. Die komplette Studie steht unter *www.expoformer.ch* kostenlos zum Download bereit. <

PEN
COLLECTION

senator®

Der neue **VERVE** Atemberaubend vielfältig!

designed to brand

Unglaublich: Über 111.000 Farbvariationen
Individuell: Vielfältige Bedruckungsmöglichkeiten
Innovativ: Neue Präzisionsdrehmechanik
Unverwechselbar: Geschütztes Design

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

realize the possibilities / www.senatorpromotion.com

FACHPUBLIKATION

NEUER SOCIAL-COMMERCE-RATGEBER ERSCHIENEN

Unter dem Titel „Social Commerce – vom Hype zum Geschäftsmodell“ hat der Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) einen 40-seitigen Social-Commerce-Ratgeber herausgegeben. Die Fachpublikation bietet einen Überblick über Marktstrategien, Erfolgsmessung, Shopping-Lösungen und Technologien im Social Commerce. Nützliche Tipps für potenzielle Geschäftsmodelle, erfolgreiche Praxisbeispiele und grundlegende Handlungsempfehlungen runden den Leitfaden ab. Die BVDW-Fachpublikation richtet sich an Shopping-Dienstleister, Online-Händler und Marketingentscheider, die über Social Commerce neue Erlöspotenziale erschließen möchten. Die Publikation ist für 29,90 Euro erhältlich und kann ab sofort im BVDW-Online-Shop unter *www.bvdw-shop.org* bestellt werden. <

FACHKRÄFTENACHWUCHS

BACHELORS KOMMEN GUT AN

Die Stellenangebote der Branche machen es deutlich: Es werden Nachwuchstalente gesucht. Für Unternehmen, die auf der Suche nach Fachkräften sind, hält eine Umfrage des Instituts der deutschen Wirtschaft Köln (IW) interessante Ergebnisse bereit. Demnach sind deutsche Firmen mit den Fähigkeiten von Bachelors weitestgehend zufrieden. Deshalb starten sie meist auf den gleichen Positionen ins Berufsleben wie Diplom-Absolventen. Laut IW steigen Bachelors meist zuerst als Sachbearbeiter oder Projektmitarbeiter in Unternehmen ein. In diesen Positionen zahlt die Hälfte der Firmen zwischen 30.000 und 40.000 Euro. <

PRODUKT- UND MARKENPIRATERIE

UNTERNEHMEN NICHT AUSREICHEND GESCHÜTZT

Deutsche Unternehmen sichern sich nur unzureichend gegen Produkt- und Markenpiraterie und somit gegen Image- und Umsatzschäden ab. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle, branchenübergreifende Studie der Management- und Technologieberatung BearingPoint unter 30 führenden Unternehmen. Die Studie zeigt: Obwohl 79 Prozent der befragten Unternehmen schon einmal von Produkt- und Markenpiraterie betroffen waren, plant nur ein Drittel (32 Prozent), seine Präventionsaktivitäten auszubauen. Der Großteil der Unternehmen beschränkt sich bislang vor allem auf Reaktion anstatt auf Prävention: Rechtliche Maßnahmen, wie die Durchsetzung von Marken- und Urheberrechten sowie die juristische Verfolgung im Fall von Rechtsverletzungen, sind für drei Viertel der Befragten das wesentliche Mittel zur Bekämpfung von Produktpiraterie. „Rechtliche Maßnahmen sind wichtig, greifen aber erst im Nachgang, wenn der Schaden bereits entstanden ist. Angesichts sich rasant entwickelnder Fälschungsverfahren und der globalen Reichweite durch das Internet sollten die Unternehmen hier unbedingt aktiv werden“, warnt Matthias Loebich, Partner bei BearingPoint. „Nicht

nur der Umsatzverlust schadet den Unternehmen. Durch Plagiate, die in der Regel eine minderwertige Qualität aufweisen, ist auch das Image, unter Umständen sogar die Existenz eines Herstellers bedroht. In der Pharma- oder Lebensmittelindustrie können Fälschungen für den Verbraucher sogar gesundheitsgefährdend sein.“ Die Produkt- und Markenpiraterie ist auch in der Branche ein großes Thema. Insbesondere die bekannten Labels werden immer wieder gerne von Fälschern kopiert. <

DIREKTMARKETING

COUPONS SIND BELIEBT

Coupons liegen beim Einkaufen immer mehr im Trend. Das zeigt eine aktuelle Verbraucherbefragung des Meinungsforschungsinstituts TNS Emnid. Demnach ist Couponing, also das Gewähren von Einkaufsvorteilen gegen Vorlage eines Coupons, in Deutschland mittlerweile weit verbreitet: Vier von fünf Deutschen haben bereits mindestens einmal einen Coupon eingelöst. Noch ist es vor allem die klassische Papier-Variante, die hauptsächlich genutzt wird. Mobile Coupons, zum Beispiel für Mobiltelefone, sind hingegen vielen noch unbekannt. 60 Prozent der Befragten sind der Ansicht, dass die Bedeutung von Coupons beim Einkaufen in Zukunft weiter zunehmen wird. Für die Untersuchung hatte TNS Emnid 1119 Personen ab 16 Jahren befragt. <

Make your client stand out this winter

Winter Shield

by Clipy

Protects against snow and ice

Clipy › PSI

www.clipy.com

clipy@clipy.com
Tel.: +34 91 523 82 06

MAILINGVERSTÄRKER UND STREUARTIKEL
DIE KLEINEN, ENTZÜCKENDEN WERBERLINGE

Oft sind es die kleinen, feinen Aufmerksamkeiten, die in Erinnerung bleiben. Und davon hat die Werbemittelbranche jede Menge zu bieten. Ob direkt überreicht oder per Post übermittelt, die unaufdringlichen „Werberlinge“ vermögen Eindrucksvolles zu leisten.

Bescheidenheit ist eine Zier“ – so heißt es in einem alten Sprichwort. Dagegen formuliert eine Maxime der oftmals eher unbescheiden auftretenden Gegenwart: „Nicht kleckern, sondern klotzen!“ Auch wenn ersterer Sinnspruch vielleicht nicht mehr ganz „zeitgemäß“ anmutet, so lassen sich beide Wendungen jedoch bestens in der Bedeutung unserer diesmaligen Themengruppe zusammenziehen: Mailingverstärker und Streuartikel zählen zu den im positiven Sinn bescheiden auftretenden Werbeträgern, denen die klugen Köpfe der Produktdesigner ein meist zierendes Aussehen verleihen. Zudem treten diese oftmals doch entzückenden Kleinigkeiten in großer Menge auf. Verbunden mit einem nützlichen Dreh verwandeln sich diese schlanken, handlichen Dinge in ihrer Vielzahl zu wirkmächtigen und deshalb unverzichtbaren Werkzeugen im Marketingmix von Unternehmen – und behalten nichtsdestotrotz ihren individuellen Effekt: Denn das kleine, schöne, nützliche Etwas, das mit einem bestimmten Erlebnis oder einem netten Mailing verbunden ist, trägt manch einer lange mit sich herum. <

DEKORIEREN MIT STIL

Eine weihnachtliche Dekoration, die durch ihr außergewöhnliches Konzept auffällt, kommt aus dem Hause Stiefelmayer-Contento. Dabei geht es um das Produkt mit dem klangvollen Namen cosmo, bestehend aus einem metallischen Aufhänger. Der Clou: Mit ein paar einfachen Handgriffen werden die flach angeordneten Ringe zu einer dreidimensionalen Kugel geformt, in deren Inneren sich ein silberfarbenes Weihnachtsmotiv befindet. Zur Auswahl stehen vier Motiv-Farb-Kombinationen: Engel mit pinkfarbigen Metallringen, Weihnachtsbaum mit lilafarbenen Ringen, Rentier mit roten Ringen und Stern mit silbernen Ringen. Cosmo hat einen Durchmesser von 13,5 Zentimetern und da die Ringe zunächst flach zusammengelegt sind, eignet sich der Artikel bestens für den Postversand.

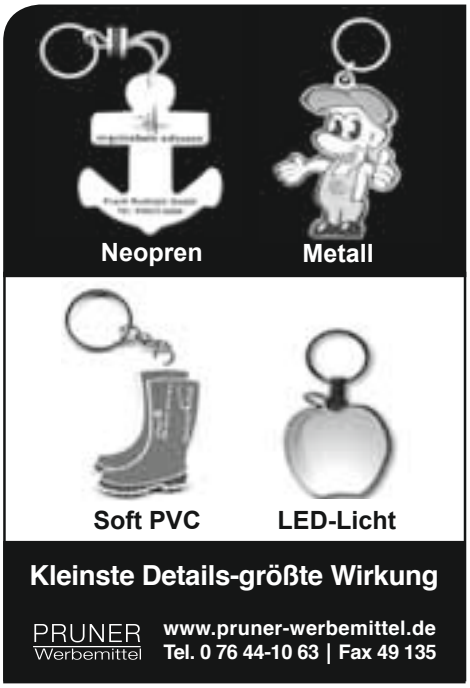
45280 • Stiefelmayer-Contento GmbH & Co. KG • Tel +49 9342 96150
info@contento.com • www.contento.com

WEIHNACHTSGESCHICHTE ZUM BASTELN

In der Adventszeit gehört das Basteln zur Vorbereitung auf das Weihnachtsfest irgendwie dazu. Zum Teil ist die ganze Familie einbezogen und hat viel Spaß, das Zuhause festlich zu schmücken. Die kleine Bastelbühne von Multiflower mit einer Mini-Weihnachtskrippe ist dabei für all diejenigen von Vorteil, die nicht viel Zeit haben. Da die „Zutaten“ in einer praktischen Metallbox untergebracht sind, eignet sich der Artikel auch sehr gut als Geschenk für die nächste Weihnachtsaktion. Und nach Weihnachten werden die Steckfiguren aus Nussbaum in der Dose verstaut und beim nächsten Fest wieder hervorgeholt. So bleibt eine Werbebotschaft sehr lange erhalten. Ab 250 Stück können Grußkärtchen nach eigenem Wunsch gestaltet werden.

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

-Anzeige-



ALL IN ONE

Als deutscher Vertriebspartner des dänischen Herstellers Schur vertreibt Kandinsky neben dem exklusiven und allseits bekannten DropStop nun auch den neuen All-in-one DropStop mit integriertem Neckhanger. Bisher musste der pfiffige Weinausgießer durch einen zusätzlichen Flaschenanhänger ausgestattet werden. Durch den neuen All-in-one DropStop entfallen zukünftig nicht nur die Kosten des zusätzlichen Anhängers, auch die anfallenden Konfektionierungskosten lassen sich deutlich reduzieren. Bereits ab 1000 Stück ist der neue Artikel lieferbar, natürlich versehen mit einem wunschgemäßen, hochwertigen Fotodruck.

46232 • Kandinsky Deutschland GmbH • Tel +49 211 7705770
info@kandinsky.de • www.kandinsky.de

GLÄNZENDER ZUGEWINN

Mit einer weiteren gelungenen Kombination aus Kunststoff und Metall sorgt Senator für noch größere Vielfalt unter seiner Matrix-Familie. Die Clear-Version gibt es nun auch mit einem glänzend verchromten Metallclip, der dem Druckkugelschreiber eine besonders hochwertige Erscheinung verleiht und einen strahlenden Kontrast zum schlanken, transparenten Kunststoffgehäuse bildet. Auch das neue Modell ist in den bewährten Intensivfarben Gelb, Orange, Rot, Grün, Blau und Violett erhältlich. Eine Individualisierung ist per Siebdruck möglich.

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

KLARE SICHT

Für eine klare Windschutzscheibe sorgt das neue Little Wonder von Clean Promotion. Dabei handelt es sich um ein hoch konzentriertes Reinigungspulver, das im Stickpack in einer Dosierung von 2,5 Gramm angeboten wird. Einfach einen Stick dem Scheibenwischwasser zugeben und schon stehen bis zu fünf Liter Reinigungsflüssigkeit zur Verfügung. Das lästige Mitführen von Kanistern oder Flaschen entfällt, Little Wonder hat Platz in jedem Handschuhfach. Auch als Zusatz für Frostschutzmittel kann der Stick eingesetzt werden. Durch sein geringes Gewicht und das flache Format ist Little Wonder ein hervorragender Mailing-Verstärker für eine große Zielgruppe.

48047 • Clean Promotion UG • Tel +49 2382 7604007
info@cleanpromotion.de • www.cleanpromotion.de

INSPIRION
TRADING IDEAS

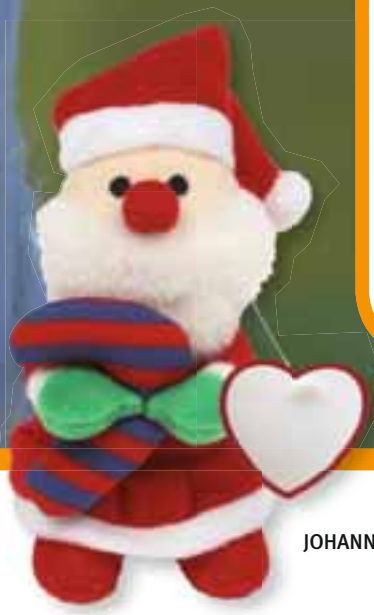
Wussten Sie schon, ...

... dass in Finnland der Weihnachtsmann Joulupukki genannt wird? Der Name bedeutet übersetzt „Weihnachtsbock". Der Julbock, ein Ziegenbock aus Stroh, ist in skandinavischen Ländern ein Symbol für die Weihnachtszeit. In der finnischen Weihnachtsmann-Legende wohnt Joulupukki auf dem Berg Korvatunturi. Wenn er Finnland besucht, lässt er seinen Schlitten stehen und reitet auf einem Ziegenbock namens Ukko weiter.

RINGING REINDEER | 090 2317

NUANCE | 090 2143

CLAAS | 090 2310



JOHANN | 050 2203

Weihnachtliche Werbeartikel finden Sie bei Inspirion.
Überzeugen Sie sich selbst in unserem aktuellen Christmas Special Katalog 2011.

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

INSPIRION
TRADING IDEAS

ALS DIE BILDER LAUFEN LERNTEN

An diese Fernsehsendung aus den Sechzigern fühlt man sich erinnert, wenn man die innovative Printklappkarte von micx-media zum ersten Mal in der Hand hält. Beim Aufklappen gibt es nämlich eine Überraschung in Form von bewegten Bildern. Diese sind auf einem integrierten Videodisplay zu sehen, der Start erfolgt automatisch beim Öffnen der Karte. Die Printformate und Videodisplays sind in diversen Größen erhältlich. Überdies sind mit weiteren Menübuttons bis zu sieben verschiedene Filminhalte individuell wählbar. Von 128 Megabyte bis 8 Gigabyte können die integrierten Videoboards mit eingebautem Lautsprecher und USB-Anschluss eingerichtet werden.

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

SCHLANKE ERSCHEINUNG

Mit dem Modell Bonita bietet Ritter-Pen einen Druckkugelschreiber an, der durch sein hochglänzendes, schlankes Design ins Auge fällt. Markant sind die vernickelte Spitze und der sanft gebogene Clip. Im Inneren sorgt die Qualitätsmine Marathon für lang andauerndes Schreibvergnügen. Werbung wird wunschgemäß auf dem Schaft des Kugelschreibers angebracht. Weitere Informationen gibt es direkt bei Ritter-Pen.

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

PSI

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

KLEIN, ABER OHO!

Quadratisch, praktisch, verheißungsvoll, so könnte die Devise für diesen unkonventionellen, modernen Mini-Adventskalender lauten, mit dem man alleine schon durch das ungewöhnliche Format (130 x 130 x 5 Millimeter) bei den Kunden punktet. Hinter den Türchen findet der Beschenkte eine Weihnachtsmischung aus Fruchtgummis vor, farblich bunt gemixt, mit 10 Prozent Fruchtanteil und hergestellt mit natürlichen Aromen in der hauseigenen, zertifizierten Produktion. Die Individualversion des Mini-Kalenders kann wie gewohnt im gewünschten Unternehmensdesign gestaltet werden und ist ab 2040 Stück zu haben.

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

ÖFFNEN MIT SOUND

Einen pfiffigen Flaschenöffner bietet Kandinsky an, denn mit diesem kann man nicht nur den Kronkorken entfernen, es gibt dazu auch noch einen Fußballsound. Bei jeder Benutzung wird ein 15 bis 30 Sekunden langer individueller Jingle abgespielt. Es gibt wahlweise verschiedene Standard-Sounds, aber es lassen sich auch kundenspezifische Melodien realisieren. Auch das Design kann Kundenwünschen angepasst werden. Der Öffner lässt sich zusätzlich als Kühlschrankmagnet verwenden, was besonders praktisch ist: Kühlschrank auf, Flasche raus und schon ist der Öffner zur Hand.

46232 • Kandinsky Deutschland GmbH • Tel +49 211 7705770
info@kandinsky.de • www.kandinsky.de

SCHREIBEN MAL GANZ PERSÖNLICH

Mit der seit diesem Jahr bei DreamPen verfügbaren Clip4You Veredelung wird aus dem Kugelschreibermodell Galaxy jetzt ein ganz persönliches Schreibinstrument. Dabei wird der Clip des Kugelschreibers mit einer individuell bestimmbaren Form, etwa einer Produktnachbildung oder einem 3D-Logo, bestückt. Diese Form lässt sich im Digitaldruckverfahren mit bis zu 1440 dpi bedrucken und ist für sämtliche Modellvarianten des Galaxy verfügbar. Der Klassik-Stift kann ebenso verwendet werden, wie die aktuellen Varianten Transparent oder Matt. Ab einer Mindestauflage von 5000 Stück bietet der Hersteller diese Werbeform an. Möglich wird die Clip4You Veredelung durch eine spürbare Investition des Unternehmens in modernste Spritzgussformen und weitere Technik aus der Schweiz und Japan.

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

SURFEN BEIM SCHREIBEN

Wer meint, beim italienischen Unternehmen The Promoland handele es sich um einen Newcomer, irrt sich. Der Chef von The Promoland ist nämlich Giovanni Lecce, maßgebende Führungspersönlichkeit von Lecce Pen, einem der größten Schreibwarenhersteller der Vergangenheit. Somit ist für umfangreiche Erfahrung bei der Herstellung von Kugelschreibern aus verschiedenen Kunststoffen und Metallen bis hin zu biologisch abbaubaren Materialien gesorgt. Letztere sind exklusiv zertifiziert. Die Produktion erfolgt in Europa und Fernost. Als neueste Kreation stellt The Promoland nun den Kugelschreiber Surf vor, mit dem ein Schreibgefühl wie beim Surfen entstehen soll. Zu haben ist der elegante Kugelschreiber in verschiedenen Farben, auch gefrostete Varianten oder Wunschfarben werden angeboten. Die mitgelieferte Mine stammt ausschließlich aus europäischer Herstellung.

48042 • The Promoland s.r.l • Tel +39 011 9952344
info@thepromoland.com • www.thepromoland.com

SCHLUSS MIT LANGEWEILE

Weihnachten ist nicht nur das Fest der Liebe, für viele Menschen stellt es auch eine Pause im Arbeitsleben dar, die man im Kreis der Familie genießt. Da sollte aber keine Langeweile aufkommen und die gibt es garantiert nicht, wenn Spielkarten von ASS unter dem Gabentisch liegen. Zu haben sind: ein Weihnachts-Quartett, ein Weihnachts-Memo, das Weihnachts-Bingo und das Weihnachts-Skatspiel. Außerdem führen die Altenburger Kartenspezialisten Rätselkarten oder ganze Geschenksets (Spielesammlungen, Familienspiele, Pokersets) im Angebot. Dieses Spieleprogramm wird durch weitere Weihnachtsartikel ergänzt, zum Beispiel Adventskalender auf Karten, Rezeptkarten oder Geschenkanhänger. Alle Produkte eignen sich bestens für die bevorstehende Weihnachtskampagne.

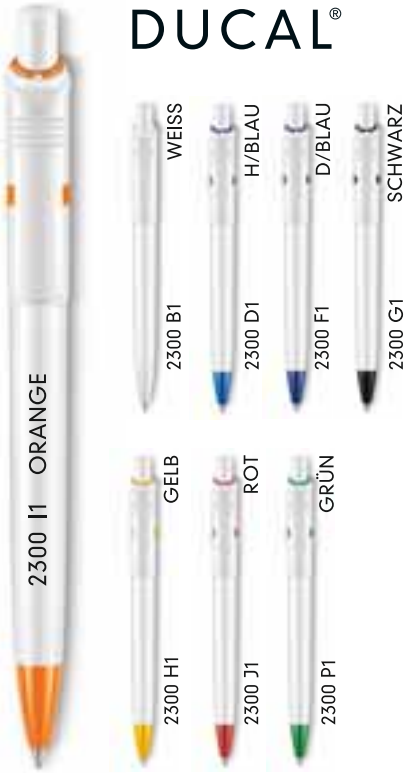
44629 • ASS Spielkartenfabrik Altenburg GmbH • Tel +49 3447 5820
info@spielkarten.com • www.spielkarten.com

AUFMERKSAMKEIT DURCH LICHT

Gemäß dem Motto „Licht erzeugt Aufmerksamkeit“ gibt es bei der Lumitoys-GmbH Werbeartikel mit Spezialeffekten. Ob bei Klassikern wie Schlüsselanhängern, Kugelschreibern, Flummis und Lanyards oder bei speziell gefertigten Artikeln wie Magnetblinkies, LED-Buttons und Beamern, der zweite Blick und bleibende Eindruck ist durch die eingesetzten Lichteffekte gesichert. Auch veranstaltungsspezifische Produkte wie Leuchtstäbe, LED-Ventilatoren und Knicklichter gehören zum umfangreichen Sortiment. Sonderanfertigungen nach Kundenvorgaben werden zuverlässig umgesetzt. Dazu gibt es viele Standardartikel ab Lager, wodurch für sehr kurze Lieferzeiten gesorgt ist.

46095 • Lumitoys-GmbH • Tel +49 2331 3775450
info@lumitoys.de • www.lumitoys.de

Werbekugelschreiber



DUCAL®

DUCAL® EXTRA

DUCAL® COLOR

ALLE FARBKOMBINATIONEN & PANTONEFARBEN NACH ANFRAGE

Druckkugelschreiber

Technische Ausgaben: Kunststoff ABS • Zusätze DOKUMENTAL Tinte ISO 12757-2 BLAU

PSI Duesseldorf (D)
11-13/01/2012

PTE Milano (I)
18-20/01/2012

Trade Only National Show Coventry (UK)
25-26/01/2012

EXPO RECLAM Madrid (E)
14-16/02/2012

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

ELEGANTES AUS SILIKON UND METALL

Auf die Lieferung von Streuartikeln verschiedener Art hat sich das Münchener Unternehmen Logo Pins spezialisiert. Im aktuellen Angebot findet sich auch das im Markt bestens eingeführte bunte Silikonarmband, das nun auch als edle Variante mit geprägtem Metallschild zu haben ist. Das Band kann wie üblich ein- oder mehrfarbig eingefärbt werden. Elegant zeigt sich auch der neue Metallbutton, der in jeder gewünschten Größe hergestellt werden kann. Ein Logo wird hier nach PantoneC aufgedruckt. Dieser Button kann glänzend oder matt laminiert werden. Die Lieferung ist ab 300 Stück möglich.

45872 • Logo Pins München • Tel +49 89 172156
info@logopins.de • www.logopins.de

SCHLÜSSELPOSITION

Der USB-Key von Deonet sieht aus wie ein gewöhnlicher Schlüssel, ist aber ein voll funktionsfähiger USB-Stick, der sich sehr praktisch am Schlüsselbund tragen lässt und dadurch immer einsatzbereit ist. Der Artikel ist aus verchromtem Metall hergestellt und somit sehr robust. Personalisierungen nimmt Deonet in Form von stilvollen Lasergravuren auf einer oder beiden Seiten vor. Der USB-Key wird mit Kapazitäten von 1 bis 32 Gigabyte angeboten. Der Hersteller gewährt eine Garantiezeit von 30 Jahren. Die Mindestbestellmenge beträgt nur fünf Stück.

46660 • Deonet Benelux B. V. • Tel +31 40 2554414
sales@deonet.com • www.deonet.com

IMMER SAUBERE DISPLAYS

Bildschirmreiniger aus Mikrofaser für Displays aller Art führt e!xact im Sortiment. Damit ist Schluss mit Fingerabdrücken, Staub und Flecken auf dem iPhone, iPad, der Digitalkamera oder dem MP3-Player. Durch die haftende Rückseite kann das Reinigungspad befestigt werden und steht für die nächste Reinigung sofort wieder zur Verfügung. Ideal als Mailingverstärker, da klein, dünn und leicht!

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

Frottiertücher für Werbung und Promotion

Besonders schnell

Geringe Mindestmengen

Österreichisches Qualitätsprodukt

Alle Veredelungsoptionen und Produktionsschritte aus einer Hand

Messeaktion für Erstbesteller: KEINE Programmkosten

HERKA frottier

HERKA GmbH
Herkaweg 1
3851 Kautzen

Tel.: +43 2864 2317 oder 2219
info@herka-frottier.at
www.herka-frottier.at

GUT HOLZ!

Weihnachtskarten oder -anhänger müssen nicht zwingend aus Papier sein, wie die Multiflower GmbH mit ihren Produkten aus Holz beweist. Zur Verfügung stehen verschiedene Standardvarianten, aber auch Kundenwünsche werden bei einer Bestellung ab 250 Stück realisiert. Die Karten haben die Abmessung 199 x 99 Millimeter und wiegen sieben Gramm. Bei den Standardausgaben wir Werbung auf einer Fläche von 80 x 35 Millimetern gelasert, bei eigener Gestaltung kann die Gesamtfläche der Karten genutzt werden. Kuverts sind separat erhältlich.

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

KOMBINATIONSSICHER

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

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

MAGNETISCHE TEMPERATURMESSER

Bei den aktuellen Klimaveränderungen ist auch das Wissen um die Temperatur ein wichtiger Faktor. Die Goudsmit Magnetic Design BV bietet seit Kurzem die Möglichkeit, magnetische Thermometer in jeder gewünschten Form oder Größe herzustellen und mit einem individuellen Text, Logogramm oder einer Abbildung zu bedrucken. Diese flexiblen Thermometer bestehen aus Magnetfolie oder Kunststoff mit Acrylglas und sind wegen ihres geringen Gewichts ausgezeichnet als Mailingbeilage oder Onpack-Premium geeignet. Die Mindestbestellmenge gibt Goudsmit mit 2500 Stück an.

43808 • Goudsmit Magnetic Design B.V. • Tel +31 40 2212475
design@goudsmit-magnetics.nl • www.goudsmit-design.com

PSI 2013 DIE MESSE, DIE MEHR-WERTE SCHAFFT.

MEHR MARKEN, MEHR TRENDS, MEHR CHANCEN.

› 9.– 11. Januar 2013

Jetzt Rebooking-Vorteile nutzen!

Optionieren Sie unverbindlich Ihre Standfläche zu attraktiven Rebookingkonditionen.
Kontaktieren Sie jetzt Dirk Schmellekamp per Telefon unter +49 (0) 211 - 90 191 112 oder per E-Mail an: Dirk.Schmellekamp@reedexpo.de .

› PSI

Reed Exhibitions PSI NL der Reed Exhibitions Deutschland GmbH · Völklinger Straße 4 · 40219 Düsseldorf · Germany · www.psi-messe.com

INTEGRIERTER DATENSPEICHER

Der Deonet-USB-Pen ist die perfekte Kombination: ein elegantes Schreibgerät mit integriertem USB-Stick. Auf den ersten Blick erscheint er wie ein ganz normaler Kugelschreiber, aber bei näherem Hinsehen ist der raffiniert in der Kappe untergebrachte Datenspeicher zu erkennen. Was den Deonet USB-Pen so besonders macht, ist sein innovatives Design: Er ist schlanker und eleganter als alle USB-Kugelschreiber auf dem Markt, so der Lieferant. Der Artikel ist in Weiß oder Schwarz lieferbar und kann mit einem Vollfarbdruck oder einer Lasergravur personalisiert werden. Die Mindestbestellmenge gibt Deonet mit fünf Stück an.

46660 • Deonet Benelux B.V. • Tel +31 40 2554414
sales@deonet.com • www.deonet.com

LIEBE ZUM DETAIL

Aus Groß mach Klein: Pruner setzt Produkte von Kunden als Schlüsselanhänger oder Haftmagnete in Kleinformate um und das mit sehr viel Liebe zum Detail. Durch seine geringe Dicke und das leichte Gewicht wird dieses pfiffige Werbemittel zum optimalen Mailingverstärker. Alle Einzelheiten werden durch die Umformexperten originalgetreu gestanzt und als Miniformat des Produktes in Szene gesetzt. Die Anhänger erinnern beim täglichen Einsatz auf sympathische Weise an das Unternehmen, das den Anhänger verschenkt hat. Ein Foto genügt, um von Pruner einen kostenlosen Layoutvorschlag zu bekommen.

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

-Anzeige-

ETWAS GROSSES KOMMT AUF SIE ZU:

WERDEN SIE „DER PATE“!

in Kooperation mit: iENA 2011

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 - 90191 161

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

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.

COOLMAX® EXTREME Performance mit freshFX Technologie
NOVANSA ThermoCool mit fresh PRO Technologie

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

remarkable
eco-friendly trade

ECO made in the EU

200+
Eco promotional products
made in the EU from EU waste

all your eco products at
www.psiproductfinder.de
www.remarkabletrade.de

+44 1905 769 999

ZUR PSI 2012

ABSOLUT NEU!

BACHBLÜTEN zur äußerlichen Anwendung
in Baumwoll-Aromatüchern

Bachblüten gehören zu den wirksamsten Heilpflanzen der Naturmedizin.

Qualitätsprodukte aus dem Hause Coolike®

Sie finden uns auf der PSI
11.-13.01.2012 | Halle 9 | E31

Coolike Regnery GmbH · D-64625 Bensheim · info@coolike.de · www.coolike.de

GERADE LINIE

Wenn geradliniges Design auf ausgesuchte farbliche Vielfalt trifft, dann ist das Resultat zeitlose Eleganz. Der neue Werbekugelschreiber Candy von uma macht daher nicht nur Laune, sondern auch in jeder Variation eine traumhaft gute Figur. Der fein geschwungene Clip setzt markante Akzente auf dem schnörkellos gearbeiteten Korpus. Moderne Trendfarben wie Aubergine, Patrol, Magenta oder Braun bilden einen angenehm leichten Kontrast zu den schweren, glänzenden Komponenten Metallspitze und Metalldrücker. Drei Gehäusevarianten stehen zur Auswahl: gedeckt glänzend, transparent glänzend und silberglänzend. Werbeaufdrucke können an den unterschiedlichsten Positionen aufgebracht werden.

41848 • uma-Schreibgeräte Ullmann GmbH • Tel +49 7832 70 70
info@uma-pen.com • www.uma-pen.com

KLEINER PREIS – GROSSE WIRKUNG

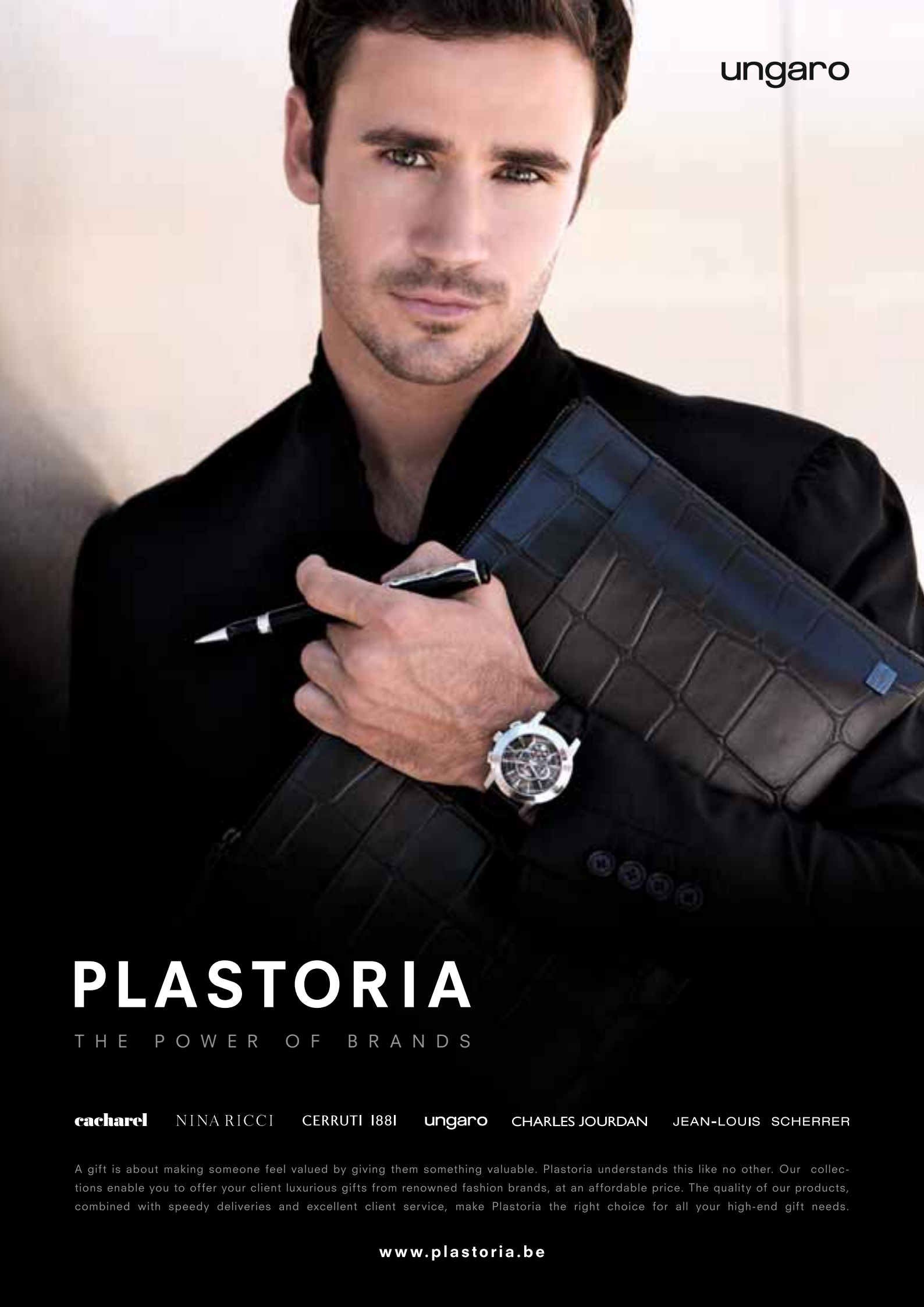
Einkaufswagen-Chips sind ideal, um bei kleinen Budgets große Aufmerksamkeit zu gewinnen und über einen längeren Zeitraum auch zu erhalten. Denn zweimal pro Woche besucht der Durchschnittsbürger den Einzelhandel und kauft Lebensmittel ein. Dabei hat er den Chip jeweils zweimal in der Hand und damit im Blick. Die eco-promo GmbH bietet nicht nur eine besonders ökologische, sondern auch ausnehmend gebrauchsfreundliche Variante des beliebten Streuartikels: die zu 100 Prozent aus recyceltem Kunststoff bestehenden Chips. Diese sind an einem praktischen Karabinerhaken aus robustem Metall befestigt, der in verschiedenen Ausführungen als Schlüsselanhänger dient. Eine Individualisierung ist als Vollfarbdruck auf beiden Seiten der Chips möglich.

47503 • eco-promo GmbH • Tel +49 9369 9835910
sales@eco-promo.eu • www.eco-promo.de

FEDERLEICHT WERBEN

Promotion im wahrsten Sinne des Wortes leicht gemacht: Die Feder-Kugelschreiber aus der neuen trendidee-Kollektion sind leicht, flach und somit ideal zu versenden. Durch die nostalgisch anmutende Feder beeindrucken sie und fallen nachhaltig auf. Verwendet werden für die Feder-Kugelschreiber ausschließlich hochwertige Gänsefedern, sodass eine gleichbleibende, hohe Qualität gesichert ist. Bei der Farbauswahl steht ein breites Spektrum zur Verfügung, bei größeren Mengen kann jeder Pantonefarbe eingefärbt werden. Das Logo wird direkt auf die Feder gedruckt.

47713 • trendidee GmbH Berlin • Tel +49 30 69519328
info@trendidee.de • www.trendidee.de


ungaro
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 like no other. Our collections enable you to offer your client luxurious gifts from 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

LICHTBLICKE

Bei Cermak steht eine große Auswahl an Kleinlampen, Laserpresentern, Laser-Pointern und Logo-LED-Leuchten zur Verfügung. Absolute Highlights sind derzeit die Penlights, das sind kleine Taschenlampen in Form eines Schreibgerätes mit integrierter weißer LED oder Glühbirne. Das meistverkaufte Produkt ist die Nova-NO 100, ein Penlight mit Momentschaltung. Dieselbe Leuchte ist als Nova-NO 150 lieferbar, hierbei handelt es sich um eine Variante mit patentierter Dauerschaltung. Alle Produkte sind made in Germany, das gilt auch für die mitgelieferten AAA-Batterien von Varta. Cermak kann große Stückzahlen in kurzer Zeit liefern, auch mit einer Werbebotschaft bedruckt.

44668 • Richard Cermak Pen-Light Schreibgeräte • Tel +49 7231 10 6105
info@richard-cermak.de • www.richard-cermak.de

SMARTE ORIENTIERUNGSHILFE

Sicherheit in dunklen Räumen vermittelt das Orientierungslicht von Brennenstuhl. Durch sanftes, unaufdringliches Licht ist der Raum nicht gänzlich dunkel, man weiß also immer, wo man sich gerade befindet. Das Licht besitzt einen integrierten Dämmerungsschalter und zwei Leuchtdioden, hat einen sehr geringen Stromverbrauch und ist dadurch für einen jahrelangen Dauerbetrieb bestens geeignet. Mit der großen bedruckbaren Frontfläche bietet sich das Produkt als Mailingverstärker oder Streuartikel geradezu an.

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

-Anzeige-

ETWAS GROSSES KOMMT AUF SIE ZU:

HALLE13

Eine Halle voller Erfinder!

› PSI

www.halle13.net
Telefon: +49 (0) 211 - 90191 161

FANCY-Kundenform-Magnete

Art. Nr. 2510

FANCY special-shape magnets in plastic

Rückseite auch mit starken Neodym-Magneten möglich.

Back also with a strong Neodym-magnet possible.

Rückseite mit Ferrit-Magnet.

Back with ferrit-magnet.

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

Qualität „MADE IN GERMANY“ bereits ab 2.500 Stück

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

adamo design® gmbh

Konzeption und Herstellung von Kunststoff- und Metallwaren

Bundesstr. 13c • D-32694 Dörentrup • Tel. 0 52 65 / 74 74
Postfach 1251 • D-32691 Dörentrup • Fax 0 52 65 / 80 21
www.adamodesign.de • info@adamodesign.de

IN KLEINEN DOSEN

Besonders für Mailing-Aktionen bietet die KHK GmbH ihre bewährte Lippenpflege in einem flachen Döschen an. Der unter dem Namen LipJar angebotene Artikel ist gerade mal fünf Gramm leicht und zehn Millimeter hoch und somit kostengünstig zu versenden. Verfügbar sind zehn aktuelle Farben. Als Werbeanbringung empfiehlt KHK Doming, das Logo erscheint hierbei in brillanter Fotoqualität unter einer gewölbten Kunstharzlinse. Gleich doppelt werbewirksam wird LipJar in Kombination mit der passenden, individuell bedruckbaren Karte. LipJar und LipJar Card sind bereits ab 250 Stück zu haben.

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

-Anzeige-

ETWAS GROSSES KOMMT AUF SIE ZU:

1.600 FREUNDE AUF EINER PARTY!

PSI-Night 11.01.2012 ab 21.00 Uhr!

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

ECHT PUTZIG

Der Begriff Mikrofaser steht für feinste Fasern mit bester Wirkung bei der Reinigung empfindlicher Oberflächen wie Brillengläser, Linsen von Kameras, eingestaubte CDs, Ferngläser oder Displays aller Art. Solche praktischen Helfer bei der Suche nach dem perfekten Durchblick werden von der Firma Maximex geliefert. Außerdem lassen sich Werbeaussagen nach Kundenwünschen vollflächig in bis zu vier Farben aufdrucken. Die Lieferung erfolgt einzeln verpackt im Polybeutel, auch alternative Lieferformen werden zugesagt. Die besonders für Smartphones und Laptops geeigneten selbsthaftenden Micro-Cleaner gehören ebenfalls zum Sortiment von Maximex.

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

HIMMLISCHE ANHÄNGER

Der Schlüsselanhänger mit dem schönen Namen Moonwalk von Inspirion verspricht den Himmel auf Erden und präsentiert Mond und Sterne zum Greifen nah an der Schlüsselkette. Auch an diejenigen, die hoch hinaus wollen, hat der Werbemittelexperte gedacht und den Schlüsselanhänger Aircraft ins Angebot genommen. Der Clou: Die hauseigenen Designartikel verfügen über ein artverwandtes Verbindungsstück an der Schlüsselkette. So hängt am Flugzeug ein Koffer und der Mond kann nicht ohne Stern sein. Besonders gelungen ist dabei die Kombination aus mattem und glänzendem Metall. Mit den himmlischen Anhängern bietet Inspirion schlüssiges Design zum kleinen Preis. Zudem gibt es die Schlüsselanhänger auch noch mit vielen weiteren Motiven.

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

SÜSSE WEIHNACHT

Wo auch immer es zu Zielgruppen- und Kundenkontakten in der Vorweihnachtszeit kommt – ein kleines süßes Give-away mit festlicher, individueller Werbe-Botschaft ist überall willkommen. Im Einzelhandel oder auf der Messe, im Autohaus oder in der Bank – Groß und Klein lassen sich für solche leckeren Schmankerl und Stärkungen immer begeistern. Jung bietet in seinem weihnachtlichen Sortiment eine Vielzahl dieser Give-aways aus starken Markenprodukten in beeindruckender Qualität: den Zimtstern und den Mini-Lebkuchen von Bahlsen, gefüllte Herz-Lebkuchen von Weiss oder auch Dominosteine, Stollenkonfekt, Christstollen und viele andere Leckereien. Alles ist schon in kleinen Auflagen im 4-c-Digitaldruck lieferbar.

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

-Anzeige-

IMMER IM BLICK

Klebezettel sind als Gedächtnisstützen absolut unentbehrlich. Daher eignen sich Blöcke als Give-away, Mailingartikel oder Visitenkarte eines Unternehmens besonders gut. Die Spranz GmbH hat eine große Auswahl dieser hilfreichen Notizer im Angebot, zum Beispiel in Haus- oder Rechteckform. Diese Blöcke haben einen Magnet auf der Rückseite, wodurch sie auf allen metallischen Flächen haften. Werbung ist so immer präsent. Die beiden Artikel sind ideale Werbeträger für Handwerker, Immobilienmakler, Versicherungen oder Banken. Spranz bietet einen Fullservice aus einer Hand – das heißt Beratung, Bemusterung, Artikel ab Lager Koblenz, Druckvorstufe, Bedruckung und Versand im Kundennamen.

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

USB-STICKS MIT BLICKFANG

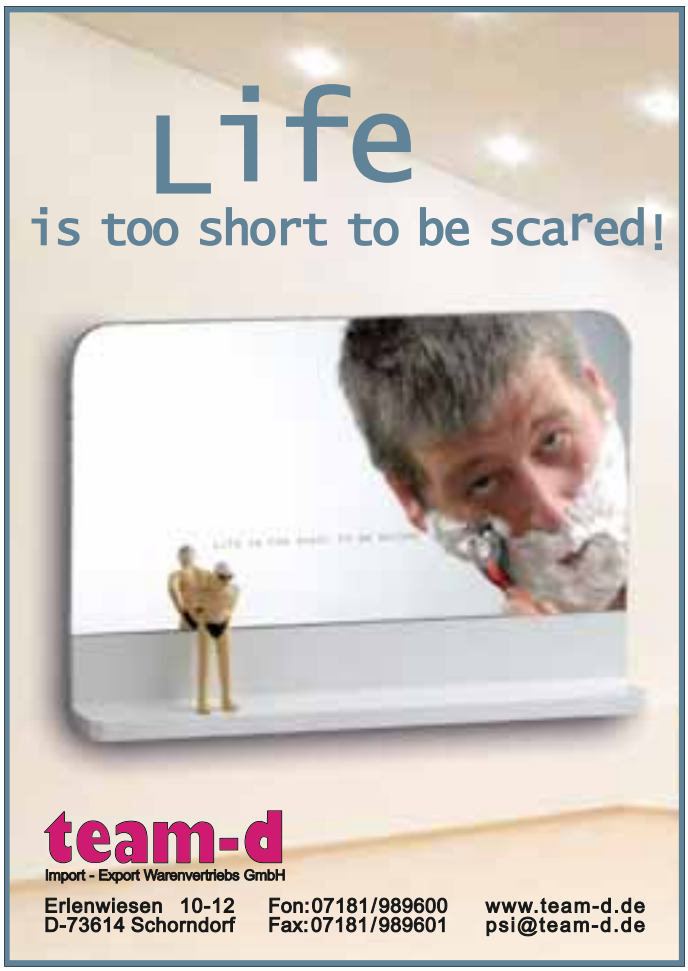
Smarte Kommunikations-Give-aways empfiehlt Adesteflash: USB-Sticks, -Karten oder -Discs, die per hauseigenem Digitaldruck-Service mit Fotos oder Logos in allen möglichen Farben personalisiert werden. Als buntes Give-away auf Messen, Firmenveranstaltungen oder zu besonderen Anlässen sind farbenfrohe USB-Sticks in Fotoqualität das perfekte Kundengeschenk und als innovativer Ersatz für Hochglanzbroschüren, Visitenkarten oder Namensschilder vielseitig einsetzbar. Die Mindestbestellmenge beträgt zehn Stück, die Lieferzeit fünf Werktage ab Auftragseingang.

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

MILITARY-OPTIK

Nagelfeilen-Heftchen mit bis zu vierfarbig bedruckten Umschlägen und verschiedenen Feilenformen sind aufgrund ihres geringen Gewichtes und ihrer Langlebigkeit in der Benutzung ein hochwertiger Mailingverstärker. Das robuste Case für die Männerfeile wurde nun von der Flörke GmbH im Military Green produziert und kann nach Kundenwunsch bedruckt werden. Diese Cases (Klickverschluss-Boxen) stellt der Lieferant in vielen verschiedenen Größen und Farben her, ebenso neue Größen als Sonderanfertigung für individuelle Verpackungsideen. Die Nagelfeilen werden gleichfalls in bis zu vier Farben bedruckt, mit inzwischen über 20 eigenen Standardmotiven. Sonderdrucke nach Kundenmotiven sind möglich.

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


Life
is too short to be scared!
team-d
Import - Export Warenvertriebs GmbH
Erlenwiesen 10-12
D-73614 Schorndorf
Fon:07181/989600
Fax:07181/989601
www.team-d.de
psi@team-d.de

EUROSTYLE®
Leather & more. Since 1899.
DAS BESONDERE LIEGT
IM EINZIGARTIGEN.
PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2011
Emil Kreher GmbH & Co. KG Lederwaren · Dieselstraße 5 · D-95448 Bayreuth
Tel. (+49) 9 21/7 89 52-0 · www.eurostyle.eu · info@eurostyle.eu

Unendliche
Möglichkeiten!
Studien belegen, dass Werbespielkarten wesentlich länger genutzt werden, als andere Werbemittel. So landen Sie garantiert bei Ihrer Zielgruppe!
www.werbespielkarten.de
Spielkartenfabrik Altenburg GmbH
Leipziger Straße 7 · 04600 Altenburg
Customer Service: 03447 582-126
Promotions & Konzepte: 03447 582-145
ASS
ALTENBURGER

Wir gratulieren PSI zum 50. Geburtstag!
HALLI GALLI
Unsere erfolgreichsten Kartenspiele!
Fische
Mix
Miau
Alle Boxen und Karten können auch für Sie individuell bedruckt werden.
AMIGO
AMIGO
Spiel + Freizeit GmbH
Waldstraße 23-D5
D-63128 Dietzenbach
info@amigo-spiele.de
www.amigo-spiele.de
Tel. 0049 (0) 6074-3755-615
Fax 0049 (0) 6074-3755-3365

MEHR DRIN FÜR DIE BOTSCHAFT

Dieses Briefchen hat es in sich: Ob Blumen- oder Fichtensamen, Badekonfetti, Kunstschnee-Pulver oder Gewürze – für jeden Anlass und jede Botschaft an die Zielgruppe findet sich bei der emotion factory der passende kommunikative Inhalt für diesen Werbeträger. Die Möglichkeiten sind dabei so vielfältig wie die Werbe-Ziele der Kunden – auch nicht gelistete Inhalte im Briefchen können auf Wunsch organisiert und abgepackt werden. Mit individuellen Ideen auf die Kundenberater zuzugehen, lohnt sich deshalb immer. Das weiße Sachet kann beidseitig 4c individuell bedruckt und als Streuartikel verwendet werden. Auch aufgespendet auf Grußkarten oder einfach als Beigabe erreicht das Briefchen höchste Aufmerksamkeit.

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

-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

DAUERBRENNER

Seit Jahrzehnten werden Feuerzeuge – am besten die der Marken GO, Zorr und LUX – als Streuartikel eingesetzt. Kein anderer Artikel wirbt so oft und effektiv wie ein bedrucktes Feuerzeug, was ihn im wahrsten Sinn des Wortes zum Dauerbrenner unter den Streuartikeln werden ließ. KP Plattner bietet als Feuerzeugimporteur mit nahezu vierzigjähriger Erfahrung qualitativ gute und selbstverständlich geprüfte (ISO9994:2006 und EN13869) Feuerzeuge an. Diese können sofort in der hauseigenen Druckerei (Kapazität 300 000 Drucke täglich) bedruckt und direkt zum Kunden geliefert werden. Kostenlose Kataloge werden zur Verfügung gestellt.

41565 • KP Plattner GmbH • Tel +43 512 2640 64
office@kp-plattner.at • www.kp-plattner.at

SICHERHEIT GEHT VOR

Wer abends oder nachts unterwegs ist, muss oft feststellen, dass Radfahrer, Jogger, Walker oder Fußgänger sehr leichtsinnig sind, da man sie im Dunkeln schwer erkennt. Diese Sicherheitslücke lässt sich mit dem batteriebetriebenen Blinklicht mit Karabinerhaken von Macma ohne Probleme schließen. Das absolute Sicherheitsmuss für Fahrradfahrer und Jogger verfügt über zwei unterschiedliche Blinkstufen (schnell und langsam) und ein LED-Licht. Werbung druckt Macma auf eine Seite des Blinklichts.

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

AKTIV GEGEN FADE WERBUNG

Die Gewürzpacks von emotion factory bringen Würze und Schärfe in die Kommunikation. Die transparenten Tüten sind wahlweise mit getrockneten Chilischoten, Pfefferkörnern oder grobem Meersalz befüllbar. Die individuelle Werbebotschaft findet Platz auf der komplett bedruckbaren Werbekarte, die oben an der transparenten Tüte angebracht ist, und macht die Produkte damit zum idealer Mailingbegleiter.

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

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

LOCK & LOCK®

www.lockandlock.info

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

HAUSMESSE WERBEMITTEL RÜPPNER

GUTER START IN DEN HERBST

Tradition und Stetigkeit werden im Hause Rüppner großgeschrieben, deshalb lud der Werbeartikelhändler auch in diesem Jahr zu seiner Hausmesse nach Weimar ein. Die Besucherzahlen überstiegen alle Erwartungen aus den letzten Jahren. 120 Personen aus insgesamt 70 Unternehmen informierten sich in Weimar über die Produkte der 23 Aussteller. Die Stimmung aller Anwesenden war durchweg positiv, nicht zuletzt wegen der hohen Besucherzahlen. Besonders hervorgehoben wurde von den Ausstellern die gute Atmosphäre der Messe. Man freute sich über die erfolgreiche Organisation, die es zuließ, dass hochwertige Gespräche geführt werden konnten. Das Interesse seitens der Besucher war sehr groß: Konkrete Anfragen machten die Hausmesse für Aussteller und alle anderen Beteiligten zu einer gelungenen Veranstaltung und in Vorfreude wird schon die nächste Rüppner-Hausmesse erwartet. <

Das erfolgreiche Rüppner-Team.

Viel Neues zu entdecken gab's in Weimar.

HAGEMANN WERBEMITTEL DISTRIBUTION SERVICE GMBH

SEPTEMBER-FEST WAR GROSSER ERFOLG

Zum dritten Mal in Folge öffnete Hagemann Werbemittel Distribution Service GmbH für das September-Fest die Pforten der alten Kongresshalle in München. 60 Aussteller stellten hochwertige Topseller und Neuheiten der Werbeartikelbranche vor. Wegen der guten Resonanz der letzten Jahre wurde die Ausstellungsfläche in diesem Jahr vergrößert. 240 geladene Gäste informierten sich über Produkte aus den Bereichen Haushaltswaren, Bürozubehör, Reiseutensilien und Süßwaren und nutzten die Messe, um sich bei der Auswahl von Werbemitteln beraten zu lassen. Natürlich soll auch im nächsten Jahr wieder ein großes September-Fest gefeiert werden. *www.hagemanngruppe.de* <

TIP GMBH

VERTRIEBSPROFIS FÜR SÜDDEUTSCHLAND

Die TIP GmbH hat zum 1. September den Außendienst in Süddeutschland für Werbemittel und Promotionwear sowie den Exklusivvertrieb von Mini-Laserbeamern des Herstellers Aaxa Technologies mit zwei weiteren erfahrenen Vertriebsmitarbeitern verstärkt. Rainer Bachmann ist seit 2009 als selbstständiger Handelsvertreter für Werbesysteme und Werbetechnik mit einer eigenen Vertriebsagentur auf dem Markt. Seinen Sitz hat Rainer Bachmann in der Nähe von Göppingen. Sein Verkaufsgebiet erstreckt sich über Göppingen, Schwäbisch Gmünd bis Ulm. Ralf Koch hat eine langjährige Expertise im Verkauf von Werbemitteln aller Art. Da er unter anderem die Vertretung für den Schreibgerätespezialist Messmer inne hatte, besitzt er eine besondere Affinität zu Schreibgeräten. Ralf Koch hat seinen Sitz in der Nähe von Kaiserslautern und betreut die Regionen Kaiserslautern, Mannheim und Heidelberg. Beide neuen Außendienstmitarbeiter sind im süddeutschen Raum aktiv und verstärken das Verkaufsteam jetzt auf insgesamt fünf Vertriebsprofis. Zur weiteren Expansion sucht die TIP GmbH bundesweit nach weiteren Mitarbeitern. <

Rainer Bachmann

Ralf Koch

VICTORINOX

VERSTÄRKUNG DES KEY ACCOUNT MANAGEMENTS

Tobias Zehnder

Carmen Kaufmann

Seit Juni 2011 wird neben den Märkten in Deutschland und der Schweiz auch der Werbeartikel-Fachhandel in Österreich direkt von Victorinox betreut. Das traditionsreiche Unternehmen wurde nun zu diesem Zweck mit Tobias Zehnder als Junior Key Account Manager verstärkt. Der 29-Jährige bringt eine Marketing-Ausbildung und mehrere Jahre Erfahrung im Werbeartikel-Verkauf mit. Als Key Account Management Assistant stößt Carmen Kaufmann, ehemals Customer Service Deutschland, zur neuen D-A-CH-Organisation von Victorinox. *www.victorinox.com* <

HERZOG PRODUCTS GMBH

NEUZUGANG IM AUSSENDIENST

Robin Trautz

Mit Robin Trautz begrüßt die Herzog Products GmbH einen neuen Mitarbeiter. Der gelernte Reiseverkehrskaufmann, der zuvor beim Lufthansa City Center tätig war, wird das Vertriebsteam des Unternehmens aus Keltern unterstützen. Robin Trautz ist innerhalb Deutschlands für die Postleitzahlen-Gebiete 0, 2, 3, 4 und 9 tätig. Zudem bringt er seine Vertriebserfahrung in Österreich ein. *www.herzog-products.de* <

KOLIBRI HANDELS GESMBH

VOLLER ERFOLG FÜR DEN ERSTEN INFO DAY 2011

Die Aussteller präsentieren sich zum Gruppenfoto vor dem Schloss.

Unter dem Motto „Werbung meets Geschichte“ fand Ende August der erste Info Day der Kolibri Handels GesmbH statt. Im historischen Ambiente von Schloss Schönbrunn in Wien zeigten 40 Aussteller einen attraktiven Mix aus bewährten und brandneuen Werbeartikeln. Das Interesse am breit gefächerten Angebot der Messe war groß: 298 Besucher von 192 Unternehmen waren der Einladung zu dem Event gefolgt. Das gesamte Kolibri-Team, einheitlich in Violett-Schwarz gekleidet, kümmerte sich professionell um Kunden und Aussteller. Die gute Betreuung, die Flut an Anfragen und konstruktiven Kundengesprächen trugen zu der positiven Stimmung auf der Messe bei. Auch ein attraktives Rahmenprogramm leistete seinen Anteil am Erfolg der Veranstaltungspremiere: So bot das Kolibri-Team jede Stunde eine Verlosung mit attraktiven Preisen, zu denen unter anderem ein All-inclusive-Wohlfühlurlaub für zwei Personen und ein Abendessen im Haubenlokal Steirereck gehörten. Zudem erhielt jeder Messeteilnehmer ein Präsent, das vor Ort mittels Laser personalisiert wurde. Ein Buffet mit Altwiener Köstlichkeiten rundete die Veranstaltung kulinarisch ab. Nach der gelungenen Premiere soll im nächsten Jahr eine Fortsetzung folgen. In der Zwischenzeit kann sich jeder auf *www.kolibri.eu* ganz einfach für den monatlichen E-Letter anmelden. Dann flattert automatisch alles Wissenswerte über die Kolibri-Werbeprofis, die seit nunmehr 22 Jahren mit intensiver Beratung und vielen kundenorientierten Serviceleistungen wie Ideenfindung, Lagerung, Logistik, Versand und vielem mehr überzeugen, auf den Desktop. *www.kolibri.eu* <

MARKEN-RELAUNCH

BAGS BY RIEDLE MIT NEUEM AUFTRITT

Hochwertige Papiertragetaschen und ein exklusiver Kundenkreis erfordern einen ebensolchen Markenauftritt. Bags by Riedle hat sich deshalb zu einem kompletten Marken-Relaunch entschieden. Innovative Produktneuheiten erweitern das bewährte Portfolio. Dazu wurden Website, Imagebroschüre und Wort-Bild-Marke neu gestaltet. Unter dem neuen Riedle-Claim „Look at me!“ machen professionelle Streetdancer in kraftvoller Fotografie auf den Neustart aufmerksam. So wird die Power der Tragetasche als Werbekontakt-Maschine auf Messen oder auf der Straße zum dynamischen Aufhänger der neuen Kampagne. Bags by Riedle ist Produzent von individuellen Papiertragetaschen. Hochwertige Produkte zu marktgerechten Preisen, mehr Service und mehr Dienstleistung – das sind die Kernkompetenzen von Riedle. Auf diese Kompetenzen vertrauen exklusive Kunden wie Bosch, BMW, Hilfiger oder Lancôme. *www.riedle.de* <

EDITH KETTEL MARKET SERVICES

HAUSMESSE MIT FAMILIÄRER ATMOSPHÄRE

Nun bereits zum achten Mal lud Edith Kettel Market Services zur Hausmesse nach Nürnberg ein. In den großzügigen Räumlichkeiten der Citroën-Niederlassung zeigten fünfzehn namhafte Aussteller einen gelungenen Querschnitt aus allem, was die Branche an effektvollen und kommunikationsstarken Werbeträgern zu bieten hat. Das Interesse am Angebot war entsprechend groß: Über 100 Besucher ließen sich von Neuheiten, pfiffigen Ideen und kreativen Marketinglösungen inspirieren. Die lockere familiäre Atmosphäre der Veranstaltung lud dazu ein, lange an den Ständen der Aussteller zu verweilen. So entwickelten sich ausführliche und interessante Gespräche. Neben der Produktshow überzeugte die Messe durch ein attraktives Rahmenprogramm. So fertigte beispielsweise der bekannte Karikaturist und Schnellzeichner Dallidali Porträts der Gäste an, die sie anschließend als Erinnerung an die Veranstaltung mit nach Hause nehmen durften. Mit einem schmackhaften kulinarischen Angebot wurde das Programm abgerundet. Der Erfolg der Veranstaltung war wieder überwältigend, so der Tenor der Besucher, Aussteller und der Veranstalterin Edith Kettel. Bereits jetzt freut man sich im Hause Edith Kettel Market Services auf die nächste Hausmesse 2012. *www.edithkettel.de* <

A+O TEAM

TERMINE FÜR ADVENTSTOUR STEHEN FEST

Auch in diesem Jahr lädt das A+O-Team Werbemittelhändler zur traditionellen Adventstour quer durch Deutschland ein. In entspannter Atmosphäre geben die 16 Lieferantenpartner Boschagroup, Artihove, ars Design, Brennerei Betz, Deumer, Dyckhoff, Infoplus, Inspirion, Joytex, Kössinger, Niederegger, Orcas, PSL, Ritter-Pen, Imagetools und Snap einen Ausblick auf die Neuheiten 2012. Folgende Termine sollten sich Interessierte schon einmal notieren:

22. November 2011
Courtyard by Marriott
Ostring 9
65205 Wiesbaden

23. November 2011
Sheraton Essen
Huyssenallee 55
45128 Essen

24. November 2011
Sofitel Hamburg
Alter Wall 40
20457 Hamburg

30. November 2011
Pullman Fontana
Vollmoellerstraße 5
70563 Stuttgart-Vaihingen

1. Dezember 2011
Sofitel Munich Bayerpost
Bayerstraße 12
80335 München <

EXPO RECLAM XMAS 2011

PSI MIT EIGENEM STAND VERTRETEN

Insgesamt 2236 Besucher von 1381 Unternehmen fanden am 6. und 7. September 2011 den Weg zur zweiten Auflage der Expo Reclam Xmas – so die Zahlen des Veranstalters Reed Exhibitions Iberia. Die speziell auf das Weihnachtsgeschäft zugeschnittene südeuropäische Fachmesse für Werbeartikel im Pavilion 14 des Ausstellungsgeländes Ifema in Madrid war erstmals auf zwei Tage konzentriert. Von den 76 Ausstellern kamen 72 aus Spanien. Auch ein Großteil der Fachbesucher stammte von der Iberischen Halbinsel. Das PSI war mit einem eigenen Stand auf der Messe vertreten, stellte seine Services vor und warb für die 50. PSI Messe mit ihren zahlreichen Jubiläumsangeboten vom 11. bis 13. Januar 2012 in Düsseldorf. Reed

Exhibitions Iberia bereitet sich unterdessen schon auf die vom 14. bis 16. Februar 2012 ebenfalls in Madrid stattfindende Expo Reclam vor, auf der ein Großteil der spanischen Werbeartikellieferanten ausstellen wird.
www.exporeclam.es <

BUTTONBOSS GROUP

CARE CONCEPTS ÜBERNOMMEN

Robin Vogel, Geschäftsführer des niederländischen Unternehmens Buttonboss, hat Care Concepts von Erwin Prickaerz übernommen. Prickaerz hat die Anteile von Care Concepts verkauft, um sich vollständig auf sein stark wachsendes Unternehmen Designdrinks zu konzentrieren. Vogel sieht in Care Concepts eine gute Erweiterung seines Sortimentes: „Mit der Übernahme stärken wir auch unsere Position als Lieferant, nicht zuletzt aufgrund der großen Synergie-Effekte mit der Peppermint-Company, die auch zu unserer Unternehmensgruppe gehört. Zudem erkennen wir auch die Wachstumsmöglichkeiten von Care Concepts.“ Care Concepts soll nach Enschede umziehen, wo auch The Peppermint Company und Buttonboss ihren Sitz haben. Irene Olde Velthuis, seit fünf Jahren tätig bei Buttonboss, wird zusammen mit Araun Pienemann für den Verkauf verantwortlich sein. Die kommenden Monate wird fleißig am Umzug und an den Vorbereitungen für die neuen Kataloge gearbeitet, die auf der PSI in Düsseldorf präsentiert werden sollen. Aus praktischen Gründen wird Buttonboss die drei Firmen unter demselben Namen kommunizieren. Deswegen fallen Buttonboss, The Peppermint Company und Care Concepts künftig unter die Buttonboss Group. Die Firmen innerhalb der Gruppe werden allerdings ihre eigene Identität behalten und auch unter ihrem Namen am Markt aktiv bleiben. *www.buttonboss.com* <

Geschäftsführer der Buttonboss Group: Robin Vogel.

PROMART PROMOTION

NEUES MARKETINGTOOL

Ihr neuestes Marketingtool stellten kürzlich Promart Promotion und Bilpark Information Technologies auf dem von Coca Cola gesponserten Festival Rock´n Coke 2011 vor. Mit der Hard- und Softwarelösung Share@Site können Veranstaltungen direkt mit sozialen Netzwerken verknüpft werden. Das Prinzip ist einfach, wie der erste Einsatz beim Rock´n Coke 2011 zeigte: Alle Besucher bekamen am Eingang einen Transponder ausgehändigt, über den sie sich in ihren Facebook-Account einloggen konnten. Auf dem Festivalgelände waren überall „Reading Points“ aufgestellt, kam ein Besucher mit dem Transponder dort vorbei, wurde sein Facebook-Account automatisch aktualisiert. Die Festivalbesucher konnten so ihren Facebook-Freunden mitteilen, wo sie sich zu welcher Uhrzeit aufhielten. Gleichzeitig wurden Informationen über das Event gepostet. Coca Cola gab nach dem Festival bekannt, dass während des Events 70000 Posts gesendet wurden. Burak Arcan, Geschäftsführer Promart Promotion, sieht in Share@Site ein Marketinginstrument, das die neuen Medien für Unternehmen öffnet und innovative Formen des Marketings kreiert. Promart Promotion bietet seit mehr als zwölf Jahren individuelle Marketingstrategien an. Die Agentur mit Sitz in Istanbul gründete sich aus den Unternehmen Korkmaz und Simsek und hat sich auf Event- und Veranstaltungsmarketing spezialisiert.
www.promart-promotion.com, www.ShareAtSite.com <

Vielseitig und bunt, mit viel Textilien, aber auch einigen europäischen Marken – so präsentierte sich die Promoturk in Istanbul. Unter den Ausstellern waren auch eine Reihe PSI Mitglieder.

PROMOTURK POWERED BY PSI

EUROPA IM VISIER

Die 26. Auflage der Promoturk ging vom vom 22. bis 25. September im Messezentrum CNR Expo in Istanbul über die Bühne. 137 überwiegend türkische Aussteller zeigten, was die aufstrebende Wirtschaftsnation an Werbeartikeln zu bieten hat. Eine Traditionsveranstaltung, die in eine neue Ära aufbrach: Die Kooperation mit PSI soll der Messe nicht nur das geschätzte PSI Logo bescheren, sondern auch die Chance bieten, vom weltweiten PSI Netzwerk zu profitieren.

Eine Messe, die bereits 25 Veranstaltungen hinter sich hat, ist schon eine Institution. Dieses Attribut kann man sicherlich auch der Promoturk zuerkennen. Entsprechend vertraut und gelassen empfand der Beobachter die Atmosphäre der vom türkischen Werbeartikelverband Promoturk und der ITE Group organisierten Messe. Mit 6267 türkischen und 339 internationalen Besuchern hatte die Messe eindeutig nationalen Charakter. Dass während der Messelaufzeit auch ein EPPA-Meeting stattfand, verlieh der Traditionsveranstaltung dennoch internationales Flair. 2613 Besucher hatten sich online registriert.

PSI ALS GÜTESIEGEL

Die Messe soll wachsen, professioneller und internationaler werden – das ist das erklärte Ziel des Mitveranstalters Promoturk. Die Mitgliedschaft des Verbandes im europäischen Dachverband EPPA signalisiert schon seit Jahren, wie wichtig die türkische Branche die Kontakte zu Europa nimmt. Dass die Türkei inzwischen auf der PSI Messe den zweiten Platz unter den ausstellenden Ländern einnimmt, bestätigt diese Politik. Somit war der Lizenzvertrag mit PSI ein weiterer Schritt in die bereits eingeschlagene Richtung: Die Marke PSI als Bestandteil des Messenamens setzt ein klares Signal dafür, dass man Synergieeffekte mit PSI nutzen möchte, um die türkische Branche international zu vernetzen. Von PSI erhofft man sich einen Schub für die Messe und möchte „von PSI lernen“, wie wir in Gesprächen häufig hörten.

TÜRKEI ALS INTERESSANTER MARKT

Doch das Interesse der Türkei an Europa ist keineswegs einseitig: Denn die Türkei ist auch für Europa interessant, und zwar

Das reiche kulturelle Erbe der Türkei wird auch in der Kunst sichtbar: Auch Kalligraphie und traditionelle Malerei waren zu sehen.

Beim Messerundgang machten sich Michael Freter (PSI, 2. v. r.) und Hans Poulis (EPPA, re.) ein Bild vom türkischen Markt.

Gut gelaunte Messeteilnehmer bei der Reception anlässlich der Award-Verleihung.

einerseits als Produktionsstandort und Sourcing-Land, aber ebenso als Absatzmarkt. Der türkische Werbeartikelmarkt hat mit etwa 2,4 Milliarden US-Dollar ein ansehnliches Volumen. Restriktionen gibt es keine, außer im Medizinbereich, wo eine Wertgrenze von umgerechnet rund acht Euro gilt, in Verbindung mit der Auflage, dass die eingesetzten Produkte in der Praxis selbst verwendet werden müssen Die Textilindustrie hat eine lange Tradition und überzeugt durch ein steigendes Qualitätsniveau. Doch wer in der Türkei nur den „Textilnachfolger von Fernost“ sieht, greift zu kurz, denn auch in anderen Produktbereichen liefern türkische Lieferanten vielseitige Artikel im gutem Preis-Leistungs-Verhältnis, die den europäischen Markt bereichern. Gegenüber asiatischen Lieferanten haben die Türken einige Vorteile bei geringerem Risiko zu bieten, zumal die Produktionskosten in Asien enorm gestiegen

Europa, die Türkei und PSI wollen künftig stärker zusammenarbeiten, darüber waren sich Hans Poulis, Esad Ahmet Özdem und Michael Freter einig (v. l. n. r.). „Wir möchten eine für alle fruchtbare Beziehung aufbauen und das ist ein längerer Pozess, der Zeit braucht. In der Türkei sagt man: Man darf nicht zu schnell laufen, dann ist man zu früh erschöpft“, so Promoturk-Präsident Özdem.

Europa traf sich in Istanbul: Während der Messelaufzeit fanden mehrere EPPA-Meetings statt. Die Teilnehmer aus neun Ländern, darunter PSI Chef Michael Freter (5. v. l), rechts daneben Promoturk-Präsident Esad Ahmet Özdem und EPPA-Präsident Hans Poulis sowie EPPA-Vizepräsident Patrick Politze (2. v. r.)

sind. Sie sind einfach näher an Europa, die Transportzeiten sind kürzer, das bedeutet Flexibilität, vor allem bei Sonderanfertigungen und kleinen Mengen.

TRADITION UND MODERNE

Das Produktspektrum auf der Messe wurde allerdings dominiert von Textilien, Schreibgeräten und Streuartikeln sowie Wanduhren in allen erdenklichen Formen und Farben, alle großflächig bedruckt – eine auffällige Besonderheit, die man andernorts nicht findet. Istanbul als Nahtstelle zwischen Europa und Asien, zwischen Tradition und Moderne: Diese Polarisierung wurde auch auf der Messe sichtbar. Neben westlich orientierten Ausstellern gab es einen Stand, an dem ein Künstler mit unglaublich ruhiger Hand Kalligraphien zeichnete. Gleich gegenüber konnte man zuschauen, wie eine Künstlerin in traditioneller Öltechnik ornamentale Bilder herstellte. Eine Ausstellung zeitgenössischen Kunsthandwerks war in die Messe integriert und eröffnete spannende Einblicke in die türkische Kultur.

INTERNATIONALE HERAUSFORDERUNG

Wie auf der Messe zu hören war, investieren Hersteller verstärkt in moderne Technologien und Fertigungsverfahren, um die Qualität zu erhöhen und die Wettbewerbsfähigkeit in Europa zu verbessern. Der am ersten Messetag verliehene Design Award zeigt, dass in diesem Zusammenhang auch der Mehrwert von Kreativität und gutem Produktdesign erkannt wird. Das Land arbeitet also aktiv daran, seine Hersteller- und Innovationskompetenz auszubauen – auch mit Unterstützung des PSI. Denn im Rahmen der Verleihung des „Promotional Product Design Contest“ hob Michael Freter die Bedeutung von innovativem Produktdesign für die Wirkung von Werbeartikeln hervor. Er lud die Preisträger in der „Erfinder“-HALLE13 auf der PSI nach Düsseldorf ein. Zurzeit gibt es kleinere und mittlere Hersteller, aber auch viele Importeure und Händler, die auch Massenware aus Fernost beziehen. In diesem Markt sehen auch europäische Markenartikler die Chance, mit hochwertigen und designo-

Handgefertigter Schmuck – zu sehen im Rahmen der „Master at Work“-Ausstellung, einer kleinen Kunsthandwerksmesse innerhalb der Werbeartikelmesse.

rentierten Produkten eine Nische zu besetzen. Die Ausstellerstruktur der Promoturk spiegelte die beschriebene Marktsituation wider. <

Mark Cuipers, Deonet

Als niederländischer Produzent von Werbeartikeln wie beispielsweise personalisierten USB-Sticks, Schlüsselanhängern und Kugelschreibern haben wir seit Kurzem auch ein Sales Office in der Türkei. Man muss im jeweiligen Markt vor Ort präsent sein, das macht das Geschäft einfacher und man kann die Märkte besser bedienen. Der türkische Markt ist nicht so klar strukturiert wie die Märkte europäischer Länder, aber es gibt eine große Bandbreite an leistungsfähigen Unternehmen aller Größen. Diese Messe ist in der Türkei bekannt und wir hatten schon im letzten Jahr einen guten Erfolg. Also sind wir in diesem Jahr optimistisch, zumal PSI mit im Boot ist.

Enis Karslioglu, On-Net Promotion

Wir sind Mitglied der internationalen Händlervereinigung IPPAG und als solches den gemeinsamen Werten wie Verantwortung, hohem Qualitätsstandard, globaler Sichtweise, Marktverständnis sowie Innovationsbereitschaft verpflichtet. Kürzlich haben sich im Rahmen des internationalen IPPAG-Meetings 20 türkische Lieferanten vorgestellt. Diese Möglichkeit der direkten Kontaktaufnahme wurde sehr begrüßt und die Händler waren beeindruckt von der Leistungsfähigkeit der türkischen Firmen. Der türkische Markt ist ein stark wachsender und entwicklungsfähiger Markt, der aufnahmefähig für Neues ist. Wir arbeiten intensiv daran, das Image des Werbeartikels aufzuwerten, indem wir aufzeigen: Werbeartikel sind mehr als nur Giveaways, sie werben effektiver, nachhaltiger und dabei preiswerter als klassische Werbung. Dieser Gedanke muss in der hiesigen Branche noch stärker verankert werden. Die Zusammenarbeit mit PSI ist eine sehr gute Idee, die die internationale Vision unterstützt. Europa kann in vielerlei Hinsicht von der Türkei profitieren, und vielleicht finden über das PSI auch mehr türkische Unternehmen Zugang zum internationalen Markt.

Ülkü Frimaz Güler, Hasgül Promotional Textile

Unser hauptsächlicher Kundenkreis sind Händler und Agenturen. Für uns sind alle neuen Kontakte wichtig. Wir hoffen, dass sich diese Messe dank der Kooperation mit PSI weiterentwickelt, sodass wir hier auch verstärkt internationale Kontakte aufbauen können. Die Marke PSI ist im türkischen Markt sehr bekannt und steht für Erfahrung und Know-how.

Gül Bellikan, Scikss

Wir sind Hersteller von Qualitätsschreibgeräten mit Produktion hier in Istanbul. Unsere Marke ist bekannt und wir sind Marktführer in diesem Segment in der Türkei. Da wir auch exportieren, sind Messen für uns besonders wichtig. Heute waren schon einige internationale Besucher hier am Stand und ich hoffe, dieser Trend setzt sich im Messeverlauf weiter fort.

Halil Yildirim, Görenler

PSI ist in der Türkei sehr bekannt und man assoziiert damit eine starke Marke, Professionalität und weltweites Networking. Die PSI Düsseldorf wächst jedes Jahr, und sie ist eine wichtige Messe für uns, auf der wir schon seit Jahren ausstellen. Auf der Promoturk sind wir seit fünf Jahren Aussteller und sie erschließt uns vor allem den heimischen Markt. Ich kann mir vorstellen, dass das PSI Label die Promoturk attraktiver macht und sie sich besser vermarkten lässt. Das bringt uns hier vielleicht auch mehr ausländische Kunden.

Seda Ficici, Lecce Pen

Lecce Pen ist seit 1997 in der Türkei präsent, seit zwei Jahren produzieren wir auch zwei unserer Modelle hier. Manches wird auch in der Türkei konfektioniert und veredelt. Insgesamt ist es ruhig auf der Messe, aber es haben uns schon einige Stammkunden besucht und sogar ausländische Besucher waren schon hier am Stand. PSI wertet die Messe auf, dieses Feedback haben wir auch schon von Kunden bekommen.

25 JAHRE TREND – 25 JAHRE BWG

ALLER GRUND ZUM FEIERN

Für den Bundesverband der Werbeartikel-Berater und -Großhändler (bwg) gibt es in diesem Jahr gleich zwei gute Gründe zum Anstoßen: das 25-jährige Bestehen des bwg und der Trend. Gefeiert wurde das Doppel-Jubiläum am 16. und 17. September mit einer Produktshow sowie einer Abendveranstaltung der Extraklasse.

Zwei Geburtstage zu feiern, ist nicht immer leicht. Denn diese Tage veranlassen dazu, die vergangenen Jahre noch einmal Revue passieren zu lassen. Fragen wie „Was hätte ich anders machen sollen?“ kommen zu diesem Zeitpunkt auf den Tisch. Für den Bundesverband der Werbeartikel-Berater und -Großhändler ließ sich das 25-jährige Jubiläum jedoch ohne jegliche Zweifel feiern. Schließlich hat die Organisation seit ihrer Gründung im Jahr 1986 vieles für die Branche bewirkt. Zu den wichtigsten Veranstaltungen, die der bwg für seine Mitglieder ins Leben gerufen hat, gehört die Trend. Die Produktshow, die seit den Anfängen des Verbandes zum bwg-Jahresprogramm gehört, ist zu einer festen Größe in der Messelandschaft geworden. Die beliebte Neuheitenshow nahm der Verband zum Anlass, um auf das Jubiläum anzustoßen.

IDEEN FÜRS JAHRESENDGESCHÄFT

Zum Jubiläum war die Messe so gut besucht wie noch nie in ihrer Geschichte. Schon am ersten Ausstellungstag herrschte von Beginn an reger Betrieb im fünften Stock der Neusser „Euromoda“. 100 Aussteller präsentierten auf der weitläufigen Etage ihre Produkte und Ideen der Saison. Zudem standen bereits einige Neuheiten für das kommende Jahr für die Besucher bereit. Ein Produktmix, der den Erwartungen der 650 Fachbesucher von 300 Unternehmen entsprach. Intensiv wurden Produkte begutachtet, Projekte besprochen und letzte Weichen für das Jahresendgeschäft gestellt. Doch die Trend ist längst nicht mehr nur Messe und damit Geschäftsplattform. Im Laufe ihrer Geschichte hat sie sich auch zugleich als Branchentreff und Kontaktforum etabliert. Das zeigte sich bei einem Gang durch die Ausstellungsräume. An vielen Stellen wurden Schultern geklopft, Hände geschüttelt und alte Bekannte herzlich umarmt. Die freundschaftlich-familiäre Stimmung erlebte auf der Abendveranstaltung ihren Höhepunkt.

NETWORKING AT ITS BEST

Roter Samt, mannshohe Spiegel mit goldenen Prunkrahmen – das Theater der Träume in Düsseldorf war wie geschaffen für die Jubiläums-Abendveranstaltung. In der stilvollen Veranstaltungsstätte erwartete die Gäste ein bunter und abwechslungsreicher Abend: Neben einem erlesenen Buffet und fetziger Live-Musik bot der Verband ein charmantes Unterhaltungsprogramm mit eindrucksvollen Tanzeinlagen und Feuer-Jonglage. Natürlich durfte zum Jubiläum auch ein kurzer Rückblick auf die Geschichte des bwg und der Trend nicht fehlen. Dieser Aufgabe nahmen sich zwei

Die Trend mit ihrem freundlichen Umfeld bietet optimale Voraussetzungen für intensive Gespräche.

Akteure an, die die Geschicke des Verbandes maßgeblich beeinflusst haben: Hans-Joachim Evers, derzeitiger bwg-Vorsitzender, und Michael Hagemann, Vorstandsmitglied der ersten Stunde und ebenfalls langjähriger Vorsitzender des Verbandes. Mit Anekdoten und Erinnerungen ließen sie die 25-jährige Geschichte des Verbandes aufleben. Auch wir wollen an dieser Stelle einen kurzen Rückblick halten.

25 JAHRE EINSATZ FÜR DIE BRANCHE

Die Geschichte des Verbandes reicht bis in das Jahr 1986 zurück. Zu diesem Zeitpunkt zählte die Branche in der Bundesrepublik bereits mehr als 2000 Werbeartikelhändler – allerdings bis dahin ohne Interessenvertretung. Das änderte sich am 24. Mai desselben Jahres. Im Wildpark-Hotel in Bad Marienburg gründeten 24 Unternehmen den Bundesverband der Werbeartikel-Berater und -Großhändler. Seitdem ist der Verband auf über 120 Mitglieder angewachsen. Auch sein Aufgabenspektrum hat sich stetig erweitert. So ist der Verband seit Jahren aktiv in der Lobbyarbeit. Sein Ziel: Eine vollwertige Anerkennung des Werbeartikels als Werbeform und damit auch die steuerrechtliche Gleichstellung mit allen anderen Werbeinstrumenten. Um den Werbeartikel ins „richtige Licht" zu rücken, hat der Verband zahlreiche Gespräche mit Politikern geführt und verschiedene Studien mitinitiiert, die die Wirkungskraft des Werbeartikels herausstellen. Zudem kümmert sich der bwg stetig um die Imagepflege des Berufsstandes.

VIELE AUFGABEN

Auch in puncto Weiterbildung ist der bwg aktiv. Zur Professionalisierung seiner Mitglieder bietet die Institution beispielsweise die Seminar- und Kommunikationstage bwg-Forum an. Traditionell stehen bei der Veranstaltungsreihe speziell auf die Branche zugeschnittene Workshops auf dem Programm. Sie behandeln wichtige Themen aus den Bereichen Verkauf, Marketing und Service in allen Facetten. Etabliert hat sich zudem der Unternehmer-Workshop, der sich insbesondere an Führungskräfte der Branche richtet. Dank des bwg verfügt die deutsche Werbeartikelbranche zudem über eine anerkannte branchenspezifische Berufsqualifikation. Seit 2008 haben Mitarbeiter von Händlerunternehmen die Möglichkeit, sich für die vom IHK zertifizierte Ausbildung zum Werbeartikel-Berater anzumelden. Ziel der Fortbildung ist

Langjährige Verbundenheit gefeiert.

es, den Teilnehmern die nötige Fach-, Handlungs-, Sozial- und Leistungskompetenz zu vermitteln, die für eine professionelle Beratungsleistung nötig ist. Mit der anerkannten branchenspezifischen Ausbildung hat der bwg ein Qualitätssiegel für die Werbeartikelindustrie geschaffen.

KOMMUNIKATIVER BRANCHENTREFF

Zuletzt wollen wir noch einmal die Trend erwähnen, die zum bwg gehört wie das runde Leder zum Fußballspiel. Die Veranstaltung, die den Austausch zwischen Lieferanten und Händlern zum Jahresendgeschäft maßgeblich fördert, hat einen festen Platz im Kalender vieler Branchenmitglieder. Für das nächste Jahr können sich Interessierte bereits jetzt den 14. und 15. September vormerken. Denn dann heißt es wieder: Auf zur Trend, der beliebten Informations-, Kommunikations- und Networkingplattform. <

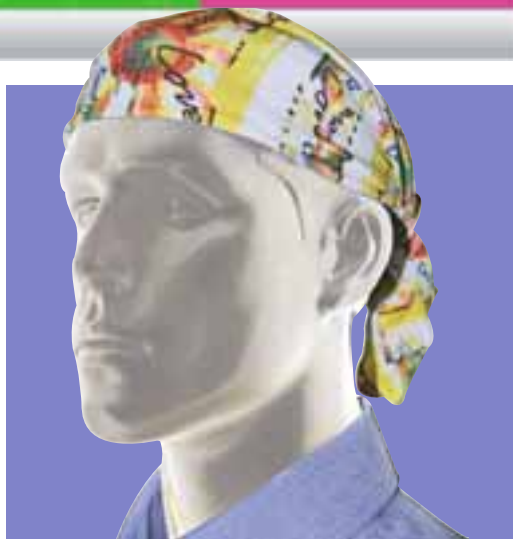
ANJA DERONI, SIGIKID

Der erste Tag der bwg-Trend war besonders gut besucht. Da sigikid sich der Branche erstmals präsentierte, mussten wir zunächst einmal unser Angebot und unsere Produkte vorstellen. Dennoch hatten wir schon sehr konkrete Anfragen. Unser Fazit zur bwg-Trend: Eine gelungene Veranstaltung! Für die hervorragende Organisation und Betreuung möchte ich mich beim Ehepaar Evers herzlich bedanken. Wir freuen uns darauf, im nächsten Jahr wieder dabei zu sein! <

MADELEINE HAVEMEISTER, TOPICO HANDELS- GMBH & CO. KG

Die bwg-Trend ist eine Messe, auf der man intensive Gespräche führen kann. Hier tauscht man sich in Ruhe über Produkte und über die Geschäfte des laufenden Jahres aus. Höhepunkt der diesjährigen Jubiläumsveranstaltung war natürlich der Abendevent, der unter anderem mit einem attraktiven Programm überzeugte. Besonders gut gefiel mir die kreative Bühnenshow. Die Messe war für uns wieder rundum erfolgreich. Nur eine Sache möchte ich anmerken: Auch wenn wir uns über unseren Standplatz kein bisschen beschweren konnten – die Ausstellungsfläche war durch ihre neue Gestaltung nicht so schön kompakt wie im letzten Jahr. <

NAMENSSCHILDER | UMHÄNGEBÄNDER | SONNENBRILLEN | WERBEMITTEL | PRÄSENTATIONSSYSTEME



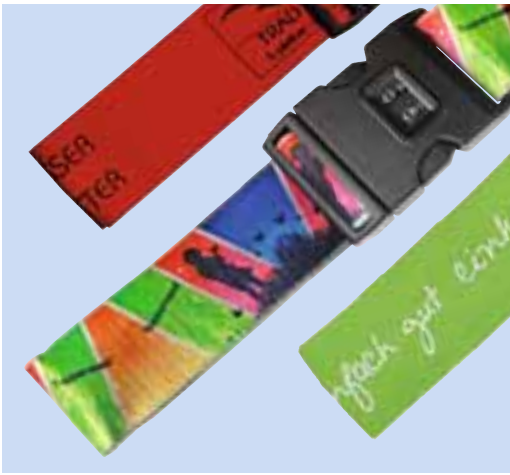
Jetzt noch bequemer und einfacher einkaufen im Online Shop unter:

www.shop.aditan.de

Unser umfangreiches Lagersortiment an Namensschildern, Befestigungen, Lanyards, Schlüsselanhängern, Skipasshaltern, Handyhaltern, etc., garantiert Ihnen eine schnelle und unkomplizierte Lieferung.

Ihr Spezialist für Sonderanfertigungen aller Art

Wir freuen uns auf Ihren Besuch zur PSI 2012 an unserem Stand
Halle 12 E30



aditan powered by CI TEC

Die wunderschönen Räume der Hofburg begeisterten Aussteller und Besucher.

PREMIERE MARKE[DING] WIEN

ATTRAKTIVE MESSE IM BILDERBUCH-AMBIENTE

Am 8. September war das Kongresszentrum der Wiener Hofburg Schauplatz einer ganz besonderen Premiere: In den prunkvollen Räumen der ehemaligen Kaiserresidenz fand die erste marke[ding] Wien statt. Die Werbeartikelmesse begeisterte mehr als 1100 Besucher. Wir waren vor Ort, um Eindrücke der Produktshow für Sie festzuhalten.

Die Wiener Hofburg war über 600 Jahre nicht nur Zentrum des Habsburgerreiches, sondern vor allem Hauptresidenz der kaiserlichen Familie. Am 8. September führte einmal eine ganz andere „Dynastie" in den prunkvollen Räumen das Zepter: der Werbeartikel. Erstmals hatte Martin Zettl, Geschäftsführer der Forum Werbegeschenke GmbH, zusammen mit fünf Händlerpartnern zur marke[ding] Wien geladen.

KONZEPT ERFOLGREICH ÜBERTRAGEN

Vielen Branchenmitgliedern ist die österreichische Messe bereits aus Wels bekannt. Dort erlebte die marke[ding] am 6. September 2011 ihre sechste Auflage. Dass sich Messeorganisator Zettl nun zusätzlich zu einer Veranstaltung in der Bundeshauptstadt entschied, ist nicht verwunderlich: „In den vergangenen beiden Jahren haben wir auf der marke[ding] Wels immer viele Besucher aus Wien begrüßen dürfen, da es in der Bundeshauptstadt bislang keine Veranstaltung dieser Art gab",

erklärt Zettl. „Eigentlich habe ich fest damit gerechnet, dass der ein oder andere Händler in Wien eine Werbeartikelmesse ins Leben ruft. Das war aber nicht der Fall. Also haben wir uns gesagt: Was in Wels funktioniert, gelingt auch in Wien.“ Gesagt, getan. Nach einer Vorbereitungszeit von zirca einem Jahr gingen die ersten Einladungskarten an Kunden der sechs Handelspartner Ebetshuber Werbeartikel, nowak Werbeartikel, HSW Werbemittel, Büro Handel Gmbh, Schrecks Goodies und Forum Werbegeschenke heraus.

GUTE BILANZ

Der Einladung nach Wien folgten 1148 Fachbesucher aus Industrie, Handel und Wirtschaft. Interessiert wechselten sie zwischen den Festsälen in der Beletage hin und her, um das große Angebot an 10000 Werbeartikeln zu begutachten. In bester Stimmung präsentierten die 106 Aussteller auf insgesamt rund 2000 Quadratmetern ihre Neuheiten, Klassiker und kreativen Marketinglösungen und äußerten sich zum Ende des Tages einhellig positiv über den Verlauf der Veranstaltung. So auch Daniela Trautmann von Ritter-Pen: „Wir sind mit Qualität und Anzahl der Besucher sowohl in Wels als auch Wien sehr zufrieden. Beide Messen sind für uns auch im nächsten Jahr Pflichttermine. Wien ist definitiv eine ideale Ergänzung.“ Lobten Aussteller vor allem die Qualität der Kontakte, die gute Besucherfrequenz und die hervorragende Organisation, würdigten die Besucher die schöne Location, das vielfältige Produktangebot sowie das durchdachte Messekonzept. Stellvertretend für viele Gäste erklärte Christian Slama von der Paulmann Licht GmbH: „Ich bin von der Auswahl der Produkte, dem wunderschönen Ambiente in der Hofburg und dem großen Angebot positiv überrascht. Ich nutze diese Veranstaltung als Informationsplattform und Ideenpool.“

Die Besucher der marke[ding] Wien verteilten Bestnoten für Ambiente, Organisation, Kompetenz und Angebot der Aussteller.

ANDREAS SLAWIK, SANDERS IMAGETOOLS GMBH & CO. KG

Wir sind sehr angetan von der vorbildlichen Organisation der marke[ding]. Hier wurde eine sehr angenehme Atmosphäre geschaffen. Ein Punkt, der maßgeblich zum Erfolg einer Messe beiträgt. Mit der Anzahl und Qualität der Besucher waren wir sehr zufrieden. Zahlreiche Besucher wurden auf den zwei Messetagen in Wels und Wien erwartet. Besonders schön ist an dieser Messe natürlich die Location - die Wiener Hofburg, die alte kaiserliche Residenz. Wie erwarten von der marke[ding] noch Großes.

Andreas Slawik

MANUEL THOME, KLIO-ETERNA SCHREIBGERÄTE GMBH & CO. KG

Wir waren auch in diesem Jahr wieder auf der marke[ding] mit dabei, da bereits die letzte Auflage ein Erfolg für uns war. Die Messe hat vielseitige und interessante Aussteller und viele Besucher, die qualifizierte Anfragen stellen. Auch hier in Wien, wo die marke[ding] das erste Mal stattgefunden hat, ist alles reibungslos abgelaufen. Wir haben im Vorfeld immer wieder gehört: Die Wiener stehen spät auf. Doch die Messe startete recht früh, sodass bereits um 10 Uhr einige Besucher den Weg an unseren Stand fanden. Die Frequenz war gut – es gab keine größeren Löcher im Tagesverlauf. Eine super Organisation und Durchführung. Hut ab – die Premiere ist wirklich gelungen und wir freuen uns auf die marke[ding] 2012.

Manuel Thome

AUSGEKLÜGELTES MESSEKONZEPT

Die positive Bewertung von allen Seiten zeigte ein weiteres Mal, wie wichtig ein kreatives und durchdachtes Messekonzept doch ist. Dass Messe-Veranstalter Zettl die Produktshow wohlüberlegt und mit dem gewissen Etwas gestaltet hat, zeigte bereits die Einladung. So fanden geladene Kunden in dem Umschlag nicht nur ein Einladungsschreiben, sondern auch eine kleine Plastik-Fliege vor. Sie gehörte zu einem Koziol-Maßband in Froschform, das Besucher auf der Messe ausgehändigt bekamen. So zog „Fred“ die Besucher buchstäblich auf die Messe. Ohne Zweifel erhielt Martin Zettl auch für seine Messeor-

Fred der Frosch von Koziol war Mittelpunkt der Werbekampagne rund um die marke[ding], Wien. (v.l.: Uwe Thielsch, Martin Zettl)

ganisation ein anerkennendes Nicken. So hatte er etwa für die reibungslose Zusammenarbeit der Messeteilnehmer eine Softwarelösung entwickelt, die unter anderem die Zuordnung eines Besuchers zu seinem Händler ermöglichte. „Jeder Besucherausweis enthält einen Code, der wichtige Daten zum Kunden bereitstellt“, erklärt uns Zettl. „Zu den Informationen gehört natürlich auch der Händler des Vertrauens. Zeigt ein Besucher nun Interesse für ein bestimmtes Produkt, scannt der Lieferant den Code – und voilà. Da die Aussteller in dem EDV-Tool auch zugleich die Anfragen der Besucher erfassen, ermöglicht das Programm zudem eine zeitnahe und zeitsparende Messenachbereitung.“

FREUDE UND INTERESSE AM WERBEARTIKEL

Zu den Highlights der Messe gehörte unter anderem der Wettbewerb „marke[ding] Award 2011“, in den auch die Besucher eingebunden waren. Vor Ort konnten sie über ihren Favoriten in den Kategorien „Neuheiten 2011“ und „Event“ abstimmen. Das Angebot wurde rege genutzt. Interessiert begutachteten die Messebesucher die zehn Werbeartikel, die im Vorfeld von einer Fachjury unter anderem anhand der Kriterien Kreativität, Innovation und Funktionalität ausgewählt worden waren. Damit hatte man den konkreten Zweck des Wettbewerbs erreicht: „Zielsetzung des Awards ist es, dem Werbeartikel die Plattform und den Stellenwert einzuräumen, die er in der Welt der Werbung und des Marketings zweifellos verdient“, so Zettl. Auf den Sieger warten neben Trophäe und Urkunde auch ein kostenloses Rebooking für die marke[ding] 2012. Diese findet nach der gelungenen Premiere auch im nächsten Jahr in Wien statt.

FORTSETZUNG NACH ERFOLGREICHER PREMIERE

„Unumstritten bleibt, dass sich das Abenteuer Wien für uns gelohnt hat und die marke[ding] auch 2012 an beiden Standorten ein Fixtermin im österreichischen Messekalender sein wird“, so Zettl. Dass der Messe-Macher bereits mit neuen Ideen für die Produktshow liebäugelt, gibt er uns mit auf den Weg. Wir können also gespannt sein auf die kommende Auflage der marke[ding], die am 13. September in Wels und am 18. September 2012 in Wien ihre Pforten öffnen wird. <

MARTIN ZETTL, GESCHÄFTSFÜHRER FORUM WERBEGESCHENKE UND VERANSTALTER DER MARKE[DING], IM GESPRÄCH.

Wie kam es zur ersten marke[ding] Wien?
In den vergangenen beiden Jahren haben wir auf der marke[ding] Wels immer viele Besucher aus Wien begrüßen dürfen. Da es in der Bundeshauptstadt bislang keine Veranstaltung dieser Art gab, haben wir das erfolgreiche Konzept aus dem oberösterreichischen Wels nach Wien „importiert“. Uns geht es vor allem darum, in der Nähe des Kunden zu sein. Denn nur wenige fahren 200 bis 300 Kilometer, um eine Werbeartikelmesse zu besuchen. Natürlich habe ich für eine Messe dieser Art Partner aus der Branche mit ins Boot geholt. So konnten wir auch eine hohe Besucherfrequenz auf der marke[ding] Wien gewährleisten.

Martin Zettl

Wie sieht das Konzept der Messe aus?
Das Konzept ist eigentlich ganz einfach: Insgesamt sechs Handelspartner laden ihre Kunden zur marke[ding] ein. Sie werden von unseren Ausstellern hier auf der Messe beraten. Im Anschluss findet dann die Kommunikation zwischen Aussteller und Händlerpartner statt. Die marke[ding] ist eine offene Messe – das heißt, es können zudem auch Kunden anderer Werbeartikel-Händler auf dieser Produktshow vorbeischauen. Sie haben hier die Möglichkeit, Ideen zu sammeln und im Anschluss das Geschäft mit dem Werbeartikelhändler ihres Vertrauens abzuwickeln. Wir umklammern hier niemanden.

Wie war die Resonanz auf die Wiener Messe bei den Ausstellern?
Was die Messelandschaft betrifft, war Wien in den letzten Jahren ein weißer Fleck. Es gab zwar Messen, diese waren aber meist auf den Werbeartikelhandel ausgerichtet. Die Resonanz auf die marke[ding] Wien war daher sehr gut. Einige Aussteller konnten wir sogar nicht mehr berücksichtigen.

Gab es bestimmte Ziele, die Sie mit der marke[ding] Wien erreichen wollen?
Ich wünsche mir, dass sich die marke[ding] in Wien etabliert. Sie soll zu einer festen Institution werden, die sich ständig weiterentwickelt.

Sehen Sie derzeit einen Produkttrend in der österreichischen Werbeartikelbranche?
Klassisch gut entwickelt hat sich der Textilbereich. Was sich aber viel deutlicher abzeichnet als ein Produkttrend ist die Tendenz hin zu Qualität und Marken. Labels sind wieder viel mehr gefragt. Die letzten zwei Jahre waren krisenbedingt nicht der Freund der Marke. Jetzt sind sie sowie Qualitätsprodukte wieder im Aufwind.

Wie ist die aktuelle Branchensituation hier in Österreich?
Die aktuelle Branchensituation ist sehr gut. Die Branche steuert nach schwächeren Zeiten 2011 auf ein Rekordjahr zu.

Atlantis-Namensschilder…
eine Erfolgsgeschichte setzt sich fort.

2002 haben wir mit unserem ersten Atlantis-Namensschild den Markt revolutioniert - 10 Jahre weiter setzen wir unserem mittlerweile atemberaubend vielfältigen Mostseller das BIO-Tüpfelchen auf:

Der Träger des Namensschildes besteht zu 100% aus europäischen Weichhölzern, der Werkstoff selbst ist biologisch abbaubar und kompostierbar. Die biologische Abbaubarkeit ist im Rahmen der **DIN-Norm EN 13432 2000-12** von unabhängigen Organisationen geprüft worden.

Erfolgsgeschichte mit reiner Weste!

“Wir machen mehr aus Ihrem guten Namen!”

Infoplus Blindow
Namensschilder GmbH & Co. KG
Bahnhofstr. 24 • 22941 Bargteheide
Tel. 04532-200-0 • Fax 04532-200-200
www.infoplus.de • info@infoplus.de

infoplus®
badgeline

8. WERBEMITTELTAG HEILBRONN

ALLES FÜR DEN ENDSPURT

Am 15. September 2011 lud die Heilbronner Agentur xmedia zum 8. Werbemitteltag ein. Die Hausmesse wurde zum ersten Mal in den eigenen Geschäftsräumen veranstaltet. Eine kleine, aber feine Ausstellerrunde zeigte die unterschiedlichsten Möglichkeiten gegenständlicher Werbung.

Neues und Bewährtes, Standard- und Designprodukte, günstige Give-aways und hochwertige Präsente – für jeden Geschmack und jedes Budget ließ sich beim 8. Werbemitteltag Heilbronn der xmedia GmbH etwas finden. Die gute Resonanz bei den Besuchern zeigte, dass Zeitpunkt und Dauer der Veranstaltung mit einem halben Tag (von 13 bis 18 Uhr) richtig gewählt waren. Auch der neue Präsentationsort – die Geschäftsräume der xmedia – fand allgemein Anklang. Die Gäste, von denen jeder den druckfrischen xmedia-Weihnachtskatalog mit nach Hause nahm, kamen aus den Bereichen Industrie, Handel, Dienstleistungen, Verlage sowie Handwerk und folgten den unterschiedlichen Einladungen per Post, E-Mail und Internet. Als Bonus erhielt jeder Besucher auf die angefragten Produkte drei Prozent Messerabatt. Abgerundet wurde die Veranstaltung durch ein schmackhaftes Buffet. Eine zuversichtliche Zwischenbilanz zog xmedia-Geschäftsführer Ralf Stegmann: „Die Anfragen lassen auf einen guten Endspurt 2011 und einen erfreulichen Start in das kommende Werbejahr hoffen. Selbstverständlich planen wir auch für September 2012 wieder einen Werbemitteltag Heilbronn."

POSITIVE RESONANZ

Auch die Aussteller zeigten sich rundum zufrieden. „Wir kommen immer seit vielen Jahren nach Heilbronn, es gibt wenig Leerlauf und immer interessierte Besucher", so Ralf Wahner von PF Concept. Der Schreibgerätespezialist Klio Eterna aus Wolfach im Schwarzwald hatte als Neuigkeit einen rundum bedruckbaren Kugelschreiber dabei, der großes Interesse auslöste. Leopold Vienna stand für all die schönen Dinge rund um Bar, Wein, Grill, Küche sowie Tee und Kaffee. Unter dem Motto „Silber verbindet" konnten die Besucher die hochwertigen Produkte der Firma Zilverstad begutachten. Der gut besuchte Stand der auf Elektronik- und Designprodukte spezialisierten Herzog Products GmbH aus Keltern bei Pforzheim ließ Nico Bortone zuversichtlich nach vorne blicken: „Die Besucher waren höchst interessiert an unseren Produkten und unserer Marke. Wir haben eine Menge Anfragen bekommen und hoffen auf ein gutes Nachmessegeschäft."

HOCHWERTIGE SCHNÄPPCHEN

Erstmals wurden bei der xmedia-Hausmesse Kleinelektrogeräte von BaByliss ausgestellt. BaByliss kennen vor allem die Friseurprofis. Deren Produkte eignen sich bestens für hochwertige Kundenpräsente oder Prämiensysteme. Last but not least waren die aktuellen Philips-Saeco-Kaffeevollautomaten zu sehen. Einen Überblick über viele weitere Produkte gab xmedia in Zusammenarbeit mit seinen Partnern selbst. Großer Beliebtheit erfreute sich auch der Schnäppchenmarkt. Dort konnten zu besonders günstigen Preisen Einzelteile von namhaften Herstellern erworben werden.

www.x-media.net <

KeyRefinder®
alles kommt zurück

Werbe-Ideen -Update !

NEU

Web 2.0 System

Jetzt kommen auch Koffer zurück

Und Handys, Notebooks, Taschen, Fotoapparate – einfach alles, was schnell einmal verloren geht

Sie kennen den bewährten KeyRefinder? Die Auflage unseres Werbemittels, das verlorene Schlüssel zum Eigentümer zurückbringt, hat die 4 Millionen überschritten. Das hat uns motiviert, eine zweite, neue Produkt-Welt aufzubauen. Jetzt gibt es den KeyRefinder auch für alle Gegenstände, die der Finder nicht einfach in den Briefkasten werfen kann. Wir nennen unser Update für Taschen, Koffer, Handys und Co. **Web 2.0 System**, denn das Verlorene findet jetzt sein Zuhause über das Internet.

Art. Nr. 7530
4er Aufkleber-Set „Hood“
für Handys, Notebooks etc.,
individuelle Gestaltung

Art. Nr. 7531
Anhänger „Loop“
für Taschen, Koffer etc.,
individuelle Gestaltung

KeyRefinder® · Oskar-Sembach-Ring 6 · 91207 Lauf, Germany · Tel. +49 (0) 9123 98 99 820 · info@keyrefinder.eu · www.keyrefinder.eu
Gerne senden wir Ihnen Informationen.

Viel zu erfahren über Werbeartikel und deren Wirksamkeit gab's auch diesmal bei top display.

Den Kunden gefiel's: Die konzeptionelle Grundidee „EisZeit – cool & trendy" durchzog alles von Ausgestaltung und Präsentation der Räumlichkeiten bis zu den Produkten.

TOP DISPLAY – COOL & TRENDY

„EISZEIT" IN HAMBURG

Für die einen war es der Sommerausklang, für die anderen der Winteranfang. Aber für jeden Besucher gab es Beeindruckendes zu entdecken. Auf SpringLights im Frühjahr folgte am 7. September 2011 mit EisZeit die Fortsetzung erfolgreicher Hausveranstaltungen der Hamburger top display.

Die konzeptionelle Grundidee „EisZeit – cool & trendy" durchzog alles von der Einladungskarte über die Ausgestaltung und Präsentation der Räumlichkeiten bis zu den Produkten. „Wir haben mit dem Termin und dem Thema der Veranstaltung ins Schwarze getroffen", freut sich der Geschäftsführer der Hamburger Werbeartikelagentur top display International GmbH, Hans Daub. „98 Teilnehmer aus 76 Unternehmen konnten wir umfassend fürs Weihnachtsgeschäft beraten und ihnen schon jetzt neue Produktideen für 2012 präsentieren."

ERFOLGREICHE BERATUNGSGESPRÄCHE

In mehreren Büros und im gut sortierten Showroom von top display präsentierten sich an diesem Tag zwölf Top-Werbeartikelhersteller mit Ideen, ausgewählten Produkten und praktischen Produktanwendungen. Dabei konnten die persönlich eingeladenen Kunden in aller Ruhe zielgerichtet ihre Wünsche diskutieren und diese in gemeinsamen Beratungsgesprächen zu einem angebotsfähigen Abschluss bringen. Jeder der aus Hamburg, Schleswig-Holstein, Bremen und Niedersachsen angereisten Besucher nahm sich dafür im Schnitt dann auch ganze eineinhalb Stunden Zeit.

TOP DISPLAY NUN BEI DIE6

„Wir haben diese Veranstaltung auch genutzt, um unseren Kunden den DIE6-Beitritt zu präsentieren", erklärt top-display-Prokurist Gorden Daub, Leiter Marketing und Vertrieb. „Wir sind eine Gruppe von 15 leistungsstarken Werbeartikel-Fullservice Agenturen in Deutschland und Österreich. Unsere Kunden profitieren zukünftig doppelt von diesem Schritt: durch frische Ideen und eine erweiterte Beratungsleistung unf durch eine Vergrößerung unseres Pools qualifizierter Lieferanten für noch mehr Vielfalt."

INTENSIVER KUNDENKONTAKT

Von Lieferantenseite war die „EisZeit"-Bewertung einstimmig: Qualität und Quantität der Gespräche bestätigen aus ihrer Sicht das top-display-Konzept mit diesem intensiven und persönlichen Kontakt zu den Kunden. Mit ihrer Beratung und der Qualität ihrer Produkte trugen sie das Ihre für den gemeinsamen Erfolg der Veranstaltung bei.

www.top-display.de <

SŁODKIE UPOMINKI

www.slodkieupominki.pl

WE DESIGN... WE PRODUCE... WE PACK...
...PROMOTIONAL CONFECTIONERY

MORE INFORMATION ABOUT OFFER:

CALL +48 (22) 673 54 75 OR WRITE: KAROLINA.K@SLODKIEUPOMINKI.PL, EDYTA.K@SLODKIEUPOMINKI.PL

WWW.SLODKIEUPOMINKI.PL

WWW.SLODKIE.EU

European Sourcing · PSI Member · TRADE ONLY

PRODUKTE FÜR SIE, IHN UND „BEST AGER“

APARTES FÜR DAMEN UND HERRN

Frauen und Männer – vor allem solche, die sich bereits im „besten Alter“ befinden – stellen eine bedeutende, ab der „magischen“ Ü-50-Schwelle ständig wachsende Zielgruppe der Konsumgesellschaft dar. Auch die Werbemittelbranche hält dafür aparte Artikel parat.

Der Bevölkerungsanteil der Menschen im Alter ab 50 Jahren steigt stetig. Werbefachleute kreierten für diese Zielgruppe den deutschen Scheinanglizismus „Best Ager“. Im Englischen spricht man in der Regel von „over 50s“. Zwar fehlt eine bislang einheitliche Definition des Begriffs, doch wird darunter meist eine Personengruppe im „gehobenen“ Lebensalter verstanden. Nun macht aber bloße Zugehörigkeit zu einer bestimmten Altersgruppe aus einem Menschen noch keinen Best Ager. Es sind stattdessen vielmehr die spezifischen Ansprüche und Charakteristika. Marketingverantwortliche und Betreiber von Portalen stellen sich in Deutschland langsam auf die verschiedenen Bedürfnisse der über 50-Jährigen ein. Die USA und Großbritannien allerdings waren hier Vorreiter. In Forschung und Marketing wird inzwischen häufig eine Differenzierung in Youngster, Mid Ager, Best Ager und Seniors vorgenommen. Die Best Ager gelten als kaufkräftig, konsumfreudig, qualitätsbewusst und bergen wichtiges Verkaufspotenzial. Die Kreationen der Branche bieten dem Werbeartikelhandel zahlreiche neue Ideen für die Damen und Herren der „Generation 50plus“, halten aber auch für jüngere Semester in ihrem Füllhorn etwas bereit. <

WAS WILL EIN MANN MEHR?

Ein ins Detail gehendes Werkzeugset in eleganter Buchoptik: Egal ob nur eine Schraube locker ist oder man etwas ausmessen muss, dieses Set ist hier genau richtig und praktisch für jeden Mann, der wirklich alles kann. Das 22-teilige Werkzeugset, das elasto form anbietet, beinhaltet ein Cutter-Messer, eine Zange, 4 Steckeinsätze, verschiedene Standard-Schraubendreher, dazu 9 Bits und außerdem ein Metermaß. Die einmalige Verpackung lässt dieses Set sogar im Bücherregal verstaut gut aussehen und ist immer mit einem Griff zur Hand. Die Veredelung im Siebdruck verleiht dann auch diesem vielseitigen Artikel eine persönliche Note.

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

EINSTEIGEN UND WOHLFÜHLEN

Das Cockpitspray von Clean Promotion hilft, den Staub im Auto von Cockpitflächen aus Kunststoff zu entfernen. Überdies reinigt und pflegt es alle übrigen Kunststoffflächen im Fahrzeug und wirkt gleichzeitig antistatisch und Wasser abweisend. Erhältlich ist das Spray in der großen 500-Milliliter-Flasche sowie in der kleinen praktischen 50-Milliliter-Sprühflasche, die problemlos in jedes Handschuhfach passt und somit jederzeit griffbereit ist. Werbliche Botschaften werden auf dem vollständig frei zu gestaltenden Rundum-Etikett realisiert. Neben diesem gibt es bei Clean Promotion noch viele weitere Produkte aus dem Reinigersegment.

48047 • Clean Promotion UG • Tel +49 2382 7604007
info@cleanpromotion.de • www.cleanpromotion.de

FIT AUF SCHRITT UND TRITT

Mit Fitty No 1G von Kasper und Richter ist es dank neuartiger 3D-Motion-G-Sensor-Technik erstmals möglich, unabhängig von der Trageposition die Schrittmenge seines Trägers zuverlässig zu erfassen. Das etwa im Rahmen von Gesundheits- und Präventionskampagnen bestens einsetzbare Gerät ist schön flach, sportiv und attraktiv gestaltet. Es verfügt über Funktionen wie Schritt-, Kalorien- und Kilometerzähler, Anzeige der Trainings- und Uhrzeit sowie einen Sieben-Tage-Speicher.

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

SICHER UND TROCKEN ZUM ZIEL

Effektiven Schutz für Menschen mit Gehbehinderung bei regnerischem Wetter bietet DUO Safebrella von Fare Guenther Fassbender, eine elegante Schirm- und Stockkombination, die auf Knopfdruck mühelos getrennt werden kann. Der Schirm schützt dann zuverlässig vor Regen und der separate Gehstock sorgt für sicheres Fortbewegen. Ist der Regen vorbei, wird der Gehstock wieder in den Schirmstock geschoben und rastet dort automatisch ein. Für Stabilität sorgen die Spezialaluminiumrohre und der aufgesetzte Gummistoß an Schirm und Stock. DUO Safebrella ist in zwei variablen Stockhöhen sowie zwei Schirmgrößen erhältlich.

43144 • Fare Guenther Fassbender GmbH • Tel +49 2191 60915-0
info@fare.de • www.fare.de

-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!

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

IM DIENSTE DER SCHÖNHEIT

Der Kosmetik-Pinsel platinum von Barbara Hofmann Cosmetic-Pinsel ist aus extrem strapazierfähigem, synthetischem und langlebigem Torayhaar mit feinsten Spitzen hergestellt. Der Pinsel verliert weder seine Form noch einzelne Haare und hat gegenüber mit Naturhaar ausgestatteten Pinseln viele Vorteile: Er bildet keine Knötchen, saugt sich dank seiner glatten Oberfläche nicht voll und gibt zudem alle Materialien wieder eins zu eins ab. Torayhaar ist außerdem sehr hygienisch und eignet sich optimal für Tierhaar-Allergiker, da es nicht aus Tierhaaren hergestellt wird. Die Pinselstiele aus Buchenholz können in jeder Pantone-Farbe und auf Wunsch auch mit Aufdruck und in verschiedenen Verpackungen geliefert werden.

48350 • Barbara Hofmann Cosmetic-Pinsel GmbH • Tel +49 6661 96320
info@barbarahofmann.com • www.barbarahofmann.de

KHK GmbH Cologne

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

KHK GmbH Cologne seit 1991 20 Jahre

Produktion gemäß Kosmetik GMP

Getestet vom Institut Fresenius

LipStyle

Lip2

NEU Lipcare Pebble

NEU Lipcare 3D Fruits

SaniStick®

KHK GmbH
Ringstr. 9-11
D-50996 Köln

Tel. +49 (0) 221 / 985473-0
Fax +49 (0) 221 / 985473-10
e-Mail: sales@khkgmbh.com

IKW Nr. 260456 · VCI Nr. 260456 · PSI Nr. 46131 · BWL Nr. 102/06

www.khkgmbh.com

ERFOLGREICH GESTARTET

Mit dem Stifteköcher im Design eines Flugzeugtrolleys von Troika heben Werbeprofis auf besonders originelle Weise ab und landen spielend leicht im Zentrum der Aufmerksamkeit. Wer den Vielflieger-Bonus von Mini Trolley bucht, erhält ein aus glänzend verchromtem Metall gefertigtes Qualitätsprodukt mit matt schwarzen Seiten, das immer zu Diensten ist und immer neue Ideen zum Abheben liefert. Mini Trolley von Troika ist zugleich Symbol für das global vernetzte Business und praktische Hilfe für jeden Tag.

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

WERKEN AUF TOP-NIVEAU

Wenn es um außergewöhnliches Produktdesign geht, gilt Edelstahl als das Nonplusultra. Wera-Werkzeuge aus Edelstahl besitzen ein attraktives Design und höchste Funktionalität. Beim Schraubendreher mit Lasertip-Spitze sitzt der Schraubenkopf unverrückbar sicher. Der Winkelschlüssel verfügt über Hex-Plus, ein Vorteil, der dank einer speziellen Geometrie die bei Verschraubungen mit Winkelschlüsseln häufig auftretenden rund gedrehten Schraubenköpfe verhindert. Für schnellen Bitwechsel und sichere Führung des Halters beim Verschrauben ist beim Rapidaptor-Halter mit Schnelldrehhülse gesorgt und der Wera-Edelstahlkoffer mit dem Code 05071118001 etwa umfasst mit dem Schnellwechselhalter Rapidaptor, sechs Schraubendrehern sowie je neun Winkelschlüsseln und Bits die wichtigsten Schraubwerkzeuge.

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

SCHIRM AUS DER TUBE

In der hochwertigen Design-Tube von Brain Promotion versteckt sich der kleinste Schirm des Sortiments der Solinger, der ganz ohne lästige Schirmhülle geliefert wird und speziell für die Werbung entwickelt wurde. Die Tube ist zugleich stabiler Schirmgriff, auf dem eine 260 Quadratzentimeter große Werbung in Form von Druck oder Laserung dauerhaft und wetterunabhängig aufgebracht werden kann. So bleibt die Kundenbotschaft auch dann sichtbar, wenn es nicht regnet. Der Schirm kommt übrigens erst zum Vorschein, wenn er gebraucht wird: Mit einfachem Handgriff entfaltet er sich zu seiner vollen Größe und die Tube, bedruckbar im Sieb- oder Rundumdruck, wird zum praktischen Handgriff.

40585 • Brain Promotion GmbH & Co. KG • Tel +49 212 393-0
info@brain-promotion.de • www.brain-promotion.de

NEUEM AUFGESCHLOSSEN

Mykii von DNS Designteam Neth Schäflein, nominiert für den Deutschen Designpreis 2012, ist ein clever konzipiertes Schlüsseletui, das smart und sicher Hose, Tasche und Handy vor Beschädigungen schützt. Das innovative, in Anthrazit, Weiß, Orange sowie Blau erhältliche Schlüsseletui ist eine Neuinterpretation der alten Schlüsselglocke und bietet bis zu fünf Schlüsseln Platz. Mykii wird ab 250 Stück zu einem individuellen Werbemittel. Als Werbefläche dient ein Doming auf Druckknopf oder Rückseite des Produktes, das auch mit vollen Händen das einhändige Öffnen von Schlössern erlaubt, da die Schlüssel durch Betätigung des Druckknopfes aus dem Gehäuse fallen. Durch Ziehen an der Schnur werden sie wieder sicher darin verstaut.

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

FLAUSCHIGE WOHLFÜHLTEXTILIEN

Die Spa-Artikel der Daiber-Eigenmarke Myrtle Beach stehen für ein gelungenes Fitness- und Wellnessprogramm. Im Angebot sind neben Bademänteln – in verschiedenen Größen zu haben und bei Mytrle Beach unter der Artikelbezeichnung MB 281 gelistet – auch Handtücher oder Sportschals (MB 431) aus Walkfrottier oder Microfaser zu finden. Auch die Saunatücher (MB 280) aus schnell trocknendem Microfaser oder Sportshorts (JN 398) sowie ein Top (JN 556) und eine dazu passende Kapuzenjacke (JN 554) für Damen, allesamt von der Daiber-Linie James & Nicholson, sorgen für gute Laune bei Sport, Yoga und Pilates.

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

DIGIPROMO USB WERBEMITTEL

Sie sind auf der Suche nach einem anderen trendigen Lifestyle-Werbemittel für Ihr iPhone, MP3-Player oder Smartphone?

Sprechen Sie uns an!
Tel: 089 / 444 8979 - 17
Fax: 089 / 444 8979 - 29
sales@digipromo.de
www.digipromo.de

AKTIONS PROMOCODE »PSI-03« 10% Rabatt auf Ihre Erstbestellung

Aktionscode gültig bis 30.11.2011

RING FREI FÜR KÜCHENPROFIS

Ideal geeignet als Topfuntersetzer sind die kleinen, farbigen Silikonringe namens loop von Stiefelmayer Contento. Spielerisch aneinandergelegt, passen sie unter Töpfe, Pfannen oder Servierplatten jeder Form und Größe. Loop hat einen Durchmesser von 6,3 Zentimetern und eine Produktkörperstärke von 1,5 Zentimetern, ist bis 250 Grad Celsius hitzebeständig und überdies absolut rutschfest und spülmaschinengeeignet. In einer Packung sind je sechs loops enthalten.

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

CHIP IN AND GO

Shopping Girl lautet der verheißungsvolle Name eines in attraktivem Design gehaltenen Schlüsselanhängers von Troika. Gemäß der Verheißung ist der Schlüsselanhänger mit der Aufschrift „Shopping Girl“ versehen und verfügt über einen Einkaufswagen-Chip, der magnetisch auf der Rückseite befestigt ist. Das Produkt mit dem Schlüsselring ist glänzend verchromt, in Rot erhältlich und aus Metall gefertigt.

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

PSI

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

Machen Sie 2012 zu Ihrem Erfolgsjahr !

Sichern Sie sich jetzt Ihre Vorteile für das kommende Jahr.

Frühorder-Aktion bis zum 11.11.2011 !

- **GET-Katalogkonzept (Refinanzierung) möglich**
- **Custom Made Cover ab 250 Stück möglich**
- **15 weitere Cover zusätzlich zur Auswahl**

- **Verfügbarkeit des Kataloges: Anfang/Mitte Januar 2012**
- **Verfügbarkeit der Artikel: Anfang/Mitte Januar 2012**
- **Artikel-Anzahl: 1.000 Stück**
- **Neuheiten: 200 Stück**
- **Seitenzahl: 336 + 4 Coverseiten**
- **Format: A4 (21 x 27,9 cm)**
- **Papierqualität: 90 Gramm Innenseiten, 300 Gramm Cover**
- **Gewicht: ca. 952 Gramm**

Auf Wunsch senden wir Ihnen gerne unsere Frühorder-Aktion per E-Mail zu.

ROUTE 66 Feel the Freedom

CHARLES DICKENS

GETBAG

10 YEARS Giving EUROPE

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

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

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

Giving Europe Italia Srl
Via delle Calandre 42
IT-50019 Sesto Fiorentino
T +39 055 888 61 01
F +39 055 888 61 26
E info@givingeurope.it

Neue Niederlassung in Frankreich eröffnet!
Giving Europe France
3, rue de Dublin
FR-67300 Schiltigheim
T +33 88 87 10 53
F +33 88 04 42 58
E info@givingeurope.fr

EINZIGARTIGER MAGNET

Wem ist nicht schon einmal ein Nagel oder eine Schraube hinter einen Heizkörper oder Schrank gefallen? Mit dem Magnetwinkel auf dem Zollstock von meterex lässt sich dieses Problem leicht lösen, schließlich verfügt er über eine Haltekraft von bis zu 2,5 Kilogramm. Damit lassen sich viele Metallteile schnell und sicher bergen. Selbst 40er Schraubenschlüssel oder schwere Rohrzangen hebt der Magnet oder holt sie aus Schächten, Motorräumen oder anderen unzugänglichen Bereichen bis zu einer Tiefe von zwei Metern. Der Maßstab mit dem einzigartigen Magnetwinkel lässt sich für bleibende Eindrücke beim Kunden entsprechend wirkungsvoll veredeln. In der Schweiz wurde dieser Magnetwinkel Werbeartikel des Jahres und mit dem PromoFritz in Gold ausgezeichnet.

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

ROBUSTER KARTENSAFE

Der acm von acm europe ist ein praktisches Schutzfach für bis zu sechs Karten im Scheckkartenformat. Jede der Karten hat einen festen Platz und ist mit einer Fingerbewegung sofort einsatzbereit. Der hochwertig aus 72 Einzelteilen gefertigte acm ist robust und bestens geeignet für den Alltag. Selbst, wenn er einmal herunterfällt und überfahren werden sollte, bleiben die Karten laut Hersteller intakt. Auch für das Bargeld ist Platz – auf der Rückseite im integrierten Geld-Clip. Das patentierte „Karte-auf-Knopfdruck-Prinzip“ ist eine echte Innovation und macht das Kartenetui zur modernen Alternative zum klassischen Geldbeutel.

47288 • acm europe GmbH • Tel +49 7661 907705
info@my-acm.eu • www.my-acm.eu

FLAUSCHIGES FÜR JEDES ALTER

Textile Werbeträger in den unterschiedlichsten Ausführungen für die Verwendung in Bad und Küche, beim Freizeitsport oder für die Urlaubszeit am Strand gibt es beim italienischen Textilspezialisten Emmebiesse. Sport- und Strandmode sowie textile Badeaccessoires sind sowohl aus Baumwolle als auch in Form verschiedener Textilgemische oder auch aus Velours zu haben, wahlweise in bedruckten oder auch gewebten Ausführungen. Auch bei der Auswahl der Ausführung, der Größe oder auch der Wunschfarbe hat der Kunde die Qual der Wahl. Neben den vielen Standards können auf Wunsch auch Sonderanfertigungen realisiert werden.

45079 • Emmebiesse S.p.A. • Tel +39 0142 74391
info@emmebiesse.it • www.emmebiesse.com

“MUSS ICH HABEN”
stylebag S & stylebag M
40 YEARS OF EASINESS
WWW.REISENTHEL.COM
reisenthel®
KEEP IT EASY.

ERFRISCHUNG FÜR UNTERWEGS

Travalo heißt die pfiffige Lösung, die als „Must-have“ gleichermaßen für Frauen und Männer gilt, die viel auf Reisen sind. Travalo, für Europa exklusiv vertrieben von der niederländischen Interall Group, ist ein wieder auffüllbares kleines Spraybehältnis: Dank seines weltweit patentierten Easy-fill-Systems kann der Anwender das Sprühfläschchen binnen weniger Sekunden mittels einfacher Pump-Aktion etwa mit erfrischendem Deo oder Parfum befüllen. Im Gegensatz zu einem großen gläsernen Parfum-Flacon oder einer Aftershave-Flasche kann Travalo auch im Handgepäck mit ins Flugzeug genommen werden.

41727 • Interall Group B.V. • Tel +31 20 5203850
info@interall.nl • www.interallgroup.com

-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

FESSELNDER WERBEAUFTRITT

Echte Eyecatcher und zugleich aufmerksamkeitsstarke Werbeartikel wie die hochwertigen Metallhandschellen mit Plüsch-Ummantelung gehören zu den Rennern von e!xakt Internationale Werbemittel. Die Handschellen sind mit einem Sicherheitsverschluss und einem Paar Schlüsseln ausgestattet und in verschiedenen Versionen, etwa in Tigerfell-Optik, zu haben. Damit ist für einen fesselnden Werbeauftritt gesorgt.

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

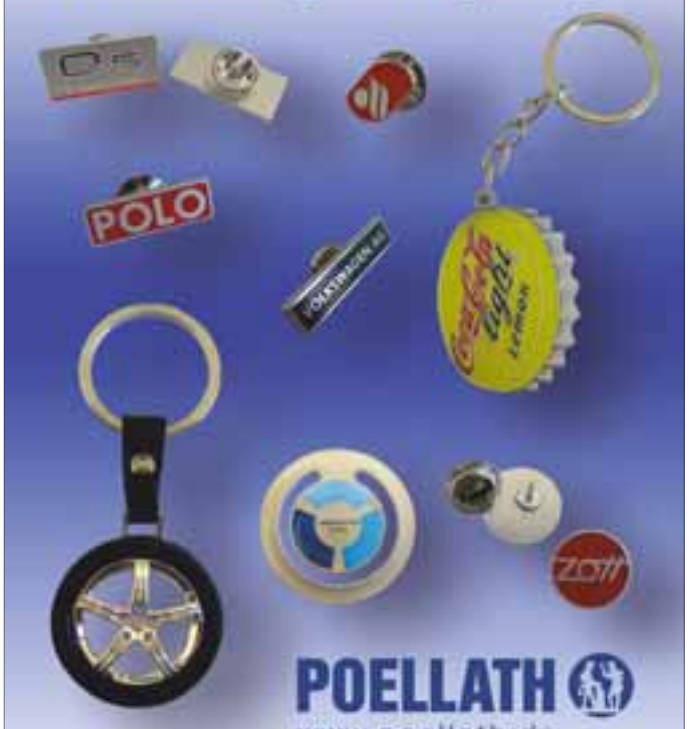
Wir machen neue Tre!nds

e!xact
Internationale Werbemittel

Original RUBIK'S Cube
im exklusiven Herr Bert®-Layout

Preise & Infos unter:
Telefon: +49-6126/9511-75
eMail: rubiks@e-xact.de

Werbung die prägt!



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

Hat Ihr Kunde ein originelles Logo oder ein Produkt mit dem sich das Unternehmen identifizieren möchte?

ET
www.et-tecs.de

Dann empfehlen wir einen Nachbau des Logos bzw. Produkts im Silikongussverfahren in Kombination mit einem USB Stick ab 100 Stück.

Ihr Logo

Idee!

+

Senden Sie uns ganz einfach das Logo oder Wunschmotiv zu und wir erstellen Ihnen - einen ganz individuellen auf das Unternehmen bezogenen USB Stick.

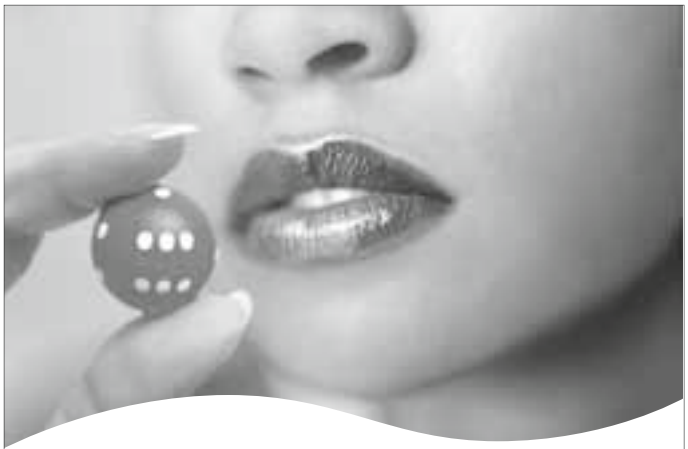
Design

=

Das Herstellungsverfahren der Silikon USB Sticks ist so simpel wie Kuchen backen fragen Sie uns...

Endprodukt

Tel.: 02103 2978 0
E-Mail: info@et-tecs.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 Logoaufdruck 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

KEIN BIER ZUVIEL

Wer mit dem eigenen Auto zum geselligen Abend in die Gastwirtschaft fährt, sollte dem Genuss von alkoholischen Getränken besser vollständig entsagen. Schnell sind zwei Gläser Obergäriges konsumiert und der Promille-Alkoholgehalt im eigenen Blut falsch eingeschätzt. Für alle, die bei etwaigen polizeilichen Verkehrskontrollen bestens abschneiden und damit ihren Führerschein behalten wollen, bietet Ceotra einen extrem genauen, kompakten Alkoholtester an. Damit lassen sich insbesondere die unteren Promille-Bereiche von 0 bis 0,8 Promille sehr genau auf der digital animierten Anzeige darstellen. Das Gerät basiert technisch auf einem in der Industrie erprobten Gassensor, ähnlich den von der Verkehrsüberwachung eingesetzten Geräten. Der Alkoholtester erkennt den Alkoholwert anhand der Atemluft des Anwenders.

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

ALLES FÜR DIE FRAU

Von den aktuellen Accessoires von Mid Ocean werden Frauen begeistert sein: Hinter der Artikelnummer MO7581 versteckt sich ein aus Augenmaske mit Gel, Badesalz in Alu-Box und Bodylotion mit Lavendel-Duft bestehendes Entspannungsset, verpackt in einer transparenten PVC-Kosmetiktasche. Mit einem in Orange oder Blau erhältlichen Innenfutter ist überdies ein praktisches Neopren-Etui (MO7614) für Nassbereiche zu haben und wer möchte, kann darin praktischerweise etwa das aus einem Naturschwamm sowie einem Netzschwamm bestehende Badeset verstauen (MO7516). Letzteres kann natürlich auch in der mitgelieferten transparenten PVC-Tasche mit Schiebeverschluss transportiert werden. Für besonders Schmuck- und Designbewusste hat Mid Ocean schließlich noch einen attraktiven Handtaschenhalter in Herzform im Programm.

42042 • Mid Ocean Germany GmbH • Tel +49 261 92840
sales.deutschland@midoceanbrands.com • www.midoceanbrands.com

SHORTY
MADE IN GERMANY

TRPRO D.O.T.S

PROMOTION DESIGN ORGANIZATION TRADE SERVICE

Artcrafts • Art and Design • Custom Made Products
Office and Stationary • Eco-Friendly Products • Personal • Games
Crystals and Awards • Home and Living • Bag and Travel • Textile

for more information
trprodots@acar-group.com • www.trprodots.com

GÜNSTIG UND ATTRAKTIV

Die in Dubai beheimatete Jasani L.L.C. gehört zu den etablierten Lieferanten von Werbemitteln im Mittleren Osten mit Lagerkapazitäten von über 1000 verschiedenen Produkten. Zu den aktuellen Highlights von Jasani gehört derzeit ein Set, das aus einer attraktiven Kredit- und Visitenkartenbox sowie einem hochwertigen Schreibgerät besteht. Die Serie ist exklusiv für PSI Werbemittelhändler zum Preis von nur 3,50 US-Dollar ab Lager Dubai zu haben.

47258 • Jasani L.L.C. • Tel +9714 2672560
sales@jasani.ae • www.giftsnpromotions.com

RUND UM DIE UHR GESICHERT

Für alle, die mehr als eine Armbanduhr besitzen, gibt es bei Inspirion eine geräumige und zeitgemäße Aufbewahrungsmöglichkeit: den Uhrenkoffer Geneva. Er bietet in sechs Fächern Platz für ebenso viele Armbanduhren und ist innen mit Samtvelours ausgekleidet. Außen überzeugt der Koffer durch einen Magnetverschluss, eine schmuckvolle Sattlernaht und eine Zierschnalle. Das Glasfenster im Deckel des im aktuellen Christmas-Special-Katalog von Inspirion gelisteten Schmuckkoffers ermöglicht rund um die Uhr den Blick auf die edlen Zeitmesser.

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

-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!

› PSI

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

PROFESSIONELLE BUSINESS-PERFORMANCE

Für Menschen im besten Lebensalter hält Mid Ocean attraktive Produkte mit eigenständigem Charakter bereit. Dazu gehört etwa der unter der Artikel-Bezeichnung MO7450 geführte Kugelschreiber mit glänzendem Chrome Finish und drei echten Swarovski-Kristallen am Clip, verpackt in einer beidseitig aufklappbaren PU-Leder-Box mit Magnetverschluss. Außerdem dürften sich Männer über die folgenden Angebote freuen: eine Dokumentenmappe aus Lederimitat mit 120-seitigem Block nebst Kuli (KC6856) sowie eine Dokumenten- und Laptoptasche mit Reißverschluss aus Leder, ausgestattet mit Innenfächern für Blätter, Visitenkarten, Notizzettel und USB-Sticks. Ein Blanko-Block mit 24 Blatt ist inklusive.

42042 • Mid Ocean Germany GmbH • Tel +49 261 92840
sales.deutschland@midoceanbrands.com • www.midoceanbrands.com

MUST-HAVE FÜR MÄNNER

Für männlich-selbstbewusstes Statement stehen die neuen Accessoires for men von Mid Ocean. Ideal für die Reise eignet sich etwa die mit Gummis zur Aufhängung ausgestattete praktische Kosmetiktasche, zu ordern unter der Artikelnummer MO7651. Unverzichtbares Business-Accessoire ist zudem die hochwertige Brieftasche aus Nappaleder (AR1758), die mit eleganten Metallapplikationen versehen ist. Weiterhin sind etwa qualitativ hochwertige MP3-Lautsprecher mit wiederaufladbaren Batterien, Verbindungskabeln, einer 2-GB-Speicherkarte sowie einer Halterung fürs Fahrrad (MO7640) und eine neue Generation schnurloser PC-Mäuse in Autoform mit einer Reichweite von bis zu 15 Metern (MO7641) erhältlich.

42042 • Mid Ocean Germany GmbH • Tel +49 261 92840
sales.deutschland@midoceanbrands.com • www.midoceanbrands.com

SNAP® Sportswear
erweitert die Produktpalette!
Ab 2012
führen wir auch die Marke
PUMA®

Unser Lieferprogramm:
SNAP Sportswear
B&C , Promodoro
PUMA

SNAP Sportswear GmbH
Auf der Trift 4-6 D-56584 Rüscheid
Tel.: +49 (0)2639-93160 Fax: +49 (0)2639-931620
snap@snap-sportswear.de www.snap-sportswear.de

SCHALS FÜR JEDES OUTFIT

Eine große Auswahl an Schals, Tüchern und Pashminas in impulsiven, ausdrucksvollen und belebenden Farben hält Eurostyle bereit. Mit unterschiedlichem Stil- und Materialmix bietet das Unternehmen aus Bayreuth eine Vielfalt an Ideen, die zu jedem Outfit passen. Durch eingenähte Etiketten mit Firmenlogo oder individuellen Stickereien avancieren die Produkte zu effektvollen Werbeträgern. Die aktuelle Eurostyle-Kollektion reicht von feinen Unis über leuchtende Naturfarben bis hin zu sommerlichen Farbtönen für jeden Geschmack.

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

VIELSEITIGES KORNKISSEN

Schon nach wenigen Minuten in der Mikrowelle oder im Backofen wird das im Standard mit naturfarbener Hülle aus 100 Prozent Baumwolle und mit einem braunen Standardaufdruck versehene Kornkissen von mbw zu einem ökologischen Wärmespender, der eine wohlige, lang anhaltende Wärme ausstrahlt. Ideal für Rücken, Bauch und kalte Füße. Nach kurzer Zeit in der Kühltruhe oder im Eisfach eignet sich das Kornkissen aber auch als wirkungsvolles Kühlkissen. Durch die lockere Füllung aus zirka 1,3 Kilogramm gereinigtem und entstaubtem Getreide schmiegt es sich gut an die jeweilige Körperzone an und verbreitet eine angenehme Kühle. Auf Wunsch sind weitere Kissenfarben lieferbar. Die einzeln in einem stabilen Wellkarton verpackten Kissen werden mit Gebrauchsanweisung verschickt. Die Werbeanbringung erfolgt auf dem Baumwollstoff. Beim Standardkissen steht eine Druckfläche von 6 x 2 Zentimetern zur Verfügung. Überdies sind Sonderformen, -farben und -drucke machbar.

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

FEINE LEDERSERIEN

Die Kollektionen von Eurostyle beweisen mit der Kombibörse sowie mit dem Kosmetikbeutel aus den Serien Club sowie Club Special, dass die Bayreuther ausgewiesene Lederexperten mit Sinn für Ästhetik und Alltagstauglichkeit sind. Zur Kollektion dieser beiden Serien aus feinstem Pelli-Rindnappa in handschuhweicher Qualität gehört unter anderem auch ein Messer mit Etui im Hochformat mit Gürtelschlaufe. Zudem finden sich im Angebot des Lederwarenherstellers auch vier verschiedene Sets, bestehend aus Geldbörse und Visitenkartenetui oder Ledergürtel mit Wendeschnalle und Kombibörse, Visitenkartenetui oder Messeretui. Durch einen leichten Dreh lässt sich die Schnalle des Ledergürtels wenden, sodass der Gürtel in Schwarz oder Braun getragen werden kann.

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

Wir sind vom 11.-13. Januar 2012
auf der PSI-Messe in Düsseldorf vertreten!
Besuchen Sie uns doch mal
Halle 12, Stand K21

ALLES FEST IM GRIFF

Der **Moneyclip**, unsere Universalklammer, 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

www.Termin-Drucker.de

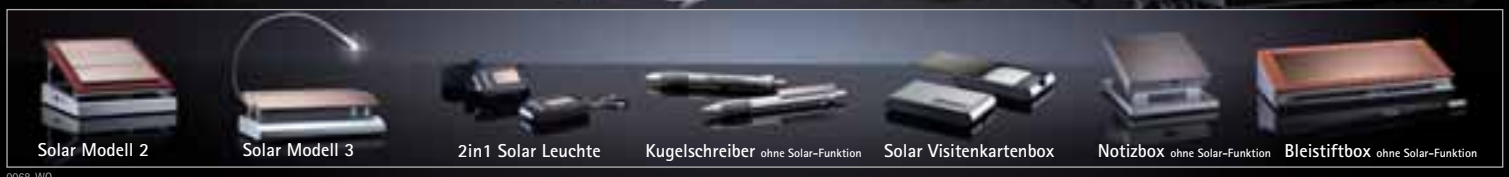
Tampondruck // Lasergravur // Digitaldruck
Verpackungsbau // 3D-Animation // web2print

... die Notfall-Druckerei

PHOTOVOLTAIK FÜR DEN SCHREIBTISCH
Ob Business- oder Weihnachtsgeschenk.
Mit diesen Produkten machen Sie das Thema Photovoltaik bei Ihren Kunden begreifbar.

Jetzt schon an Weihnachten denken und sofort Katalog anfordern!

WERTOBJEKTE.com
Kunden binden mit Präzisionsmodellen



0068-WO

www.wertobjekte.com

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

Den Wera-Bit-Check gibt es auch als 30-teiliges Tool.

WERA WERK – HERMANN WERNER GMBH & CO. KG

IDEENSCHMIEDE FÜR SCHRAUBWERKZEUGE

Im laufenden Jahr begeht der Schraubwerkzeughersteller Wera sein 75-jähriges Bestehen. In dieser Zeitspanne entwickelte sich das Unternehmen aus Wuppertal zu einem erfolgreichen und weltweit anerkannten Konzern, dessen Produkte vor allem zwei Merkmale auszeichnen: Qualität und Innovation.

Qualität und Innovation sind die beiden Komponenten, welche die Unternehmensgeschichte des Schraubwerkzeugspezialisten Wera wesentlich kennzeichnen. Prägend für die beeindruckende Entwicklung des Wuppertaler Fabrikanten sind ideenreiche Produkte, die unter der Prämisse von unbedingter Qualität immer aufs Neue erstaunliche Ergebnisse liefern. Es sind Produkte, die dem Selbstverständnis von Wera entsprechen und höchsten Anforderungen genügen. Mit anderen Worten: „Werkzeuge, die den Anwendern Spaß bereiten und die sie ein Leben lang begleiten“, wie es Detlef Seyfarth, Marketing Director des Unternehmens, beschreibt. Statt auf Diversifikation zu setzten, konzentriert Wera sich konsequent auf die Entwicklung und Produktion von ergonomischen wie langlebigen Schraubwerkzeugen für Profis und Heimwerker, von Schraubendrehern über Knarren und Bits bis hin zu Winkelschlüsseln und Drehmomentwerkzeugen.

STEILER AUFSTIEG

„Wir versuchen stets, ein Innovator zu sein, der den Benutzer unserer Produkte glücklich macht. Und dies ist uns bisher immer gelungen“, betont Adam Matuschek, bei Wera zuständig für den Sales Support Europe. Die Werkzeuge des Unternehmens werden in Ländern aller Kontinente geschätzt. Sicherlich ein Schlüssel zum Erfolg der Spezialisten ist die Tatsache, dass Wera stets Familienunternehmen war und bis heute ist. Als Hermann Werner KG 1936

gegründet und zunächst mit dem Handel von Werkzeugen befasst, wurde es während des Zweiten Weltkriegs zerstört und begann 1945 von Neuem. Motor war jetzt Heinz Amtenbrink, der Schwiegersohn der Familie Werner. Man konzentrierte sich nun auf die Herstellung von Schraubendrehern. 1951 entstand der Name Wera aus den Namen Werner und Amtenbrink. Nun folgte ein steiler Aufstieg. 1963 startete die Produktion von Schraubendrehereinsätzen, also Bits, für die maschinelle Verschraubung. 1968 wurde der Kraftform-Schraubendreher-Griff eingeführt, der inzwischen nationale und internationale Anerkennung gefunden hat. Der „Griff, den die Hand gemacht hat“, wurde zusammen mit dem Fraunhofer Institut entwickelt und fungiert noch heute als Markenzeichen des Produktsortiments, das in seiner Breite und Tiefe heute 4000 verschiedene Schraubwerkzeuge umfasst.

ERFOLGSFAKTOR KONTINUITÄT

Die Geschäftsform des Familienunternehmens ermöglicht es Wera auch, Entscheidungen stets langfristig auszurichten. Diese Kontinuität wird unter anderem auch deutlich in teilweise langen Dienstzugehörigkeitszeiten beim Mitarbeiterstamm am Hauptsitz in Wuppertal. „Die Leute sind stolz, bei Wera zu arbeiten und bleiben der Firma treu. Dies wirkt sich enorm positiv auf die Leistungsbereitschaft aus. Natürlich sammelt sich dadurch auf Dauer auch eine große Menge Know-how an“, weiß Detlef Seyfarth. Der daraus resultierende Teamgeist spornt an. „Produktideen kommen aus den unterschiedlichsten Abteilungen, weil sich die Wera-Mitarbeiter ganz intensiv mit den eigenen Produkten identifizieren und beschäftigen“, so Seyfarth weiter: Ein Erfolgsfaktor, der das Unternehmen zu einem internationalen Konzern mit Standorten in verschiedenen Ländern wachsen ließ. Auch deshalb stand und steht Wera in der Fachwelt stets als Synonym für ein hochwertiges Schraubwerkzeug.

STETE INNOVATIONSKRAFT

Basis und Ziel des unternehmerischen Antriebs ist die immer neue Suche nach Innovationen. Dabei arbeiten die Wera-Produktentwickler eng mit Fachanwendern zusammen, um sich immer wieder verblüffende Produkte einfallen zu lassen, die den Anwendern konkrete Problemlösungen bieten. Ein sehr erfolgreiches Beispiel ist die Knarre „Zyklop“, die durch ihre hohe Arbeitsgeschwindigkeit besticht und durch

Wera
Werkzeug aus Ideen

„Man darf nur dann etwas Neues machen, wenn man etwas besser machen kann.“ Mit diesem Leitsatz von Adolf Loos hat sich Wera zu einem der führenden Hersteller von Schraubwerkzeugen entwickelt. Die Kontinuität des Familienunternehmens setzt der gegenwärtige Geschäftsführer Martin Strauch konsequent fort.

Der charakteristische wie unverwechselbare Kraftform-Schraubendrehergriff bietet höchste Ergonomie und fungiert gewissermaßen als Wera-Markenzeichen, das auch im Logo der Firma verankert ist.

ihre Produkteigenschaften fünf verschiedene Werkzeuge in einem einzigen vereint. Für den Zyklop erhielt Wera 2010 auch den renommierten Designpreis red dot. „Der Innovationsprozess bei Wera ist systematisch organisiert. Unterstützt von modernster Software verlaufen die einzelnen Entwicklungsschritte grundsätzlich strukturiert und erfolgsorientiert. So reicht der Prozess vom Ideenmanagement, das aktuelle Kreativitätstechniken beinhaltet, über den Bau von Prototypen bis hin zu anwenderorientierten Trainings aller Mitarbeiter und Partner im Vertrieb. Um den Kunden den größtmöglichen Nutzen zu bieten, beteiligt man die Anwender in professionell durchgeführten Zirkeln bereits an der Entwicklung neuer Produkte. Darüber hinaus steht Handel und Anwendern mit dem Werarium in Wuppertal ein Schulungs- und Kompetenzzentrum zur Verfügung, das in der Branche einmalig ist“, erklärt Detlef Seyfarth.

GESCHÜTZTE QUALITÄT

Alle Wera-Produkte verwirklichen die selbst gesetzten hohen Ansprüche der drei Qualitätsfaktoren Ergonomie, Sicherheit und Produktivität. Die Werkzeuge erfüllen in allen Punkten weit mehr als die gesetzlich vorgegebenen Normen verlangen und sind ausgelegt auf dauerhaften Gebrauch und äußerste Präzision. Die jährlich gefertigte Produktion von gegenwärtig rund sieben Millionen Schraubendrehern und 70 Millionen Bits unterliegt einer strengen Qualitätskontrolle. Diese Qualität wird auch gesichert durch eine globale Schutzrechtsstrategie. Seyfarth: „Mit mehr als 300 Schutzrechten gilt Wera als Innovationsführer im Segment der Schraubwerkzeuge. Dank internationaler Marktüberwachung kann bei einer Verletzung von Schutzrechten sofort eingegriffen werden. Imitate werden dann sofort vom Markt entfernt, Lagerbestände sowie Produktionsmittel umgehend vernichtet.“

Im Wera-Werk entstehen Qualitätswerkzeuge, die auf dauerhaften Gebrauch und äußerste Präzision ausgelegt sind.

KONGENIALER WERBEPARTNER

Auch für die Werbeartikelbranche ist Wera ein kongenialer Partner. Werkzeuge von Wera eignen sich als ideale Werbeprämie und signalisieren Werte wie Qualität, Sicherheit, Präzision, Ideenreichtum oder Originalität. „Jeder Hand- oder Heimwerker weiß ein gutes wie vielseitiges Werkzeug zu schätzen. Unsere Fabrikate sind gleichzeitig schön, wertig und nützlich. Außerdem geht der Trend beim Werbeartikel weg vom Preis und hin zur Qualität. Wera-Qualitätswerkzeuge bieten neben der Funktionalität und dem Spaß bei der Anwendung zudem noch den Status einer etablierten Marke“, umreißt Adam Matuschek die Argumente für den Einsatz von Wera-Artikeln als Werbemittel. Matuschek ist persönlicher Ansprechpartner für Werbeartikelhändler, denen Wera aktuell einen eigenen Prospekt mit 19 ausgewählten Produkten bietet. <

KONTAKT
Wera Werk – Hermann Werner GmbH & Co. KG
Korzerter Str. 21–25
D-42349 Wuppertal
matuschek@wera.de
www.wera.de

ER 12

EXPO RECLAM

Spread your wings at the International Advertising and Promotional Gift Show.

Reveal all your charms

Show all your business has to offer in a unique event that joins the industry's most important exhibiting companies and receives over 7,000 visitors.

24th edition

From 14th to 16th of February 2012 shine like neverbefore at pavilion 4 of Ifema

Exhíbete

Have you got any questions or comments? Contact us:
exporeclam@reediberia.com
93 452 18 03 · 93 552 06 50
www.exporeclam.es

Follow Expo Reclam's minute by minute updates on our Twitter account!
@Exporeclam

Reed Exhibitions®

Diputació 119, Barcelona 08015, Spain
T +34 93 452 07 22 • F +34 93 451 66 37

en Feria de Madrid

Die zipOn-Macher: (v. l.) Frank Eschle (Leiter Vertrieb), Mark Busche und Thomas Drees (Geschäftsführer).

ZIPON DEUTSCHLAND

TEXTIL-VEREDLER AUF HÖCHSTEM NIVEAU

Begonnen hatte alles 1995 in einer Garage. Zwei rührige Jungunternehmer realisierten eine Idee: Veredelung unter den Prämissen von Qualität und Innovation. Kompromisslos verfolgten sie ihren Weg und reüssieren mit zipOn als vielseitigem wie zukunftsorientiertem Veredelungsbetrieb.

Die Stationen der erstaunlichen Entwicklung von zipOn sind schnell aufgezählt: Von der Garage ging es weiter zum Partykeller. Dann wechselte der Unternehmenssitz auf einen ehemaligen Bauernhof in Herne, wo endlich genügend Platz vorhanden war, sich sukzessive zu vergrößern und das Angebotsspektrum zu erweitern. Seit 2008 liegt der Unternehmenssitz in einem ehemaligen, zum Gewerbegebiet umgewandelten Zecheareal in Castrop-Rauxel zwischen Bochum und Dortmund. Verkehrsgünstig gelegen, entspricht der neue Standort inklusive Showroom und repräsentativen Empfangsräumen den eigenen hohen Ansprüchen der Allround-Veredler. Die Firmengründer und Geschäftsführer, Dipl.-Kfm. Mark Busche und Thomas Drees, veredeln dort zusammen mit einem Team von mittlerweile 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Standardtextilien für den Promotionsgebrauch – und dies in vielfältiger wie hochwertiger Weise. 2010 konnten sie den erfahrenen Stickexperten Frank Eschle als Leiter des Vertriebes für ihr Unternehmen gewinnen. Eschle war zuvor über 10 Jahre bei der Firma Kettler Textilkonfektion in Wuppertal tätig.

VEREDELUNG HOCH VIER

Im Fokus der Spezialisierung stand zunächst das der Firma Namen gebende zipOn®, ein Trend-Accessoire, mit dem man jeden

Der repräsentative zipOn-Showroom dient auch als sogenanntes Trainingscenter.

Hier eine Reihe Veredelungsdetails.

Und hier ein Beispiel für eine Laserapplikation.

Reißverschluss, jeden Knopf oder jede Schlaufe in eine interessante Werbefläche verwandeln kann. Der Einsatzbereich von zipOn beschränkt sich aber nicht nur auf die reine Präsentation des Labels: zipOn ist auch optimal für Mailingaktionen geeignet und kann als angenehm zu tragende Teamkennzeichnung oder Zugangskontrolle bei Incentives etc. eingesetzt werden.

Ergänzt wurde das Angebot dann mit stichOn, einer eigenen modernen Stickerei, welche die Vorgaben des Kunden in puncto Qualität, Termintreue, Logistik und Service professionell umzusetzen vermag und passgenau auf die Bedürfnisse des Werbeartikelhandels zugeschnitten ist. Dritter Baustein im innovativen Geschäftskonzept der Castrop-Rauxeler ist labelOn, gewebte Etiketten, die den Wert des Produkts zu relativ geringen Kosten deutlich steigern. Dabei kann Standardware einfach in CI-gerechte Textilien durch Austausch des Labels umgewandelt werden. Die Standard-Textilie wird damit zu einer Art Marke. Der große Vorteil hierbei ist, dass die Label für verschiedene textile Produkte eingesetzt werden können und diese stückzahlunabhängig nachgeliefert werden können. Abgerundet werden die Leistungen von zipOn mit dem neuesten Service: laserOn. Noch während der wirtschaftlichen Baisse im Jahre 2009 investierte man in eine in Deutschland einzigartige Maschine, die der Textilveredelung neue Pforten öffnet. Der zipOn-LaserTrain 5.1 kombiniert in außergewöhnlicher Weise Stick und Lasergravur auf Textilien. „Mit dieser Maschine können die ausgefallensten Applikationen erstellt, Logos, filigrane Motive und Bilder präzise dargestellt werden. Promotionskleidung wird damit zum anspruchsvollen, hochwertigen Modeartikel. Präzision, Flexibilität, Top-Qualität und Individualität stehen im Vordergrund. Die Kombination aus Laser und Stick bietet der Branche eine unvergleichliche Möglichkeit. Und dies ohne teure, langwierige Sonderproduktion – ein echter Mehrwert.

Verschiedene Veredelungstechniken in Kombination.

ZipOn bietet auch Schulungen für seine Kunden an.

„Schon ab 50 Teilen geht's zur Sache", umreißt Mark Busche die Vorteile der neuen Technik.

TOPQUALITÄT MADE IN GERMANY

Somit bietet zipOn ein umfassendes, ganz an die Bedürfnisse des Werbeartikelhandels angeglichenes Portfolio in puncto Veredelungstechniken. „Dadurch ist es uns möglich, kostenintensive und budgetbindende Sonderproduktionen durch budgetgerechte, risikolose und schnelle Individualveredelung zu ersetzen. Der wichtigste Faktor: schnell, sicher und flexibel, in Topqualität made in Germany", so Thomas Drees. Zur Veredelung verwendet werden nur beste Materialien, Stickprogramme werden extern von professionellen Punchern erstellt und die Produktion ist komplett auf Flexibilität ausgerichtet. ZipOn positioniert sich mit alledem ganz bewusst im hochwertigen Bereich. Die Kunden honorieren die Arbeit von zipOn, die intensive Beratung mit einschließt: „Wir nehmen nicht nur Aufträge an, sondern stehen unseren Kunden mit Ideen und Knowhow zur Seite, also: Was ist wie in welcher Größe mit welchen Materialien am besten umsetzbar", erläutert Mark Busche. „Außerdem richten wir auf Wunsch auch Präsentationen für die Kunden unsrer Kunden bei uns aus", so Busche weiter. „Alles in allem Leistungen, die ihren Preis wert sind und den unsere Kunden auch gerne bereit sind zu zahlen, weil sie sich bei uns gut aufgehoben wissen", ergänzt Thomas Drees.

AM PULS DES TRENDS

Die Qualitätsarbeit, die zipOn liefert, ist gefragt. „Im Corporate-Fashion-Markt entsteht ein ganz klarer Trend zu hochwertigen Textilien. Die Hersteller wie beispielsweise Texet und New Wave, mit denen wir auch zusammenarbeiten, bieten mittlerweile ein unglaubliches Spektrum an Premium-Textilien an. Der Anspruch der Kunden steigt. Um diesen Trend/Markt zu begegnen, bedarf es designorientierter Veredler mit modernstem Equipment. Hier wird der kleine Kellersticker und Hinterhofdrucker zum Auslaufmodel, da er die Dienstleistung am Kunden von seiner Manpower, Preis- und Personalstruktur und seinem Know-how im Textilmarkt nicht erbringen kann", meint Mark Busche und unterstreicht die klare, anspruchsvolle Philosophie, die zipOn verfolgt: „Über den Preis zu verkaufen, war gestern. Die modischen, hochwertigen und meist auch technischen Textilien brauchen geschultes Fachpersonal, sowohl im Verkauf als auch in der kreativen und technischen Umsetzung in der Veredelung." Thomas Drees führt weiter aus: „Der Fokus im Angebot für Werbetextilien liegt heute auf modischeren Textilien in aktuellen und Saisonfarben. Nicht ohne Grund mischen mittlerweile auch Markenartikler in diesem Megamarkt mit." Das Team von zipOn versucht, Trends beispielsweise aus Mailand oder Paris durch Recherche vor Ort in die Welt der Werbetextilien „in einem ausgewogenen Maß" einzugliedern. „Dieser Markt erschließt sich erst durch das Composing der moderneren Textilien mit den modernsten Veredelungstechniken von zipOn. Die Werbetextilien werden die Haute Couture nicht ablösen, sie greifen aber den Trend der breiten Masse auf und werden somit den Ansprüchen der Industriekunden auch in der Verfügbarkeit als NOS-Artikel (Never out of Stock) gerecht", sagt Thomas Drees, der lange Zeit in der Modebranche tätig war.

www.zip-on.com <

Hier ein Veredelungsbeispiel.

Mit hochwertigen Garnen und aufwändiger Sticktechnik werden exzellente Ergebnisse erzielt.

zipOn
www.zip-on.com

ANSPRUCHSVOLLE, STYLISCHE, TRENDIGE SCHULBEKLEIDUNG

Seit einigen Jahren schon arbeitet zipOn mit Firmen zusammen, die Schulbekleidung vertreiben. „Schulbekleidung ist mittlerweile ein hart umkämpfter und schwieriger Markt. Die Preisvorstellungen und die Vorstellung der Schulen bezüglich der geforderten Dienstleistung

stehen oft in keinem Verhältnis. Hinzu kommen Anbieter, die gerne Umsätze auf Kosten ihrer Marge fahren, um ihre Textilien in den Markt zu drücken, zum Unmut aller Beteiligten“, so Mark Busche. „ZipOn hat hier von Anfang an nicht mitgemacht und seine Kunden immer wieder darauf hingewiesen, dass es darum geht ein korrektes Preis-Leistungs-Verhältnis und ein ganzheitliches Programm an Produkt und Service anzubieten. Die Erfahrung hat gezeigt, dass die zipOn-Kunden, die auf hochwertige Ware mit hochwertiger Veredelung setzen, in der Regel besser gefahren sind und ihre Kunden langfristig halten konnten. Mittlerweile hat sich der Markt so entwickelt, dass auch außergewöhnliche Umsetzungen und ein ganzheitliches Programm funktionieren. Natürlich nicht bei allen Schulen – aber die Tendenz ist da. Die anfängliche Abneigung gegen ‚Schuluniform‘ ist der allgemeinen Akzeptanz von ‚Schulbekleidung‘ mit all ihren Vorteilen gewichen, wobei der Einsatz moderner Veredlungstechniken in den Vordergrund gerückt wird und so die aktuellen Modetrends nun auch endlich in der Schulbekleidung zum Einsatz kommen.“

Heute produziert zipOn für seine Kunden, die Schulen und Universitäten betreuen, Textilien mit den modernsten und schwierigsten Veredelungsmöglichkeiten wie Textillaserung, 3D-Stickerei und Laserapplikationen und deren Kombinationen á la Sansibar oder La Martina. Ebenfalls sorgt zipOn dafür, dass die Textilien ihr eigenes Schul-/Uni-Label, Nackenband und den Zipper am Reißverschluss bekommen, so dass die Textilien als wirklich zur Schule gehörend akzeptiert werden.

Thomas Drees: „Gerade für Universitäten ist der Merchandising-Ansatz der richtige Blickwinkel. Hier sind coole Designs und ein rundes Produkt gefragt. Ohne Online-Shop mit kurzfristigen Lieferzeiten, vernünftigem After-Sales-Service ist hier nicht zu punkten. Das Produkt ist aber nicht nur das Textil, sondern zum Produkt gehört auch der Vertrieb. Ein ähnliches Bild ergibt sich für Schulen. Sammelbestellungen und Produktions- bzw. Auslieferungszeiten von zwei oder mehr Wochen sind unmöglich geworden. Wer erfolgreich sein will, geht mit der Zeit. Der Kunde ist gewohnt, die Ware sofort zu bekommen, wenn er den Kaufimpuls spürt. Und dort muss der Kunde abgeholt werden. ZipOn ist darauf eingestellt und bietet unabhängig von den Lieferzeiten die bekannte Top-Qualität.“ <

ANDREA UND JOCHEN LUTZ

HUT AB VOR HAT'S COMPANY

Gemeinsam mit ihrem Mann Jochen vertreibt Andrea Lutz von der Schwäbischen Alb aus Kappen und Textilien und versucht so, die Welt ein bisschen bunter zu machen. Ganz ohne Vorkenntnisse hat die Geschäftsführerin mit Hat's Company den Schritt in die Werbeartikelbranche gewagt. Was als kleines Unternehmen startete, hat sich zu einem mittelständischen Betrieb gemausert mit Dependancen in China, USA, Italien und der Schweiz.

Andrea Lutz, Geschäftsführerin von Hat's Company, lacht bei dem Gedanken an ihre Anfangszeit in dem kleinen Städtchen Albstadt: „Als Rheinländerin in die tiefste Schwäbische Alb zu kommen, war ein kleiner Kulturschock, den ich bis heute noch nicht ganz überwunden habe." Inmitten von Wiesen und Wäldern, knapp 50 Kilometer südlich von Tübingen, haben sich Andrea Lutz und ihr Mann Jochen vor genau 20 Jahren der Produktion und Veredelung von Kappen und Textilien verschrieben. Der Ort mit rund 50 000 Einwohnern und Heimat von Jochen Lutz inmitten der Schwäbischen Alb war als Textilhochburg bekannt. Nach der Wende gab es Anfang der 1990er- Jahre einen Umbruch in Albstadt und viele Be-

triebe verlagerten ihre Produktion nach Osteuropa. Aber einige Textilveredler sind eben doch geblieben. Know-how ist noch vorhanden ebenso wie eine gute Infrastruktur. In den letzten Jahren ist aus dem verschlafenen Ort eine kleine Stadt geworden. Stickereien, Druckereien und Nähereien sind nach wie vor aktiv. Der ideale Standpunkt also, um Werbeartikel zu veredeln.

MIT DEM HERZEN IN ALBSTADT

Wie die beiden zur Werbeartikelbranche kamen? Eigentlich war es eine Mischung aus Zufall und Vorbestimmung, so berichten es die Lutz. Als Sohn eines Werbeartikelgroßhändlers stapfte Jochen Lutz schon in Kinderschuhen über die PSI Messe. Und er war es wohl auch, der seiner Frau die Branche näher brachte. Andrea Lutz machte ihr Abitur in Mönchengladbach, das Studium verschlug sie nach Passau. Sie studierte Jura und spezialisierte sich auf Strafrecht. Eigentlich war die Karriere als Juristin schon in trockenen Tüchern. Doch in Passau lernte Andrea Lutz ihren Mann kennen, der dort Betriebswirtschaftslehre studierte. Nach dem ersten Staatsexamen entschied sie sich, die Paragraphen auf Eis zu legen und den Quereinstieg in die Werbeartikelbranche zu wagen. Ein nicht ganz einfacher Schritt, ohne Vorkenntnisse und in fremder Umgebung. Aber so schön es in Albstadt auch ist: Die Lutz wollten mehr. Neben dem Hauptfirmensitz in der Schwäbischen Alb wurden nach und nach die Vertriebsniederlassungen in den USA, China, Italien und der Schweiz gegründet. Und jeder Homepage-Besucher muss wohl erst einmal schmunzeln, wenn er das kleine Städtchen an erster Stellen stehen sieht vor den Metropolen, in denen sich die Dependancen befinden. Andrea und Jochen Lutz legen jedoch großen Wert darauf, dass das Herz des Unternehmens in der Schwäbischen Alb schlägt und von dort aus alle Fäden gezogen werden.

DAS ZIEL IMMER VOR AUGEN

Zu zweit sind die Lutz gestartet, im Laufe der Jahre kamen weitere Mitarbeiter hinzu und das Netzwerk in Albstadt wurde weiter ausgebaut. Die Aufgabenverteilung ist bis heute klar geregelt. Sie ist oft unterwegs, pflegt Kundenkontakte weltweit und betreut die verschiedenen Dependancen in Atlanta, Hongkong, Rom und Zürich – immer auf der Suche nach neuen Kontakten und neuen Ideen, die sie mit in die Heimat bringen kann. Jochen Lutz ist der Ruhepol im Unternehmen, er hält die Stellung im Betrieb und kümmert sich um die kaufmännischen Aufgaben. Am Wochenende jedoch, wenn Andrea Lutz gerne an der frischen Luft ist oder bei einem Buch den Ausgleich zum Job findet, steht für ihn Sport auf dem Programm. Als die beiden Söhne noch klein waren, verbrachte Jochen Lutz jedes Wochenende auf dem Fußballplatz. Den Spagat zwischen Beruf und Privatleben hinzubekommen, ist laut Andrea Lutz nicht einfach, aber auch nicht unmöglich. Wer sie kennt, weiß, dass diese Frau sich durchkämpft. Ihr Auftreten lässt keinen Zweifel daran, dass Andrea Lutz ihr Ziel immer klar vor Augen hat, ob beruflich oder privat. Als wir sie nach ihrer Freizeit fragen, erzählt sie von der Politik. Jahrelang hat sie sich auch auf Landesebene als Elternvertreterin engagiert. Und auch heute noch ist sie aktives CDU-Mitglied. In der Politik kann sie sich auspowern, Dampf ablassen, aber auch beruflich neue Kontakte knüpfen, wie sie betont. Job und Freizeit lassen sich in einem Familienunternehmen dann eben doch nicht so einfach trennen.

TATKRÄFTIGER EINSATZ

Zunächst standen nur Mützen und Hüte auf dem Programm von Hat's Company. Als Baseball-Kappen dann immer beliebter wurden und somit auch die Veredelung immer wichtiger, beauftragten die Lutz ortsansässige Stickereien und Druckereien. Gerade für ein kleines Unternehmen ist Flexibilität jedoch sehr wichtig, weshalb man sich schon nach kurzer Zeit ohne große Vorkenntnisse eine eigene Spezialsiebdruckmaschine für Caps anschaffte. Die Ergebnisse konnten sich sehen lassen und nach kurzer Zeit kauften die Lutz zusätzlich eine Stickmaschine. Mit den Jahren wurde auch das Sortiment erweitert: Neben Caps hat Hat's Company seit mehre-

ANDREA LUTZ IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?
Erst ein Kaffee, dann kann der Tag beginnen.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?
Wenn ich die mir gestellten Aufgaben erfüllen konnte.

Was bringt Sie in Hochstimmung?
Ein (unverhofftes) Lächeln.

Und was bringt Sie auf die Palme?
Ungerechtigkeit.

Wie können Sie die Zeit vergessen?
Bei einem guten Buch.

Vier Wochen Zwangsurlaub – wohin geht's?
Vancouver – eine pulsierende Metropole mit ganz viel Natur in nächster Umgebung.

Wofür geben Sie gern Geld aus?
Für Bücher.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?
Ja, gerne sogar.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?
Wenn er Erinnerungen schafft, die bleiben.

Der beste, den Sie je bekommen haben?
Eine Taschenlampe, weil ich damit wie Justitia im Dunkeln sehen kann.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?
Unzuverlässigkeit, auch in der Beziehung zwischen Geschäftspartnern.

ren Jahren auch Textilien im Sortiment, um den Kunden alles aus einer Hand bieten zu können.

MIT DER EIGENEN MARKE NEUE WEGE GEHEN

Wie das Unternehmen so wuchsen auch die Ziele der Lutz. 2004 gründete Hat's Company die Eigenmarke Hilton Head. Der Name für die Premium Line kam bei einem Familienurlaub auf Hilton Head Island in South Carolina zustande. Innerhalb weniger Jahre erarbeiteten sich die Lutz ein beachtliches Sortiment an Kappen, das sie unter diesem Namen, meist als Sonderanfertigungen, verkaufen. Die eigene Marke bedeutete ein weiterer Schritt in die Unabhängigkeit, aber auch eine weitere Last, die das Unternehmen und letztendlich Andrea Lutz zu stemmen hatte. Die Quittung kam 2008. Die Geschäftsführerin fiel für drei Monate aus. Eine schwierige Zeit für Familie und Unternehmen. Aber sie konnte neue Kraft schöpfen. Diese Zeit hat ihr den Weg zu Gott gezeigt und wie wichtig es ist, sich auf Familie und Geschäftspartner verlassen zu können. Zuverlässigkeit und Vertrauen werden nicht nur im Unternehmen selbst hochgehalten, auch im Umgang mit Kunden und Geschäftspartnern bemühen sich die Lutz um zwischenmenschliche Werte.

AUF UNBEKANNTEN PFADEN

In diesem Jahr feiert Hat's Company sein zwanzigjähriges Jubiläum. Das Unternehmen sei aber noch entwicklungsfähig, wie uns Andrea Lutz versichert. Auf dem Plan stehen weitere Innovationen: immer unter der Prämisse, Produkte anzubieten, die auch in kleiner Stückzahl individuell gestaltbar sind. Im Ausland stehen ebenfalls neue Projekte an. Momentan versucht Andrea Lutz, den Markt der Vereinigten Arabischen Emirate für ihre Werbeartikel zu gewinnen. Ein nicht ganz einfaches Unterfangen, als Powerfrau einen Fuß auf den Boden zu bekommen in einer weitgehend männerdominierten Welt. Aber Durchhaltevermögen hat Andrea Lutz in ihrer Karriere schon mehr als einmal bewiesen. Knallhartes Business gepaart mit Menschlichkeit scheint ihr Erfolgsrezept zu sein. Ein bisschen ist das wie mit Werbeartikeln: „Wer Erfolg haben möchte, muss es schaffen, den praktischen Nutzen mit dem emotionalen Nutzen zu verbinden, egal ob es sich um eine erfolgreiche Geschäftsbeziehung oder um einen guten Werbeartikel handelt", resümiert Andrea Lutz. <

Verleihung der PSI - Campaign of the Year 2011 im Rahmen der PSI Night am 11. Januar 2012

Weitere Informationen unter **www.psi-network.de/award**.

PSI | CAMPAIGN OF THE YEAR

Ihr Kontakt:

Reed Exhibitions

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

PSI

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN

HAUTE COUTURE ZUM KLEINEN PREIS

Die Elektronica SM-Handels GmbH, namhafter europäischer Anbieter von Feuerzeugen aus Greven, produziert und importiert seit mehr als 25 Jahren unter der eingetragenen Marke Tom alle Arten von Feuerzeugen. Das Unternehmen setzt dabei kompromisslos auf Qualität und Funktion in Verbindung mit Innovation und Sicherheit. Mit dem Modell EB-30 bietet Elektronica nun eine völlig neue Formgebung im Bereich der nachfüllbaren Elektronikfeuerzeuge. Die Weltneuheit trägt zur weiteren Abrundung des umfangreichen, innovativen Portfolios an Elektronikfeuerzeugen bei. Mit einer Druckfläche von 12 x 50 Millimetern bietet das EB-30 den perfekten Platz für eine dauerhafte Werbebotschaft und damit einen nachhaltig positiven Imagetransfer. Damit definiert Elektronica einen Werbeklassiker zu einem optimalen Preis- LeistungsVerhältnis neu. Auch das EB-30 unterliegt selbstverständlich höchsten Qualitätsstandards aus einer Produktion mit ISO Zertifizierung. Kostenloses Muster können direkt angefordert werden. Kurze Lieferzeiten sind auch zum Jahreswechsel kein Problem, heißt es aus Greven.

44127 • Elektronica SM-Handels GmbH • Tel +49 2571 57890-0
info@elektronica.de • www.elektronica.de

SONNENSCHEIN AUF DER TASSE

Das Tassensortiment von Senator hat strahlenden Zuwachs bekommen. Das Modell Classic Colour ist jetzt auch in leuchtendem Sonnengelb lieferbar. Die bestehende Farbpalette mit Orange, Rot, Blau, Mokka, Lime und Schwarz unterstreicht mit der neuen Farbkombination Gelb und Weiß (innen) das moderne Erscheinungsbild der Serie. Dank der klassischen Form, der Füllmenge von 0,3 Litern und der Robustheit ist die Tasse absolut alltagstauglich und bietet bei ihrem gradlinigen Design eine Menge Veredelungsmöglichkeiten. Werbeaufdrucke sind sogar im Innern der Tasse möglich und wer sich für das Logo-4U-Verfahren entscheidet, erhält Tassen, die per Sandstrahlung mit einer Werbebotschaft versehen werden.

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

ADVENTSKALENDER GANZ PERSÖNLICH

Wunschkalender von Kalfany Süße Werbung sprechen den Empfänger ganz persönlich an. Durch die Möglichkeit einer kompletten Individualisierung entstehen Unikate, die zudem noch mit besonders hochwertigen Füllungen versehen sind. Die besondere Wertigkeit dieser Adventskalender wird durch süße Überraschungen von Lindt & Sprüngli oder Kraft Foods unterstrichen. Alternativ bietet der Hersteller auch die Möglichkeit, energiespendende Dextro-Energy-Täfelchen in den Kalender zu füllen. Nicht nur die Wunschkalender, sondern auch die zusätzlich lieferbaren Standardkalender in fünf verschiedenen attraktiven Designs können so befüllt werden. Ein Platz für eine deutliche Werbebotschaft ist auch hier enthalten. Alle Versionen sind dreifach verklebt und haben ein stabiles Tiefziehteil.

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

SOLAR-KARUSSELL FÜR BASTLER

Als kompletter Holzbausatz kommt das neue Solar-Karussell von Jamara jetzt auf den Schreibtisch oder auf die Theke am POS. Die einzelnen Bauteile sind im Lasercut-Verfahren hergestellt und lassen sich mit wenigen Handgriffen zu einem nostalgischen Karussell zusammenbauen. Damit jetzt auch Bewegung in die Sache kommt, ist eine kleine, aber sehr leistungsstarke Solarzelle eingebaut, die mit wenig Licht auskommt und so auch in geschlossenen Räumen dafür sorgt, dass die Figuren ihre Runden drehen. Bereits ab einer geringen Auflage können bezüglich der einzelnen Bauteile auch Kundenwünsche berücksichtigt werden, bietet Jamara an.

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

JETZT SCHON TORE PLANEN

Fußballfans, die sich auf die Spiele der Europameisterschaft 2012 in Polen und der Ukraine vorbereiten wollen, haben mit dem neuen Spielplaner-Poster von Stiefel Eurocart einen perfekten Helfer. Das Poster im Format 66 x 89 Zentimeter ist ab Januar 2012 erhältlich und kombiniert geografische Karteninformationen mit dem kompletten Spielplan und vielen weiteren wichtigen Zusatzinformationen zum Turnier. Alle Spielorte sind in einer physischen Landkarte Polens und der Ukraine markiert. Hinzu kommt ein übersichtlicher Spielplan, in den die Ergebnisse eingetragen werden können. Eine politische Europakarte mit den Standorten aller Teilnehmerländer sowie ein Infoteil mit Daten zu Turnierrekorden und Gewinnern früherer Meisterschaften komplettieren dieses Poster. Angeboten wird der Planer in Deutsch und Englisch.

43567 • Stiefel Digitalprint GmbH • Tel +49 8456 924300
info@stiefel-online.de • www.stiefel-online.de

EDLE OPTIK FÜR TEEGENUSS

Eine gelungene Verbindung klassischen Teegenusses mit moderner Optik zeigt Green Light Promotion Products mit dem neuen Standbodenbeutel. Der Beutel im edlen Aluminium-Look ist auf dem Tisch schon für sich allein ein Hingucker. Der Inhalt steht dem in nichts nach. Feine Teeklassiker, wie grüner Tee, schwarzer Tee, Rooibos, Kräuter- und Früchtetee, werden modern und extravagant mit edlen Gewürzen und Zutaten kombiniert. So entsteht ein besonders ausgefallener Teegenuss, der zudem durch die wiederverschließbare Aromaversiegelung auch lange anhält. Der Standbeutel kann mit einem Grußaufsteller kombiniert werden. Darauf findet wahlweise eine Weihnachtsbotschaft oder eine komplett individuelle Werbegestaltung Platz.

46307 • Green Light ProMotion Products • Tel +49 40 8195160
info@green-light.de • www.green-light.de

GANZ PERSÖNLICHE GRÜSSE

Zu einem echten Unikat werden Weihnachtsgrußkarten durch eine individuelle Bildpersonalisierung, die MKM media jetzt neu anbietet. Für jeden einzelnen Empfänger dieser Grußkarte wird ein ganz persönliches Exemplar gedruckt, in dem der Adressat mit Namen angesprochen wird. Kombinierbar ist diese Weihnachtsansprache der besonderen Art zusätzlich mit Logoeindruck oder einem Wunschtext. Geliefert wird vom Kunden eine Liste mit den Namen der Empfänger, die dann Stück für Stück in die Karten eingedruckt werden. Für Werbemittelhändler, die ihre Kunden vor Ort beraten, bietet MKM media eine neutrale Beraterbox mit 20 Musterkarten an. Die Box kann beim Anbieter kostenlos bestellt werden.

47798 • MKM media Verlags- und Medienproduktionsges. mbH & Co. KG • Tel +49 33203 305060
mueller@mkm-media.de • www.bildpersonalisierung.com

Glow & leuchtende Produkte!

GlowFactory.de

lpi

EinDruck, der bleibt!

Ihr Logo als Vollfarbdruck oder Lasergravur auf einem USB-Stick.

Schon ab 100 Stück!
1 GB – 32 GB

Diese USB-Sticks überzeugen nicht nur durch ihren hohen Qualitätsstandard, sondern auch durch ihr Design. Versehen mit Ihrem Logo sind die Sticks der ideale Werbeträger für Firmenpräsentationen, Events und Kundengeschenke.

Mit dem »Büro am Schlüsselbund« bleiben Sie bei Ihren Kunden immer in Erinnerung.

CERTIFIED MEMBER PSI

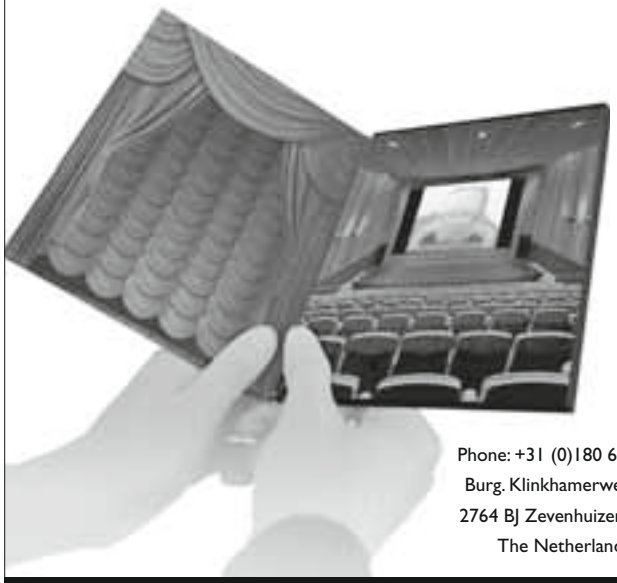
Fon: +49 7633 / 802190 · Fax: +49 7633 / 802860

Einfach online vorbeischauen:
www.lifestyle-promo-it.de

TMS

TAILOR-MADE STUDIOS INTERNATIONAL B.V.

TMS international proudly presents the 'Video brochure'
Come and see us on Stand 11A22



Phone: +31 (0)180 633 400
Burg. Klinkhamerweg 86a
2764 BJ Zevenhuizen (ZH)
The Netherlands

www.tms-international.nl

MERKEL

MERKEL GMBH
TEXTILHANDEL & STICKEREI
ARBACHTALSTRASSE 9
72800 ENINGEN U.A.
INFO@STICKEREIMERKEL.DE
WWW.STICKEREIMERKEL.DE
TEL.: 07121-699 26 70
FAX: 07121- 699 26 99

Tragbare Werbung an und für den Menschen, sind unsere Profession. Kreativität und Wissen verbinden wir mit Ideen. Zwanzig Jahre Erfahrung in der ganzheitlichen Betreuung von kleinen und großen Werbekunden über alle Stufen der gegenständlichen Werbung ermöglichen einen besonderen Service, auch Prominente Kunden wie der Superstar Smudo, mit seinem BioConncept-Car Mustang. Sichern Sie sich einen erfolgreichen Auftritt, setzen Sie konsequent auf Professional Outfit. Ob bei Messen, Ausstellungen, Promotion, Empfängen usw, Wir stehen ihn gerne zu Seite. Bei uns wird die Ware im Haus produziert (veredelt) wo auch der Kunde die Möglichkeit hat bei Veredeln zu zuschauen.

Besuchen Sie uns auf der PSI 2012 Stand 9D01

STEMPEL MIT WELLE

Zum 50-jährigen Firmenjubiläum schlägt heri eine besondere Welle im Schreibmittelmarkt. Der neue Stempelkugelschreiber Diagonal Wave vereint eine auffallende Griffläche in ästhetischem Wellendesign mit einer Zweitfunktion als Adress-Stempel. Die Stempel-Mechanik besteht, wie bei allen anderen heri-Modellen auch, aus stabilem Metall. Den Kugelschreiber gibt es in den Farbvarianten Weiß, Schwarz oder Bordeaux, jeweils mit integriertem Moosgummi-Stempelkissen, das eine Stempeldauer von rund 5000 Einsätzen ermöglicht. Für den Diagonal Wave bietet heri den weltweit einsetzbaren neuen Online-Gutschein mit QR-Code zur Bestellung der individuellen Stempelplatte an.

41016 • heri Geräte-Produktions GmbH • Tel +49 7725-939312
mail@heri.de • www.heri.de • www.rigoni.com

WÜRFEL – WEIHNACHTSBAUM

Mit dem Happy Cube von Happy bvba wird aus dem klassischen Weihnachtsgruß die Aufforderung zum kreativen Spiel. Die einem Puzzle ähnlichen Innenteile der speziellen Weihnachtsbaumform werden mit Geschick und Können zum Würfel und bilden dann die Basis für individuelle Werbebotschaften oder Glückwünsche. Der Happy Cube ist in nahezu allen Farben lieferbar und kann auf Wunsch auch an das jeweilige Corporate Design des werbenden Unternehmens angepasst werden. Das ist sogar auch bei der Form der mailingfähigen Karte möglich: Produktumrisse oder Logos lassen sich realisieren. Das Werbemittel selbst besteht aus leichtem EVA-Schaum.

42765 • Happy bvba, Gerdi Loots • Tel +32 3 3800650
info@happy.be • www.happy.be

CHARMANTER AUFREISSER

Einen Flaschenöffner mit ganz besonderem Aha-Effekt stellt Take-2Design mit seinem neuen Chapeau! vor. Anders als herkömmliche Öffner für Flaschen mit Kronkorken macht dieses Modell auch in zarten Frauenhänden eine gute Figur und schont vor allem die Fingernägel. Ganz gleich, ob bei der großen Party oder beim gemütlichen Fußball- oder Mädelsabend: Der lässige Auftritt des unscheinbaren Flaschenöffners aus Edelstahl besteht jede Herausforderung beim sommerlichen Grillfest oder in der Schneebar im Winter. Mit einer Hand gefühlvoll auf die Flasche geklemmt, rastet Chapeau! beidseitig unter dem Kronkorken ein und verharrt bereitwillig in dieser Position, bis der Deckel nach dosiertem Druck auf die Schenkel mit verblüffender Leichtigkeit von der Flasche abhebt.

44574 • Take2 Designagentur GmbH & Co. KG • Tel +49 8031 233970
info@take2-design.de • www.take2-design.de

DIE MARKE IM GRIFF

Mit dem neuen Zip Buddy von Vela wird jeder Griff zum Reißverschluss automatisch zu einem Werbekontakt. Der vielseitig einsetzbare zusätzliche Anfasser für Zip-Verschlüsse an Rucksäcken, Koffern, Sporttaschen, Hosen, Jacken, Trolleys, Zelten und vielem mehr ist farblich individuell gestaltbar und derzeit in runder oder quadratischer Form verfügbar. Wie der Buddy selbst, sind auch die beiden Schals in Kundenfarben realisierbar. Schon ab einer Auflage von 1000 Stück können auf diese Schals sogar beidseitig Texte eingewebt werden. Selbst abgebrochene Reißverschlussgriffe können durch den Zip Buddy ersetzt werden: Ein Klick des angebrachten Karabiners und die volle Funktion ist wieder hergestellt.

41815 • Vela Promotion GmbH & Co. KG • Tel +49 5733 8781880
info@vela-promotion.de • www.vela-promotion.de

TELEFONIEREN GANZ PERSÖNLICH

Weg von der uniformen Einheitsgestaltung vieler Mobiltelefone geht Sweet Concepts mit seiner neuen Reihe eigener, individuell gestalteter Handys, USB-Sticks, ebook-Reader und Cover für iPhone und iPad. Die Telefone sind voll funktionsfähig, verfügen über alle wichtigen Features, wie SMS, automatische Rufannahme, Wahlwiederholung und internen Speicher für 100 Nummern. Sie werden inklusiv Ladegerät und Bedienungsanleitung ausgeliefert. Neben einer breiten Palette an Standard-Designs gibt es lizensierte Motive der Reihen Hello Kitty oder SpongeBob (Schwammkopf). Alternativ bietet der Hersteller natürlich auch die Möglichkeit, Handys ab einer Auflage von 300 Stück komplett mit einem eigenen, vom Kunden bereitgestellten Design zu fertigen.

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

ZWEITES LEBEN FÜR PET

Recycelten PET-Flaschen verhilft die Kerler GmbH in Form von Tragetaschen und Rucksacktaschen zu einem zweiten Leben. Die hochglanzbeschichteten Taschen gibt es in verschiedenen Größen im Hoch- und Querformat. Außerdem ist eine weitere Tasche lieferbar, die durch das Lösen von zwei Druckknöpfen zum trageleichten Rucksack wird. Besonderheit dieser Taschen: Sie können auf allen vier Seiten bedruckt werden und bieten damit deutlich größere Gestaltungsmöglichkeiten. Das wird unterstützt durch die Oberfläche, die einen detailgenauen Fotodruck bei der Abbildung von Gebäuden oder Produkten ermöglicht. Neben dem Aspekt der Umweltverträglichkeit denkt Kerler bei diesem Produkt auch an kleine und mittelständische Unternehmen: Die Taschen werden schon in einer Auflage von 1000 Stück individuell nach Kundenwunsch gefertigt.

47270 • Kerler GmbH • Tel +49 7563 91000
post@kerler.de • www.kerler.de

KIDSWEAR FÜR KLEINE SPORTLER

Wenn es um das Outfit geht, haben Kinder ihren eigenen Kopf. Das weiß man natürlich bei Daiber und wird dem mit zahlreichen speziellen Kinderartikeln gerecht. Die Eigenmarke James & Nicholson bietet dazu hippe Looks von T-Shirts und Sweatshirts bis hin zur angesagten Softshell-Jacke. Mit dem Teamsport-Angebot von Daiber macht den kleinen Sportlern das Training dann auch gleich doppelt Spaß. Damit der Erfolg schließlich nicht ausbleibt, finden Sportvereine und Mannschaften hier alles, was sie brauchen. Die Palette reicht von Shirts über Hosen bis zu Trainingsanzügen und vielem mehr. Für Teams und Individualsportler bietet das Portfolio funktionale Outfits und Accessoires für praktisch jede Sportart. Einen Überblick über die Vielfalt bietet neben dem Katalog „Compilation 2011“ auch der aktuelle Flyer „From Casual Running to High Performance“.

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

Seit 25 Jahren gemeinsam für den Werbeartikel

Mit vielen Vorteilen von A bis Z

I wie Information

Der bwg ist online – nutzen Sie das Image und den Bekanntheitsgrad des Verbandes. Er informiert seine Mitglieder zeitnah und aktuell über branchenrelevante Vorschriften und Gesetze.

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

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

25 JAHRE

1986-2011

bwg

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

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

VORLÄUFIGES AUSSTELLERVERZEICHNIS DER 50. PSI MESSE 2012

VOM 11. – 13. JANUAR 2012 IN DÜSSELDORF

Neben einer Vielzahl von langjährigen Ausstellern präsentieren über 100 Firmen zum ersten Mal ihre Produktsegmente auf der PSI Messe.

blau = Neuaussteller
pink = PSI Technology Forum
grün = Forum junge innovative Unternehmen

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
47761	3T-Transfers Technologies for Textile	9K03 TF
44226	52 Orange GmbH	11E74
47670	Abanicos Jose Blay S.A.	9E03
44655	Abanicos Aparisi, S.L.	9E41
47187	Abanicos Aldaia Internacional Manuel Guerrero Del Moral	9O35
47670	Abanicos Jose Blay S.A.	9E03
48359	ABC Promotion s.r.l.	9O39
48055	ACARGRUP Pazarlama Dis. Ticaret A.S.	11C41
45561	achilles concept GmbH & Co. KG	10C16/10C20
40604	Ackermann Kunstverlag Merkur Marketing Services GmbH	11A58
42299	adamo design GmbH	10D10
46559	AdHoc Entwicklung und Vertrieb GmbH	9E14
44329	aditan GmbH Werbe- und Organisationsmittel	12E30
43999	ADOMA GmbH Kunststoff- und Metallverarbeitung	9L38
48300	ADORNOS S.L.	9N03
46850	ADV PAX Lutec Vertriebs GmbH	12B37
44897	AERO d.d. Celje	9M18
45448	Ätzkunst GmbH & Co. KG	9C14
46059	Afkim Ltd.	10F03
47976	AGB Promotion Productions GmbH	13F16
48132	Agnilaser GmbH	13F12
47680	Aktikem Sarl	9B18
50077	AKW Arbeitskreis Werbemittel e.V.	11H44
44533	Albene GmbH Marketing Handel	10A13
48201	Alfa Beta Promosyon TEKSTIL ve DIS TICARET LTD. STI.	10F09
47800	ALFA Promosyon Tekstil Pazarlama San. Ve. Tic. Ltd. Sti	11H42/11K41
45590	aloga gmbh	9B42
41542	Althans GmbH & Co. KG Plüschtierfabrik	10C10
47399	AMIGO Spiel + Freizeit GmbH	12L45
44355	A.M.P. S.R.L.	11A45
42333	AMPERCELL - Vertriebsges. für elektrotechnische Erzeugnisse mbH	11B17
45753	Anda Present Ltd.	11H22/11H30
42762	R&JP International Limited	9E39
46521	Anvil GmbH	10E16/10E20
44291	Araco International B.V.	11L23/11L29
48360	ARCIERI s.r.l.	11G13
46920	ARENA PROMOSYON ve OTOMOTIV ÜRÜNSLERI SAN.	10D18
46726	Ari International Trading GmbH	11B30/9A50
45456	Aristos International GmbH	12B13
48309	Manufacturas Arpe, S.L. ARPE, TUVA Towel & Gamuzas con Imagen	11C63
45615	ars Design GmbH	10F16/10G15
46316	Artar tekstil Ins. San ve Tic.LTD.STI	11F65
45895	Artihove Regina B.V	10H64
46951	ART OF TIME Innovative Products GmbH	11M11
47506	ASHA INT.	13A06
46856	Asia Incentives Ltd.	9N32/9O31
45428	Asia Pins Direct GmbH	9L51
47525	A-Solar B.V.	11G33
41169	Spielkartenfabrik Altenburg GmbH ASS Altenburger Spielkarten	11K01
46196	AS system GmbH	10B41
47330	Atlas Design GmbH	9D41
47965	AT Promotions Ltd.	10K70
46148	ATUT & PRIMAR s.c Golab, Rackiewicz	11A63
659712	AVIRSU Pavilion, Association of Manufacturers and Importers of promotional gifts Ukraine	12G46
46204	Axpol Trading Sp. z o.o. Sp.k.	12K10
46781	AXXEL Sp. Z.o.o.	9O13
47716	AYFLY SARL	9D35
48133	BAD BOYZ SOCCER e.k. Inh. Judith Weber	9A28/9B27
47411	badge4u Wojciech Pawlowski	9B41
45371	badgepoint Namensschilder Systeme GmbH	9H40
48060	Badgetec GmbH	9H38
48141	Bagstage Inh. Philipp Zimmermann	13A14
48049	Bahar Tekstil San. Ve Tic A.S.	9L27
47779	Ballograf AB	12B16
47156	Ballonservice Jungk VKF GmbH	13D06
48350	Barbara Hofmann Cosmetic-Pinsel GmbH	11L42
45434	Bartl GmbH	9F07
48302	Batuplast Matbaacilik ve Promosyon San. Tic. Ltd. Sti	9K22
45934	bb med. product GmbH	9C32
45235	B&C - The Cotton Group S.A/N.V	10B04/10C13
47717	Becker GmbH	11B13
46491	Bella Inc.	10E53/10E61
47646	BergHOFF Worldwide N.V.	11H54
47453	Beta Plastik Sanayii ve. Tic. As Mr Davit Ozmizrahi	9E10
48159	Beutler Verpackungssysteme GmbH	12L39
47943	Biltur Basim Yayin Vehizmet AS	9L50/9M49
47547	Binninger Fanartikel und Vereinsbedarf GmbH	9C10
40774	blomus GmbH	10G73a
40861	BMI BAYERISCHE MASSINDUSTRIE A. Keller GmbH	10K73
50306	Forum junge innovative Unternehmen	13F06/13G19
41435	Böckling GmbH & Co. KG	9B14/9C13
47566	BOLA GEMA- PAKISTAN	9K04
48401	Bon Goût Eli Katzenstein	11G41
48043	Boogaard Textiles B.V.	9K31
41855	BOSCHAGROUP GmbH & Co. KG	11G44/11H43
47770	BOSS Promosyon Ürünleri San. Ve Tic. Ltd. Sti	9N13
45767	Bottle Promotions a Tacx International Company	9K32
50178	BPMA Pavilion, British Promotional Merchandise Association Ltd.	12M04/12N11
42476	Brabantia Asten B.V.	9F31
40585	Brain Promotion GmbH & Co. KG	12M30/12N29
46432	brandbook.de NEXT design+produktion GmbH	11H51
46304	The Brand Company, S.L.	9G31
48389	BrandedRides HK Ltd.	9N01
46116	Brand Promotion CZ s.r.o.	12D40
46905	Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG ehemals Krebs & Sohn Vertriebs GmbH & Co. KG	9A25
48274	Brecht Profashion GmbH	10B31
43076	Joh. Brendow & Sohn Grafischer Großbetrieb und Verlag GmbH & Co. KG	11L33
41141	Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. KG	11H20
47468	Brennerei Betz GmbH	9D18
47749	BRISA Entertainment GmbH	12L40
47769	Brumley Tex Inh. Uwe Brumley e.k.	9G28 TF
40567	BRUNNEN Baier & Schneider GmbH & Co. KG	11E34/11F41

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
50973	Bruno Gruber Techn. Entwicklungsb.	13A12
48045	B-TOKEN BVBA	12H24
47672	Bulb-Bottles-Jkaplast AG	11G51
40710	BULLYLAND GmbH	9B52
45956	burger pen AG	9D52
46531	Businessball B.V.	10G39
41446	Buttonboss B.V.	10G37
47952	Büyüksoy Bayrak Ve Semsiye San. Tic. AS.	12H47
49043	bwg Bundesverband der Werbemittel-Berater und -Großhändler e.V.	11H52
50069	BWL Bundesverband Werbeartikel-Lieferanten e. V.	11H44
47469	Calendars & Diaries International B.V.	10A54
48052	CANTATURK Kandemir Deri ve Tekstil Ürünleri Ambalaj San Tic. Pazarlama	11D62
46643	Caramelos Cerdán S.L.	9F14/9G13
46402	Care Concepts BV	10G21
47676	CARL MERTENS Besteckfabrik GmbH	11L22
42482	Cartamundi Turnhout NV	11K01a
47753	Seidel GmbH + Co.KG Marke Carus	9N21
43811	CDH Computer Division Heinemann GmbH	9A32/9B31
47689	CEOTRA Vertriebs- & Handels GmbH	12B38
44668	R. Cermak - Penlights (Made in Germany)	12M47
47791	CHILI CONCEPT SARL	9C41
47514	Chips and More Computer GmbH	9M11
46694	Chocolat Schönenberger AG	11C51
48316	Chocolissimo by MM Brown Deutschland GmbH	12C48
48348	Christophorus Verlag GmbH & Co. KG	13G15
44950	C.I.F.R.A., S.L.	12L25
46851	Classic Line Warenhandels GmbH	9O17
48047	Clean Promotion UG	13G07
46153	Clipper A/S	10A22
40511	Clipper B.V.	11A66/11B73
45619	CLIPY Artur Begin, S.L.	9F39
48345	CMA Global Inh. Young Sun Kim	11K54
47890	CODE-No.com GmbH	13F06
48344	Color Print Ltd.	9L06
46789	CoMo Europe B.V.	9M52
41490	COMPAKT-WERBUNG GMBH Ronny Friedrich	12B39/12B45
46124	Concept Sp. z. o. o.	9L17/9M25
45280	Stiefelmayer-Contento GmbH & Co. KG	9G27
41421	COOLIKE Regnery GmbH	9E31
45500	Coriolis Baladeo SARL	10H26/10K27
45939	Corthogreen bv Greengifts & Seedpromotion	12A04
48014	CREA & MERCE GmbH Innovation & Trade	13G05
48368	Crocus Gottfried Beck e.K.	12N45
45106	CROW'n'CROW GmbH & Co. KG	12A38
47701	Culto GmbH	12M45
50978	Cumulus53 LTD.	13B16a
47722	Cup Concept Mehrwegsysteme GmbH	12G39
44920	CURLY & SMOOTH Handels GmbH	12B48/12B54
42819	Gustav Daiber GmbH	12D14/12G25b
50062	dedica Dr. Harnisch Verlagsgesellschaft mbH	9O04
48136	Deheck Destillerie & Likörmanufaktur GbR	12B21
44487	Demapen srl.	9L18
46660	DEONET GmbH	9G40/9H39
41826	Deumer GmbH	11D51
47107	Diarpell s.r.l INTEMPO	10K44
48392	Die Olive - und mehr GmbH & Co. KG	13B06
42562	dietronic Computer-Service Ralf Dietrich	10D14
47712	di-media C. Daum e.K.	9E32
41734	Giuseppe Di Natale S.p.A. Arti Grafiche Cartotecnica	11G34/11H33
46535	DIPLOMAT Eine Marke der helit innovative Büroprodukte GmbH	10F74
47097	EMBALAJES PUBLICITARIOS NT Diseño y Aplic. del NT, S.L.	12D19
46519	DNS Designteam Neth Schäflein GbR waterbelt/nautiloop/mykii/bandua	11F14
40723	DOM POLYMER-TECHNIK GMBH	9L52
43461	DOPAN S.A.	11C53
41752	doppler H. Würflingsdobler GmbH	12A44
46897	Dosenspezialist GmbH	9O41
45720	DreamPen, Polish Ball-Point Pens Producer Inh. Dariusz Libera	11G66/11F73
48061	Drechslerei Kuhnert GmbH Erzgebirgische Holzkunst	9F28
44886	DreiMeister Spezialitäten Hans Schröder GmbH & Co. KG	9C51

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
47414	Driinn Ltd.	11A30
48122	Dubi's Promotionartikel Service	11C65
46947	DVN Druck- & Verlagshaus Neckartailfingen GmbH	13B05
47313	Eagle Products Textil GmbH	11M52
46313	ear bag GmbH	9K08
46391	EASY - Haushaltsprodukte Inh. Jochen Petereit	9N46
41430	Eckenfelder GmbH & Co. KG	11D24/11E29
47503	eco-promo GmbH	12L12/12M11
48395	ECUMENICUS di Secchi Sergio	11F15
41870	edding International GmbH	11G39
48339	Efbe Elektrogeräte GmbH	12L54
41387	EHRENBERG GmbH	9F04a
48023	Eichsfelder Technik eitech GmbH	9M41
48318	EKV GmbH	13F10
41369	elasto form KG	11F54/11G73
44127	Elektronica SM-Handels GmbH	12H02/12K01
45340	Elliot GmbH	12M48
47985	Ellipse Cz s.r.o.	11E52
47987	EL PETAQUERO SL	10D22
42625	EMBAGS Hamburg GmbH	9N49
42200	e+m Holzprodukte GmbH & Co. KG	11A54
45997	emotion factory GmbH	12B30
47403	Ender Tekstil Sanayi Ve Ticaret Ltd STI	9D28
47737	ENDULZARTE, S.L.	11K68
50180	eppa - European Promotional Products Association	11K43/11K51
50979	Erfinderbüro Merdowig	13C11
42480	ERGA Srl	10C02
48003	ESBIT Compagnie GmbH	11G37
41768	ESC - Europa-Siebdruckmaschinen Centrum GmbH & CO. KG	9G04/9H03 TF
40684	ESKESEN A/S	11G14
47057	ETITECNIC.	11L64
47128	E.T. Technologies Deutschland GmbH	10C49
46030	European Sourcing SARL	10K64
41137	Europe Match GmbH	9A04/9B03
41857	EUROSTYLE- Emil Kreher GmbH & Co.KG Lederwarenfabrik	11C34/11D41
45339	Everts Pol Sp.z.o.o.	9E27
46537	Exner Fashion GmbH Mode mit System	10A04
48186	Expand International Deutschland GmbH	9E10
50145	Expo Reclam	12L22
46163	ExpoGraf CardKeep International AB	9D03
47750	Fabryka Zapalek Czechowice S.A.	10D61
48067	FAHRER Inh. Joachim Leffler	13G11
48399	Faktor zwei Computer+Systeme GmbH	12N44
42720	Falk & Ross Group Europe GmbH	10B64/10C73, 10C53/10C61
43144	FARE - GUENTHER FASSBENDER GmbH	12D14/12G25a
47960	Feniks Sp. z.o.o.	9N38
47973	Ferdinand Bethäuser GmbH & Co. KG	11M03
47123	Fides Druck und Medien Inh. Peter Krammel	13C01
46874	Cokoladovny Fikar s.r.o.	9L14
48372	fine Swiss Metals AG	13C05
47964	First Editions Ltd.	10A03
41002	Alfred Fischer	9E18
48315	fischertechnik GmbH	9A35
48158	Flameclub Europe BV	12B47
44389	Floringo GmbH	10C22
47628	Framsohn Frottier GmbH	9L02
47348	Maurizio Franco	11B42
47463	Francos GmbH Image-Cosmetics & More	12G02
41853	Frank Bürsten GmbH Bürstenfabrik	9N42
47595	freie-produktioner Münster/ Osnabrück GmbH & Co.KG	11K44
48408	Ernst Freihoff Papierwarenvertriebsges. mbH	13B14
42743	Fruit of the Loom / Russell Europe	10D44/10E43
48355	GAMA PROMOSYON ÜRÜNLERI IMALAT SAN. ve TIC. LTD.STI	9E07
47699	Garlando GmbH	11E46
47833	Gecko Europe S.A.	10K50
47147	Gehring GmbH	12K46
41615	Geiger Aktiengesellschaft	11C54/11D63
48400	germanmade. GmbH	13C07
47324	Get Impressed srl	11F34
46306	GEZI Druck GmbH	9O01
45737	Giving Europe B.V.	12F30/12G37
46847	Gizben Advertising and Publicity Veritas Printing Center	9B32

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
48303	GLOBOS FESTIVAL, S.A.	9L33
43242	Göckener GmbH	10D27
40969	Jakob Göschl GmbH	10K22
44530	Frottierweberei W.F. Gözze GmbH Produktion Werk II Werbemittel-Vertrieb	11K42/11L41
44615	Golfball Bussjäger Hans Bussjäger	10G53
47707	Goprom Handelsgesellschaft mbH	9D50/9E49
46517	Gorenler A.S.	9D02
46895	Gottschalk V.O.F.	11B52
43808	Goudsmit Magnetic Design B.V.	10K63
48266	Gourmet Leon Feinkostmanufaktur Christian Hjort	9H42
47197	GPE A. Ardenghi srl	9H04 TF
47265	GRASPO CZ, a.s.	11G04
48410	GRAUPNER GmbH & Co. KG	12C51
48277	Green Earth Products Inh. Helga Nederhoed	11A42/11B41
42134	GREVO Imagetextilien GmbH	9M36
42972	Grüner Laser Products GmbH & Co. KG	11M53
43990	Guidetti Carlo Ombrellificio di Eredi Guidetti S.N.C.	9F18/9G17
41048	Gutter GmbH & Co. KG	9D32
46944	Gutting Pfalznudel GmbH Entwicklung und Herstellung von Logonudeln	9A27
43116	Karl Habmann GmbH	10F13
45107	Franz Hagemann GmbH & Co. KG	10A69
45666	Halfar System GmbH Rucksäcke und Taschen	12D14/12G25
50980	Hallbauer Spieleverlag	13B15
43628	HAMA GmbH & Co. KG	10G62
46496	HAN-Bürogeräte GmbH & Co. KG	9C22
45383	Hanesbrands Europe GmbH	10D24/10E27
48397	HanSen Kunsthandwerk GmbH	13B02
42765	HAPPY bvba	11A14
44954	happyROSS GmbH	11F43
46932	HASGÜL TEKSTIL PROMOSYON ÜRÜNLERI SAN. VE DIS. TIC. LTD. STI.	11G20/11H29
42688	HAT's Company GmbH & Co. Warenvertriebs KG	9A42
47570	Hauser GmbH	9A31
48028	Haveco BV	12M25
41756	HAWECO Import GmbH	11A34/11B33
48313	Headwear PL Sp. z.o.o. Sp. J.	11C73
47511	Hegenberg Trendcenter Inh. Carsten Hegenberg	9M17
41877	Helios Dr. Bulle GmbH & Co. KG	12H46
44145	helo ® Heckelmann Holz und Kunststoff GmbH + Co. KG	9K21
41583	HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG	11A02/11D01
46706	Herbalind GmbH	13A02
41275	C. Jul. Herbertz GmbH	10H41
41016	Heri Geräte-Produktions GmbH	12G14/12G26a
48362	Hersol Willy Herbertz e.K.	13G13
45918	Herzog Products GmbH	10H61
45053	Hesas Hediyelik Esya San. Ve Tic. A.S.	11C76
48183	High Profile Plastic Parts Ltd.	9M09
45818	Golfvertrieb Hilbrand	10H20
42919	Siegfried Hintz - MAG-LITE Generalimporteur & Alleinvertrieb Deutschland	11D44/11F51
47225	Hirsch Liquid Ideas GmbH	9F13
48407	Hispánica de Globos	11G35
43891	HNC Import-Export + Vertriebs AG	11H66
41118	HOECHSTMASS Balzer GmbH	11A61
45973	Hörsteler Interior Design GmbH	9K14
44372	HOGRI Honer & Grimm GmbH & Co. KG	12B19
43576	HOLTSCH Medizinprodukte GmbH	10D53
47614	Hong Fang CZ Group S.R.O.	10A14
47801	House of Kids s.p.r.l. FLASHMAT	9O49
46953	H&S KOZMETIK SABUN TEKSTIL TURIZM SAN. TIC. LTD. STI.	9B45
44346	Hummel Germany GmbH	9N24
47349	Hypon BV	12C55
48297	iClaw Innovations- & Vertriebs GmbH	13A10
45302	ICO JSC	9D39
48090	Idepa - Industria de Passamanarias, Lda.	12H26
48229	IF Solutions Ltd.	12B53a
45054	ISTANBUL KALEM LTD.	9E09
46028	IMAGE GmbH	12D47
47996	iMi Partner A.S.	10A28
44740	Impliva B.V.	10C75

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
48038	In-Crystal	13F20
46793	Info Tekstil Promosyon Urunleri San. Ve. Dis Tic. Ltd STI	9H02
44659	INFOPLUS Blindow Namensschilder GmbH & Co. KG	10F16/10G15a
44898	Jaan Ingel AB	9F12
46271	InnoCard International GmbH	12L30/12M37
48193	INOITULOS S.L.	10H19
46924	INPRO SOLAR SYSTEMS Inh. Georg Huber	9O03
42907	Inspirion GmbH	11D04/11F21
41727	INTERALL GROUP B.V.	9G02
44894	Intermed Asia Ltd.	10K02
43540	Intraco Trading bv	12G04/12G12
48403	INVITALIS GmbH	11L68
46999	IN-YO Promosyon Ve Reklam DIS TIC. LTD. STI	9O07
45893	i.p.a. Sweets GmbH	11D02/11F01
42567	i.p.a. cosmetics GmbH	11D02/11F01a
46848	Ipeknur Textile Clothing Co. Ltd.	9E02
47410	Ipekyolu Kagit San. Tic. A.S.	10E09/10E13
44613	ISSUETISSUE ® / Consuma-Issuetissue BV	12A13
48347	IT2U GmbH	11F44/11F52
47446	IVM SignTex GmbH	10A74/10B73
47696	Jamara e.K.	12D05
47258	JASANI (LLC)	11A67
48291	JHI HACKEL Industrievertretung GmbH	13F08
46742	JHK Trader S.L.	9A52
48143	JOMORANI GmbH	12K01
46672	Joy Investment S.A.	9C39
41990	Joytex GmbH & Co. KG	11F04
41170	JÜSCHA GmbH	9F50/9G49
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	12D29/12D37
47998	Jute statt Plastik Rohwedder GbR	9M27
48245	JUTEKO GmbH	10D20
48180	Jute Trading Limited	11E66
46091	Kaai Kalender GmbH	11H76
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	11D34/11E33
46232	Kandinsky Deutschland GmbH	10C21/10C27
47464	Karlowsky Fashion GmbH	12D30
40043	KASPER & RICHTER GmbH & Co. KG	10H74
44401	Georg Kayser	12N47/12N53
48148	KeepMe Promotions Ltd.	12D11
47413	Kelnet	9E28
47270	Kerler GmbH	10A73
48417	Keya Europe BVBA	10K31
46131	KHK GmbH	12G47
43737	Kimetec GmbH	12M53
43358	Kleen-Tex Industries GmbH	11L67
40823	Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG	10G64/10H73, 10G76
48108	KMS KAFITZ MEDIENSERVICE GMBH	13A08
41614	KM ZÜNDHOLZ INTERNATIONAL Karl Müller GmbH	9D27
41794	Karl Knauer KG Verpackungen-Werbemittel	10E64/10F71
47607	Knirps Media GmbH	12A40
41119	Knops Acryltec	9O27
44071	Könitz Porzellan GmbH	10C04/10C08
42087	Kössinger AG	9A18/9B17
47639	Köksal Canta ve Saraciye San. Tic. Ltd. Sti	9G42/9H41
43572	KORE S.P.A.	11C17
47941	KOSMOS Franckh-Kosmos Verlags-GmbH & Co. KG	9D09
47406	koziol » ideas for friends « GmbH	11G54/11H63
46770	KREITER GmbH	9N35
46591	Kreutz GmbH	12B14
47203	Krüger & Gregoriades Im- + Export GmbH	9K28
45352	Kümmel & Co. GmbH	10B27
41027	KUM GmbH & Co. KG	9N14
46887	Kundepflege Wellness & Care GmbH & Co. KG	13F18
48152	Landkaufhaus Mayer GmbH Salzmanufaktur Siegsdorf	11G33a
46922	Istanbul Tekstil ve Promosyon Ürünleri San. Tic. Ltd. Sti.	9N28
45736	L.A. Larsen A/S L.A. Larsen AS	10B21
47953	Laurel Klammern GmbH	9M13
46523	The Leather Business John R.P. Thorp	9D23
44473	Lecce Pen Company S.p.a.	9E17
42438	Lediberg GmbH	11C14/11D29
47073	LENIAR	9N34
47977	Leopold Vienna GmbH	12L04a
41248	Leser GmbH	9N07

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
44742	Les Parfumables	11A39
46175	LEUCHTTURM ALBENVERLAG GMBH & CO. KG	11H13
45457	Lexon S.A.	10C01
44862	Licefa Kunstoffverarbeitung GmbH & Co. Kommanditgesellschaft	10D13
48388	lifestyle + promo it Inh. Oliver Henfling	H 13
47850	LIIX Radfieber - Inh. Marcel Jansen	10E08
43551	Linden International AB	10F68
47684	LITEX Promo Sp. z o.o.	11L19
42487	LM ACCESSOIRES, WERBEMITTEL & EXCLUSIVANFERTIGUNGEN GmbH	12B01/12C11
47113	Löw Energy System e.K.	13G08
43208	Logolf Line B.V.	10G41
46104	logolini Präsente Backhaus Fickenscher	9C42
47400	LTP Litschka Toys & Premiums GmbH & Co. KG	9E45
48100	Lufi Expressz Kft.	12C56
48310	Luminaria Products Europe Ltd.	12D55
46095	Lumitoys - GmbH	9E42
44678	L&D Aromaticos, S.A.U.	9F41
47814	Lupenmaxx GmbH	11B29
47929	F.P.H. LUX-POL Inh. Ludmila Wolek	12K54
46414	Lynka Sp. z.o.o.	10D54/10D62
40974	LYRA Johann Froescheis Lyra - Bleistift - Fabrik GmbH & Co. KG	9K33
47002	MaCookie	9A17
48040	Macseis Corporate Services Ltd.	10D63
49054	Mag Instrument, Inc.	11D44/11F51a
41617	MAGNA sweets GmbH	12G45
44833	Mahlwerck Porzellan GmbH	11H03/11H11
43473	MAICA GmbH Textile Werbeträger & Sonderanfertigungen	12D13
48283	Maikii s.r.l.	9L13
47808	Perfecto Candle Experts	10E74/10F73
46913	MALGRADO fashion & promotion GmbH	10K15a
42884	M.A.P.S. GmbH Mach Art Promotion Service	11A19
40755	Marbo-Werbung Norbert Bokel GmbH	9G03
47735	MARELL - Marek Jindra	11M41
47455	Marines d.o.o.	10C28
41661	Markclip International BV	10G45
46766	Marsanam BV	11M19
45721	MASAS METAL AMBALAJ San. Ve. Tic. A.S.	11G03
43478	Masguant, S.L.	9K34
45014	Master Italia SPA	10E54/10F61
47938	Matchpoint-Etronics GmbH Elite Technology	13G06
47648	Mattina Display + Werbung GmbH	9L34
47428	maxchoice gmbh & co kg	11C27
46457	MAXEMA Srl.	10C64
46736	maximplus mugs, cup & more Inh. Dipl.-Ing. Ilona Wentzlaff	12H48/12K53
47810	Maximex GmbH & Co. KG	10A57
43332	Maximex Import - Export GmbH	11M30
47483	MAXX Promotion Inh. Dagmar Kornhaas	10E04
42020	MBW Vertriebsges. mbH für Werbeartikel und Spielwaren	12D48
46460	ME AND MY GmbH	9B50
48018	MEDEURAS GmbH	13G19
47662	medienkraftwerk GmbH	9L03
48405	Medikana Reklam Ve Promosyon Ltd. Sti.	9N11
47700	MEDIR.ES - Disponible Publicidad, s.l.	9K27
47238	Mega Promosyon Ve Hediyelik Esya San. Ve. Tic. Ltd. Sti.	9O11
41009	Mellert SLT GmbH & Co. KG	10B18
43570	MEMORY K., S.L.	9D17
46578	Memorysolution GmbH	9M46
48219	Memory-Clip world wide GmbH & Co KG	12K21
46786	Merkel GmbH	9D01
47158	Merkur Promotion GmbH	13G09
45861	Messiaen NV	9E22
41836	meterex - Karl Kuntze (GmbH + Co.)	10G63
41680	METRICA SPA	9N45
44684	Michelin-Besteck-/Metallwarenfabrik GmbH	11C52
41581	michel-toys Handels-GmbH	9G50/9H49
45899	micx-media in concept gmbh & co. kg	10G73
43444	EDWIN MIEG OHG	9C18
47780	Mimaki Europe B.V.	9H27 TF
47582	Mindtwister AB	9D09a
48364	MIYO MENDIL VE GIDA SANAYI DIS TICARET LTD STI	12H48
44940	MK-Haushaltswaren - RICOLOR Thomas Mayr-Kiessling	9F27

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
47798	MKM media Verlags- und Medien-produktionsges. mbH & Co. KG	11G17
48035	Möbius + Ruppert KG	9M42
40661	Mohn media Kalender & Promotion Service GmbH	11G42
47988	Moosmayr Import Export GmbH	11K66
48393	More Kagit San. Ve Tic. Ltd. Sti.	11K67
48112	MOVA Europe	9K25
46708	moynd GmbH	12K13
41143	MSA Münchinger GmbH	12N55
47776	MSW Lasertechnik GmbH Inh. Mario P. Schlosser	9H14 TF
47925	mt products GmbH	9N50
41702	MÜBOPLAST Müller GmbH	9H50
47774	Müller Werbemittel GbR Andreas & Matthias Müller	12H18
47528	Münsterländer Marzipanmanufaktur Inh. Wolfgang Köster-Oberbeck	9M14
45974	Multiflower GmbH	10G61
44983	Murat Tekstil	10B22/10B28
47673	myfitmix GmbH - Gesunde Werbung	12N39
45109	F.X. Nachtmann Bleikristallwerke GmbH	10C43
46486	Nath 2004 S.L.	10C15/10C19
47956	NAV Enterprise LLC Cosmos Exports	9C36
48164	NEAMEDIA	11B61
48058	Nemox International s.r.l.	9L04
48124	NEOFLEX Ltd. + Co. KG	9M31
48294	NESA Tekstil San Ve Tic A.S.	10D16
47443	Nestler GmbH Feinkartonagen	9M08
41816	Nestler-matho GmbH & Co. KG	12D02/12G01
45411	Neutral.com Fun Tex Clothing Co. ApS	10F07
42878	Newell Rubbermaid EMEA	10H54/10K61
47736	Newline A/S	9N17
46376	J.G. Niederegger GmbH & Co. KG	10D03/10D07
47254	Nimbus Nordic A/S	10B53, 10B61
45981	NOEX spolka z ograniczona odpowiedzialnoscia sp.k.	9N08
45393	Nordiska Etikettbolaget AB	9K03a TF
41859	Norwood Europe - Bic Graphic Europe S.A	11F20/11G29
46249	Nostalgic Art Merchandising GmbH	9K38
48387	Not-Al Yapiskanli Kagit Baski Ve Prom. Urunleri San. ve Tic. Ltd. Sti.	11D66
46403	NOTEDECO K. Frasunkiewicz-Jankowiak, P. Jankowiak Sp. j.	11M29
44879	NOTES GmbH & CO. KG - Niederlassung Quickborn -	10G20
42719	Nürnberger-Spielkarten Verlag GmbH	9B28
48365	Oakthrift Corporation Limited	12M04/12N25 13 BPMA
46731	Offene Systeme Software! Thomas Brecht	11M61
47034	OFFICE COLLECTION SP. Z O.O.	11G52
43341	Editions OLEFFE S.A. Oleffe Kalender Verlag	12M55
46997	OLE Sports	10A41
46990	OM-AR Tekstil Promosyon TIC. LTD. STI.	11D54
42655	Oppenhejm & Jansson A/S	9M03
49990	PTE Pavilion, O.P.S. srl	12K29/12K37
48396	Orient & Ornament Inh. Tobias Perlick	13B09
48177	Orientgift Polska Sp. z.o.o.	11L54
50955	Original Icecup	9E04
46305	ORIGINAL LANYARDS sdi publicidade lda	9E08
48203	Özgec Reklam Promosyon Malzemeleri Imalat Ltd. Sti.	9K53
46763	P & A products BVBA	10H16
47984	Pack Art Sp. z.o.o.	11B65
47816	PackshotCreator Sysnext SARL	12K25
45288	Pacor - Pamero BV	10D04/10D08
47226	PAD´S World S.L.	9F40/9G39
48381	Pamir Havlu Pazarlama San Ve Tic LTD Sti	11G11
50301	PARKER	10H54/10K61
45999	PASSATGUMMI Schreven GmbH & Co. KG	12L30/12M37b
47678	Paul Stricker, SA	11D75
48288	PB ADVERTISING AND PRINTING CO. LTD.	9M38/9N37
46454	PDC Europe SPRL	12C54
47418	Peel Appeal GmbH	11B19
44176	The Peppermint Company	10G31
48371	Pfaff - Die Masken Manufactur / Nasenpfeifen Inh. Bernd Kaltenbach	13G17
40972	PF Concept International B.V.	10G01/10K13
47732	P.H.U. KODER Waldemar Sikora	9C28
47667	Piel Urbana, S.L.	9D31

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
45291	PIKO Spielwaren GmbH	9N04
48070	PIM TEKSTIL SANAYI VE PROMOSYON LTD	10H44/10K49
45595	PIXIKA SAS	10H26/10K27a
41394	PLANET Schreibgeräte GmbH	12M40
45727	Plastolan GmbH	11A76
40637	Plastoria S.A.	10D32/10E41
41565	KP Plattner GmbH	11A52/11B51
42233	Carl Poellath GmbH & Co. KG Münz- und Prägewerk	12K40
43425	Poligrafica San Faustino S.p.A.	9E13
48127	Polyflame Europe S.A.	10K14
46070	Zaklad Produkcyjny POLY Malgorzata Dorosz	9M32
46557	Power Brands BV	10G49
45970	Present Time B.V.	10K75
48421	Prime Print Group Ltd.	12M04/12N11 16 BPMA
47577	Printfactory GmbH	11L66
48126	Printfield Sp. z.o.o.	10B16
42332	prodir S.A.	10C74/10E75
46679	Pro Feet GmbH	12L48
47740	X-Tra Projects International Marketing & Foreign Trade Ltd.CO.	9F03
47360	PROMAKS CHEMICAL COSMETIC CLEANING HEALTH PRODUCTS INDUSTRY AND TRADE CO. LTD.	12K02
46355	Promidata	13D02
50957	Promocatering	9E40
43550	Promoclip International BV	9M28
48042	THE PROMOLAND s.r.l	11L43
42547	PROMO SEEDS	9L37
43614	PROMO SERPENTIGRAFF, S.A.	9N12
48075	PROMOTION4U	12C04
44722	PROMOTION PETS GmbH	11A13/11A18
43775	promo-watch GmbH	12L14
43952	PSI NL der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	13D05/13E22
50218	PSI Design-Service	H13
49056	PSI 3D-Produktvisualisierung Open New Media GmbH	12A55
50297	PSI Ruhezone / PSI Relaxing Zone	12A30
50216	PSI Media Lounge	9O04
50298	PSI Versandstation	9O52
50296	PSI VIP Lounge	Food Plaza H 10
45582	PSL Europe B.V.	10G44/10H49
42073	Pulma Lederwarenvertriebs GmbH	12A39
48340	Purple Zebra Products Ltd.	11K71
46992	Quatrième Dimension s.a.	10A63
41980	quatron design GmbH	12K30/12L37
42109	Quickbutton Badges AB	9L28
48056	Ral Tekstil Ltd. Sti.	10K76
47458	Volker Rasehorn GmbH & Co.	9C52
41829	Rastal GmbH & Co. KG	11E64
44741	RASTER	9D10/9G51/9L32
46434	Raxy Line Srl	11F12
48415	Re-Bag/U3 ApS	12A25
47831	Recasens	9N25
46051	Reda a.s.	11E20/11F29
46261	reeko design gmbH & co. kg	10E63
47032	Regatta Professional	10B54/10B62
42130	Regine GmbH	12D01
47182	Reisenthel Accessoires Inh. Peter Reisenthel	11D42/11E41
48295	Relags GmbH	10G19
45612	Remarkable Eco-Friendly trade	11A44/11B43
41976	RESPONSOR Srl	11F63
47065	RESULT CLOTHING	10D31/10D41
48273	Retap ApS	10A43
44411	REXHOLM A/S	10C44/10D43
47620	Rheingold - Comet - Sports GmbH	9M04
41818	Herbert Richter GmbH & Co.	12K55
42084	Gerhard Riegraf GmbH + Co. KG Tresor Verlag	12H40/12K39
41211	rio Ballfabrik e. K. Inh. Gunnar Fuchs	9F04
48322	Risi snc	12M39
44508	Ritter-Pen GmbH	11D65/11D73
47232	Ritzer Beteiligungsgesellschaft mbH magic logo	11E65/11E73
41821	Karl Rodewohld KG (GmbH & Co.)	10E02
47847	Rösler Ceramtec GmbH	9B49
48104	Rössler Papier GmbH & Co. KG	9M37
48130	Roland DG Benelux NV	9G18 TF
47729	Roll-Over sp. z o.o.	9N02

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
47430	RO-WE SNC DI Brusaterra Roberto & C. Produzione e vendita articoli pubblicitari	9D14
48386	Royal VKB Koninklijke van Kempen & Begeer BV	11K56
45658	Russell Europe Ltd.	10D15/10D19
44170	Sachsen Fahnen GmbH & Co. KG	9C50/9D49
47489	Safe Pocket®	9H32
48319	same same but Different GmbH	12C49
48107	Sampiyon Sport San ve Tic Ltd Sti	9G32/9H31
48341	Sampro P.P.H.U. Wojciech Samolyk	10D09
43756	SAMSONITE René Häusser e.K.	10E76/10G75/10G54
46551	Sanders Imagetools GmbH & Co. KG	12G56
47967	Sanders Magnet Service	12A03
48125	SANIMAR ic ve Dis Tic. Ltd Sti	9B39
46525	Sanjuan Hermanos, S.A.	10F20
48017	Scandinavian Stainless Steel AS	12L26
47763	Scandinavian Unit Inh. Bettina Berg	12K14
47541	Rudolf Schaffer Collection GmbH & Co.KG	9A14
47901	SchiBo GmbH	9D08
47061	August Schmelzer & Sohn GmbH	12A02
43416	SCHNEIDER Schreibgeräte GmbH	12G14/12G26
48326	Schöffel & Kujan GmbH	10A07
45805	DropStop® Schur Pack Denmark a/s	10C21/10C27a
48140	Screentex International SA	11L04
46097	José Albero Puerto, S.L. - Secaneta	11H19
46013	Secil Baski Ltd.	11C44
43799	SEDESMA Manufacturas Metálicas Publicitarias, S.A.	12L02
41650	Selecta Signé B.V.	10K28
40529	Gustav Selter GmbH & Co. KG	9B01
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	10E24
48404	Senz Umbrellas BV	11C13
45069	Seripafer, S.L.	9B13
47743	SERMA & DNT S.L.	10B03
47803	Expo Box / Messe Trolley Sevdenur Reklam Ltd. Dti.	9M02
48384	Shtox Production UG	11H64
44885	Heinrich Sieber + Co. GmbH + Co. KG Taschenfabrik	10B32
47962	SIGEL GmbH	12G14/12G26b
48311	sigikid H. Scharrer & koch GmbH & Co. KG	9D22
45300	SINANGIN PRINTING & PACKING LIMITED COMPANY	11D74
46994	Sinterteknik AB	9A41
43807	SIPEC S.P.A.	12K04/12L03
46405	SIPLAST Siegerländer Plastik GmbH	9D42
47466	SKINCOM AG	9G01
46325	Slodkie Upominki	12B20
45567	SND PorzellanManufaktur GmbH	11D43
47767	SNIPS SRL	11F63
47752	SOCCER FIRST Inh. Axel Fraunholz	10K73a
47760	SÖRTEKS Dis Ticaret Paz. Ltd. Sti.	10K15
43917	Sofrie S.A. ADDEX design	10F54
47104	Softreflector LLC	9L42
48323	Software Partner Datenmedien-Service und Vertriebs GmbH	13B18
46518	SOLARES Ith. Ihr. San ve Tic Ltd. Sti.	11F53
48284	Felix Solicut GmbH	10A20
44472	SOL'S SOLOINVEST S.A.S.	10C31/10C41, 10C32/10D42
41288	Sompex GmbH & Co. KG	11B54
47677	Sopp Industrie GmbH	9N41
46493	Sphere Time s.a	9C49
47019	SPOLNOTA - Drzewna Spóilzielnia Pracy	12H53
48361	Spotz Global Sourcing VOF	10B19
41462	Spranz GmbH	10E03/10E07
47608	S-print NV	9F42/9G41
47909	SPRINTIS Schenk GmbH & Co. KG	11K34
42932	SPS (EU) Ldt t/a Supreme and Product Source Select	12M04/12N25 8 BPMA
44488	S. R. Brothers c/o M & N Group Sushil M. Motwani	11M24
43836	STABILA Messgeräte Gustav Ullrich GmbH	10B13
43287	Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG	9K50/9L49
41108	STAEDTLER MARS GmbH & Co. KG	12D46
42183	STANDARDGRAPH Zeichentechnik GmbH	9C27
48131	Staro International B.V.	11A26
47007	Stefania Zaklad Galanterii Skorzanej	9D40
47785	Margarete Steiff GmbH	9F32

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
44393	Steiner GmbH Spielwarenfabrik	9A40
48328	mentec GmbH STEINHORST®	12M38/12N37
47341	Stelton A/S	11B20/11C19
45341	Stereo Holland-Gebäck GmbH & Co. KG Schokomünzen	9D04
47583	Stickerei Tyburski GmbH & Co. KG	13B21
46816	Stieber Stempelwaren	11B66
43567	Stiefel Eurocart GmbH	9G14 TF
48227	Stilema srl Alessandro Borelli	11L65
45328	Stilolinea Srl	9B04/9C03
45204	Stormtech Europe Ltd.	10A44/10B49
44974	Storm Textil Niels Storm	10E14
47268	Stressplanet - Division of Biblio Products Ltd.	12B53
43053	SUCCESS - Dr. Rolf Hein GmbH & Co. KG Pustefix - Dr. Rolf Hein GmbH & Co. KG	9C17
48021	sushi mobile fashion Inh. Yvonne Socha	13F14
41032	Suthor Papierverarbeitung GmbH & Co KG	12L30/12M37a
47912	SWAROVSKI (DEUTSCHLAND) GMBH Consumer Goods Business	11H72
46111	Sweet Concepts	9H34
44998	Sweetware GmbH & Co. KG	11H75
43648	SWITCHER Textil Vertriebs GmbH	10B42/10B44/10B50
47733	SYMPATHIE COMPANY GmbH Porzellan, Glas und Emaille	12L53
44574	Take 2 Designagentur GmbH & Co. KG	12M46
48378	T-Banner S.A.	10F64
44186	team-d Import-Export Warenvertriebs GmbH	10C14
41207	Teca-Print AG	9H28
43817	TechnoTrade Import-Export GmbH	9K41/9K49
48329	Atmosphere brand of Tecnodidattica SpA	11L15
48409	TEDEXPERT	13A20
45668	Tee Jays A/S	10C54/10C62
48370	Teksan Teneke Kutu Ambalaj San ve tic Koll Sti.	9F35
47695	TEKSPA TICARET Inh. Hakan Cakir	11F18
48308	Teks Pro Promosyon Tekstil Ürün Leri San Ve Tic Ltd Sti	10F19
41831	teNeues Verlag GmbH + Co. KG Abt. Verkauf Industrie	11C66/11C74
41647	Tengler Match, eine Abteilung der Tengler Druck GmbH	10H53
42735	TEN-PACK GmbH	11B74
46683	Tetribérica, S.A.	9M33
48095	TEXmarket GmbH/Srl	11M23
41875	TFA DOSTMANN GMBH & CO. KG	10K34
48076	The Emotion Company SPRL	11G43
48207	The Gift Groothandel B.V.	12A27
47194	The Glasshouse BV	13B01
46120	The Pen Warehouse A division fo Tancia Ltd.	9C04
46991	Thermopatch Deutschland GmbH	9H18 TF
47957	The Specialists	10G21/10G49
48137	Thoolen Bloembollengeschenken B.V.	12B56
50096	TIPP-KICK EDWIN MIEG OHG	9C18
45780	TITAN GmbH	11K15
47186	TLN Trade Company GmbH	13A16
48118	TMS Tailor-made studios International BV	11A22
44104	TM Trend Moden GmbH	10E15/10E19
41783	TOKAI EUROPE GMBH	11L32
44327	TOPICO Handels-GmbH & Co. KG	11C04/11D11
46918	TOPKAPI TESSUTI S.r.l	10E10
46818	Trade only Ltd.	12M04/12N11 BPMA
47802	Transporting-Ideas GmbH	13H05
46832	K.Z.W.P. Trefl-Kraków Sp. z o.o.	9B40
48336	TRENDBAGZ GmbH	11K16
44970	TRIGON Deutschland GmbH (ehemals SEMO Deutschland GmbH)	12G40
47228	Trigon Tekstil San.Ve Dis Ticaret Ltd.Sti.	9C02
47969	Trivtec GmbH	13B08
40846	Heinz Tröber GmbH & Co. KG	10E01
46311	TROIKA Germany GmbH	11D76/11F75
46615	Arnaud Bizac S.A. La Truffe Cendrée	10H26/10K27b
48398	Tryumf Sp. z.o.o.	13B13
46265	TS COM'PACK	11B44/11C43
47501	T-SHIRTS 4U s.r.o.	10A62
43722	TÜRMAK Makina Sanayi ve Ticaret A.S.	9K17
47600	Turkuaz Medikal Kozmetik ve Dis Ticaret Ltd. Sti.	11F73
50289	TVP Textilveredlung & Promotion Verlagshaus Gruber GmbH	9N24
45550	Walter Twistel GmbH & Co. KG	10D32/10E41a

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
47795	UC United Competence GmbH	9K42/9L41
50972	Ulrike Bittenbinder / plan-B-office	13A12a
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	12B22/12D25
48084	The Umbrella Company Ltd.	10F72a
47548	Uniform Accessoires Bohemia, s.r.o.	9D13
43856	Unilight B.V.	11F02/11H01
48391	United Animals Trade	13B17
45036	United International B.V.	12B29
47935	United Laboratory Group GmbH	13B19
44597	UNIVERSAL S.p.A.	9C31
46365	Üretici Plastik Ltd Sti.	11F76
46257	Usar Dis Ticaret Ltd. Sti. - Info United -	10H15
46516	USB-FlashDrive.com Product Expectations Ltd.	9N27
47527	Erich Utsch AG Kennzeichnungs- und Registrierungs-Systeme	12N46
42161	VAERST UHREN Inh. Marc Vaerst e.K.	9M50
46964	Van der Basch BV	11G12
47725	Van der Meulen	11B64
47000	VELA Promotion GmbH & Co. KG	11M43
42941	Venceremos GmbH Hersteller von Papierartikeln	11B34/11C33
47448	Vermod K.H. Schieber	9N31
42570	Viborg Ballon A/S	9D05
41801	Paul A. Henckels Nachf. GmbH & Co. KG VICTORINOX	11A04/11C11a
44281	VICTORINOX AG	11A04/11C11
43672	Village Cosmetics GmbH & Co KG Abt. Sonderproduktion	9L31
47724	Villeroy + Boch AG Promotions + Incentives	11H34/11K33
47555	Vim Solution GmbH	9C23
47869	VINYA NV	11M65
47241	Viola Folienverarbeitung GmbH	9N18
46622	Viva-Plus Joanna Kowalczyk	9F17
48196	VKF Spritzgusstechnik GmbH	11L52
44685	WAGUS GmbH	9A43
43820	Walomo SAS	9G52
40753	WALTER Medien GmbH Kalenderverlag	11L75
41594	Walz GmbH & Co.KG	12B40
40588	Weidner GmbH	11H16
44546	KV&H Verlag GmbH Harenberg · Heye · Weingarten	12D54
42104	Wellness-Promotion GmbH & Co. KG	12D45
41898	Wenger S.A. Messerfabrik	10G42
48293	Wen Global Solutions	12L46
48078	Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co. KG	10B15
47968	Werbekonfekt GmbH	9C40
50971	WERTOBJEKTE.COM LTP Litschka Toys & Premiums GmbH & Co. KG	9E45
48373	Westland GmbH	11E54
48375	Wieneke LASERGRAVUR GmbH	11M63
41253	Wild design GmbH	12A09
40450	E. Wilhelm GmbH	10D21
47688	WILK ELEKTRONIK S.A.	11K63
42955	WIL Langenberg GmbH	11H04/11H12
40653	Michael Wills	9O37
42713	Poul Willumsen A/S	9E50/9F49
48066	WIN BENELUX BV MAKITO	11H02
47936	Winning Moves Deutschland GmbH	11K20
50954	Wirtschaftskammer Österreich	12H11/12H13
42394	WÖRTHER GmbH Manufactur von Schreibgeräten	10A45
50974	WOLF Innovative Produkte	H13
46914	WORLDCONNECT AG	12H14
48342	WPERRE srl	10B63
48382	Wunschhonig e.K. Robert Schuder	13B15a
42772	XINDAO B.V.	12D04/12G11
48187	Yob Golf Limited Company	10F72
41823	Zettler Kalender GmbH	11L51
43702	Zilverstad Holland B.V.	12L04
44066	Zippo GmbH	10K04
47457	German's Best Werbezucker und mehr GmbH Zuckermaier	12D53
44323	Zweibrüder Optoelectronics GmbH & Co. KG	10K41

Stand: 13. Oktober 2011

BIS 13. DEZEMBER 2011

PERSÖNLICHE PRODUKTBERATUNG BIS 18 UHR

Für die Vorweihnachtszeit hat das Product Sourcing-Team einen „langen Donnerstag" eingeführt. Seit dem 13. Oktober können PSI Mitglieder donnerstags bis 18 Uhr von der umfassenden, professionellen und persönlichen Produktberatung des PSI profitieren. Mit der verlängerten Telefonzeit will man den verstärkten Anfragen im Weihnachtsgeschäft gerecht werden. An den übrigen Wochentagen kann die Hotline unverändert von 8.30 bis 16.30 Uhr angewählt werden. Die Abteilung Product Sourcing erfüllt einen der wichtigsten Services des PSI. Auf der Suche nach bestimmten Werbeartikeln gibt das Product Sourcing-Team den Mitgliedern kompetente Hilfe, egal ob direkt am Telefon oder per Online-Produktanfrage. Das Team vermittelt schnell die neuesten Produkte und die passenden Lieferanten. So hilft dieser für PSI Mitglieder kostenlose Service vor allem auch, wertvolle Zeit zu sparen. Interessierte erreichen das Product Sourcing-Team unter der Telefonnummer: +49 (0)211 90191-333. <

PSI NIGHT, 11. JANUAR 2012

PARTY POWER ZUM 50-JÄHRIGEN JUBILÄUM

Im kommenden Jahr begeht die PSI Messe ihr 50-jähriges Jubiläum. Gefeiert wird der Messegeburtstag am 11. Januar 2012 auf der PSI Night in der Düsseldorfer Nachtresidenz. Wer mit dabei ist, kann sich auf eine tolle Party freuen. Für gute Stimmung auf der Tanzfläche sorgen ein DJ und eine Live-Band. Highlight des Abends ist die Preisverleihung der PSI – Campaign of the Year. Ausgezeichnet werden Marketingkampagnen, die kreativ und erfolgreich einen Werbeartikel eingesetzt haben. Zudem vergibt PSI erstmals den PSI Erfinderpreis „Genius Award" für das innovativste Produkt der Jubiläumsmesse. Natürlich bleibt Besuchern des Events auch diesmal ausreichend Zeit für Talk und Networking. Das Kaminzimmer der Nachtresidenz Düsseldorf bietet Gelegenheit für Gespräche in ruhiger Atmosphäre. Los geht's ab 21 Uhr. Der Eintritt ist kostenlos, aufgrund des Platzangebots ist die Teilnehmerzahl aber begrenzt. Eine vorherige Anmeldung ist daher für Besucher über das Online-Tickettool und für Aussteller über das Online-Servicehandbuch erforderlich. <

AUSSTELLER-SERVICE 50. PSI 2012

ONLINE SERVICE CENTER ERLEICHTERT MESSEORGANISATION

Aussteller der 50. PSI 2012 können erstmals alle Service-Leistungen zur Jubiläumsmesse online buchen. Möglich macht es das neu eingerichtete Service Center unter *www.psi-messe.com/servicecenter*. Hier können ausstellende Unternehmen ihren Messeauftritt einfach und bequem organisieren. Welche Funktionen hält das Tool bereit? Unter dem Button „Katalogtool" haben Lieferanten die Möglichkeit, ihren Aussteller-Eintrag im offiziellen Messekatalog sowie ihr Profil in der Ausstellerliste zur 50. PSI Messe 2012 zu bearbeiten. Wer den Button „Servicetool" wählt, gelangt zu den Bereichen Marketing, Organisation, Technik und Standbau. Hier können unter anderem die Marketingleistungen für die 50. PSI 2012 gebucht werden, zu denen beispielsweise die Smart Services, Mailings oder Anzeigenwerbung im PSI Journal gehören. Schauen Sie doch einfach mal im Online Service Center vorbei. Es lohnt sich. <

Inserentenverzeichnis/Index of advertisers:

PSI Nr.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
48055	ACARGRUP Pazarlama Dis. Ticaret A.S.	081
42299	Adamo Design GmbH	041
44329	aditan GmbH	059
41169	Spielkartenfabrik Altenburg GmbH	045
47399	AMIGO Spiel + Freizeit GmbH	045
45495	Art di Como Design GmbH	065
45202	BAGS BY RIEDLE	007
48159	Beutler Verpackungssysteme GmbH	037
48274	Brecht Profashion GmbH	037
49043	BWG	105
	Chiffre 20111101	115
45619	Clipy / Artur Begin, S.L.	023
41421	Coolike Regnery GmbH	037
45081	CREAS Vertriebs-GmbH	079
48147	Druckagentur Hand + Fuß e.K.	085
44127	Elektronica SM-Handels GmbH	011
47128	E.T. Technologies Deutschland GmbH	079
41857	EUROSTYLE- Emil Kreher GmbH & Co.KG	045
44457	e!xact	079
	Expo Reclam	089
47628	Framsohn Frottier GmbH	043
45737	Giving Europe B.V.	075
48086	GlowFactory	101
46235	Herka GmbH	033
42919	Siegfried Hintz - MAG-LITE	U3
44659	INFOPLUS Blindow	063
42907	Inspirion GmbH	027
44212	iSi Deutschland GmbH	047
47696	Jamara e.K.	003
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	U4

PSI Nr.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
47464	Karlowsky Fashion GmbH	033
46131	KHK GmbH	071
48388	lifestyle + promo it	101
47400	LTP Litschka Toys & Premiums	085
42020	MBW Vertriebsges. mbH	002
48219	Memory-Clip	085
46786	Merkel GmbH	101
40641	Mid Ocean Brands B.V.	005
40637	Plastoria	039
42233	Carl Poellath GmbH & Co. KG	079
43417	prodir GmbH	001
42634	PRUNER Marketing Services GmbH	025
	PSI Niederlassung der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	028, 035, 036, 040, 042, 046, 070, 074, 078, 082
47182	Reisenthel Accossoires	077
45612	Remarkable	037
48319	same same but Different GmbH	099
40529	Gustav Selter GmbH	103
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	021
46325	Slodkie Upominki	067
42435	SNAP-Sportswear GmbH	083
48323	Software Partner	073
45328	Stilolinea Srl	031
47912	SWAROVSKI (DEUTSCHLAND) GMBH	115
48118	TMS Tailor-made studios International BV	101
44186	team-d Import Export	045
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	009
42394	WÖRTHER GmbH	29, 69
44323	Zweibrüder Optoelectronics GmbH	U2

TUE GUTES ...

Und spreche darüber. Neue Produkte, neue Mitarbeiter, positive Entwicklungen, was man Gutes für die Kunden und die Menschheit tut, kurzum: alles, was sich lohnt, es nach außen zu kommunizieren. Dies ist ein wesentlicher Teil der Marketingkommunikation und damit Bestandteil der Vertriebsarbeit in den Unternehmen.

Dabei spielen die sogenannten Pressemitteilungen eine wichtige Rolle, die von den Presseabteilungen oder Presseverantwortlichen der Unternehmen regelmäßig verfasst werden, um Journalisten über Ereignisse, Ergebnisse oder Produkte zu informieren und somit ihre Informationen reichweitenstark, kostengünstig und redaktionsneutral in den Medien zu kommunizieren.

Pressearbeit ist ein starkes Instrument um Image positiv zu beeinflussen und den Absatz eines Unternehmens zu fördern. Zugegeben, nicht jeder hat eine eigene Presseabteilung oder kann sich eine Agentur dafür leisten. Pressemitteilungen zu verfassen ist aber auch keine Hexerei und erlernbar. Und vor allem: PR lohnt sich!

Dies zeigen uns auch Beispiele aus anderen Branchen: Ich habe auf einem Kongress den Kommunikationschef eines mittelständischen Maschinenbauers kennen gelernt. Mit 35 Mitarbeitern hat er eine beeindruckende Abteilung. Dort werden allerdings nicht nur Pressetexte verfasst. Aus dieser Abteilung werden sämtliche Social-Media-Plattformen bedient, von Facebook bis zu YouTube. Klares Kommunikationsziel: Imagebildung und Leadgenerierung. Die Abrufzahlen belegen, dass diese Tools gut genutzt werden.

Hier stellt sich die Frage, wie wir in der Werbeartikelbranche kommunizieren, und dabei sollten wir sehr selbstkritisch sein. Auch wir stehen immer wieder vor der Frage, ob wir zu wenig, zu viel oder falsch kommunizieren. In der Verbandsarbeit ist die Frage ebenso kritisch zu stellen. Es sind wenige Verbände in Europa, von denen man behaupten kann, dass sie ausreichend über ihre Arbeit informieren. Obwohl es durchaus Positives zu berichten gäbe.

Wie sieht es bei den Unternehmen unserer Branche aus? Hier muss man nur einmal mit den Redaktionen der Fachzeitschriften sprechen. In anderen Branchen, beispielsweise in der Informationstechnologie, werden die Redaktionen mit Pressemitteilungen geradezu erschlagen. In der Werbeartikelbranche mit ihren vielfältigen Produktkategorien und vorzeigefähigen Unternehmen gehört PR-Arbeit aber offenbar nicht zum täglichen Brot. Hier gibt es keine Bringschuld, hier hat der Redakteur die Holschuld. Das ist nicht nachvollziehbar – wir sind doch in der Marketingbranche!

Es gibt sie aber, die Unternehmen, die erfolgreicher sind als andere: Kommunizieren sie mehr und besser? Es sind die Werbeartikelhändler und -hersteller, die Gutes tun und darüber sprechen! <

» Pressearbeit ist ein starkes Instrument, um Image positiv zu beeinflussen und den Absatz eines Unternehmens zu fördern. «

Es grüßt Sie

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

Geschäftsführer/in
Werbeartikel

Als mittelständisches Handelsunternehmen mit Sitz in einer süddeutschen Großstadt sind wir seit über 20 Jahren am Markt. Mit unserem Produktportfolio gehören wir in einem Spezialsegment der Werbeartikel zu den führenden Anbietern in der Region D-A-CH. Basis dieser langjährigen, erfolgreichen Entwicklung bilden die ausgesprochen qualifizierten und hochmotivierten Mitarbeiter in Kombination mit einer stringenten Kundenorientierung sowie die kontinuierlich optimierten Geschäftsprozesse in Richtung Kunden und Lieferanten.
Der derzeitige Geschäftsführer der GmbH scheidet altersbedingt mittelfristig aus, wir suchen daher eine(n) entsprechend qualifizierte(n) Nachfolger(in).

Die unternehmerische Verantwortung umfasst:
- Steuern des operativen Tagesgeschäftes
- Pflege der Beziehungen zu Schlüsselkunden und Lieferanten
- Permanentes Anpassen der Organisation insbesondere der Geschäftsprozesse an die Marktbedingungen
- Führen, Betreuen und Entwickeln der 15 Mitarbeiter
- konstruktive Zusammenarbeit mit dem Gesellschafter

Von den Bewerberinnen und Bewerbern erwarten wir
- fundierte Kenntnisse des Werbeartikelmarktes
- mehrjährige Erfahrung als Führungskraft mit vertrieblichem Schwerpunkt, in mittelständischen Unternehmen ähnlicher Größenordnung
- ein sehr hohes Maß an Kunden- bzw. Serviceorientierung
- ausgeprägte soziale Fähigkeiten zur Führung der sehr engagierten und motivierten Mitarbeiter

Der Wechsel in der Geschäftsführung wird mit der notwendigen Umsicht und Sensibilität gestaltet werden, dazu gehört u.a. auch eine entsprechende Einarbeitung sowie die systematische Einführung in das Umfeld des Unternehmens (Kunden, Lieferanten, Banken, WP etc.). Mittelfristig ist auch eine Beteiligung am Unternehmen angedacht.

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen unter Chiffre 20111101 an unten stehende Adresse.
Wir werden uns umgehend mit Ihnen in Verbindung setzen.

PSI - Promotional Product Service Institute
Niederlassung der Reed Exhibitions
Deutschland GmbH
Chiffre 20111101
Völklinger Straße 4
D-40219 Düsseldorf

Als weltweit führender Hersteller von präzise geschliffenen Kristallen steht **SWAROVSKI** seit 1895 für innovatives, aber auch klassisches Design sowie für höchste Qualität. Unsere Produktpalette umfasst neben Schmuckstücken, die von den Kollektionen der internationalen Modemacher inspiriert sind, auch zeitlosen Kristallschmuck sowie extravagante Designerstücke, Accessoires und Uhren.

Um unsere anspruchsvollen Umsatz- und Qualitätsziele weiterhin gewährleisten zu können, suchen wir eine überzeugende Persönlichkeit als

Corporate Gift Sales Manager (m/w) - Home Office

Ihre Aufgaben

- In Ihrer Funktion haben Sie Umsatz- und Ergebnisverantwortung für das B2B-Geschäft mit unseren Partnern im gehobenen Segment für Kundenpräsente, Awards und Incentives in ganz Deutschland. Sie berichten direkt an den Multibrand Retail Manager der SWAROVSKI Deutschland GmbH.
- Sie entwickeln und etablieren enge Beziehungen zu unseren wichtigsten Kunden und Partnern und können dabei auf bestehende Geschäftsbeziehungen zurück greifen. Darüber hinaus erkennen Sie Geschäftspotenziale und richten Ihre Aktivitäten zur Zielerreichung effektiv aus.
- Dabei liegt Ihr Fokus auf dem beratenden Verkauf. Mit Kreativität und Überzeugungskraft wählen Sie die richtigen Produkte aus und arbeiten in diesem Zusammenhang eng mit unserem Produktmarketing zusammen.
- Die Entwicklung und Umsetzung zentraler Retail-Marketingstrategien sowie die Steigerung des Markenbewusstseins und -images im B2B-Geschäft bilden den Kern Ihrer Aufgabe.

Die Anforderungen

- Sie haben ein betriebswirtschaftliches Studium oder eine vergleichbare Ausbildung abgeschlossen und verfügen über mehrere Jahre Berufserfahrung im Corporate Gift Business.
- Dabei verfügen Sie über persönliche Kontakte bei potenziellen B2B Kunden und sind in der Lage strategische Vorgaben in operatives Handeln umzusetzen. Dies wird unterstützt durch Ihre kosten- und ergebnisorientierte Denkweise.
- Ihre Karriere hat sich im B2B-Bereich, im Idealfall im Umgang mit gehobenen Markenartikeln im Fashionbereich, entwickelt.
- Sie bringen gute Fähigkeiten in der Kommunikation, auch in englischer Sprache, der gängigen MS Office Software sowie eine hohe Reisebereitschaft im gesamten Bundesgebiet mit.
- Ihre Kontaktstärke, Eigenmotivation, Kreativität und beratende Fähigkeiten versetzen Sie in die Lage den Brand SWAROVSKI zu leben und unseren Geschäftspartnern mit Überzeugung nahe zu bringen.

Unser Angebot

- Wir bieten Ihnen eine anspruchsvolle Vertriebsaufgabe in einem wachstumsstarken, familiengeführten Unternehmen.
- Die Aufgabe ist eine Schlüsselfunktion für unsere B2B-Verkaufsorganisation, mit allen notwendigen Freiheiten ausgestattet, und bietet die Möglichkeit zu eigenverantwortlichem, kreativem und unternehmerischem Handeln.
- Sowohl in Deutschland als auch im internationalen Umfeld der SWAROVSKI Gruppe können sich weitere Karriereoptionen ergeben.
- Die Dotierung der Position ist vom persönlichen Erfolg abhängig und der Verantwortung entsprechend attraktiv.
- Weitere überzeugende Rahmenbedingungen, die Home Office-Ausstattung und ein Firmenfahrzeug (auch zur privaten Nutzung) runden unser Angebot ab.

Spricht Sie diese Herausforderung an?

Dann freuen wir uns darauf, Sie kennen zu lernen. Bitte senden Sie Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen (Lebenslauf in deutsch und/oder englisch sowie ein Anschreiben) per E-Mail an **munich.de@mercuriurval.com** unter Angabe der Kennziffer **DE-06887-2488**. Bitte beachten Sie, dass wir im ersten Schritt noch keine Zeugnisse oder Referenzen benötigen.

Für erste Fragen steht Ihnen **Frau Teresa Fohringer** unter der Telefonnummer **089 / 769 000-22** gerne zur Verfügung. Vertraulichkeit sichern wir Ihnen selbstverständlich zu!
Weitere Informationen finden Sie auch unter www.swarovski.com

Mercuri Urval GmbH, Management Consulting, Boschetsrieder Str. 69, 81379 München

Mercuri Urval

DIE DO-IT-YOURSELF-WELLE

Stricken, Bauen und Basteln - Selbermachen ist angesagt. Und das nun schon seit geraumer Zeit. Der Wunsch nach Selbstverwirklichung treibt viele Tüftler und Bastler an. Denn mit dem eigenen Werk beweist man Talent, sich selbst und seinen Mitmenschen gegenüber. Für die Heimwerker bietet die Branche das richtige Zubehör. Von Gartengeräten bis hin zu Profi-Werkzeug – mit den Produkten der Branche sind Bastler und Tüftler bestens ausgestattet. Neben den Werbeartikeln aus der Kategorie „Werkzeug und Do-It-Yourself" präsentiert der Product Guide der Dezember-Ausgabe Trendprodukte und Klassiker.

Bitte denken Sie schon jetzt an unser Titelthema der Januar-Ausgabe „Messeneuheiten" und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 7. November 2011 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechemer@edit-line.de. <

DIE WELT DES STEMPELNS UND SCHREIBENS

Das Schwarzwälder Traditionsunternehmen heri kann in diesem Jahr auf stolze 50 Jahre Stabilität zurückblicken. Was 1961 als Ein-Mann-Betrieb in einem zweckentfremdeten Hühnerstall begann, beschäftigt heute hoch motivierte Mitarbeiter und ist als Marke rund um den Globus bekannt. Mehr zur Geschichte und den hochwertigen Produkten der heri Geräte-Produktions GmbH lesen Sie in der Dezember-Ausgabe des PSI Journals. <

KUNDEN BINDEN MIT PRÄZISIONSMODELLEN

Das Remscheider Unternehmen LTP Litschka Toys & Premiums GmbH & Co. KG beliefert seit über 20 Jahren als Hersteller von Miniaturspielzeugen weltweit Kunden aus der Lebensmittel- und Konsumgüterindustrie. Seit einiger Zeit setzt man auch auf die Werbeartikelbranche als Partner „Tell me and I hear, show me and I see, let me feel and I will understand!", so umreißt Geschäftsführer Stefan B. Litschka den Sinn und Nutzen haptischer Werbemittel. <

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

Chef vom Dienst: Martin Höchemer

Objektleitung: Anja Späker

Anzeigenleitung: Philipp Brück

Postleitzahlen: 0,1,2,9 / Regionen: Asien, Ozeanien, Südostasien, Österreich:
Simon Kibat, Tel.: +49 211 90191-192
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

www.maglite.de

MAG-LITE®
DAS ORIGINAL

Solitaire® & Messer 5-teilig

MAG-LITE® Tool- und Messersets im Etui inklusive Batterien

LED XL100™ & Messer 5-teilig

NEU! Messersets mit C-/und D-Cell im Geschenkkarton inklusive Batterien

3 D-Cell & Messer 8-teilig

In vielen Kombinationen - auch mit LED

MAG-LED® Technology

LED XL100™

LED Mini Maglite® 2AAMultimode

Mit Glühlampe

Solitaire®

Mini Maglite® AAA

Mini Maglite® AA

MAG-LITE® Generalimporteur und Alleinvertrieb:

hintz

Firma Siegfried Hintz
Paul-Friedländer-Straße 6 · D-65203 Wiesbaden
Telefon +49-(0)611-186890
Fax +49-(0)611-65014
www.s-hintz.de

Telefon +43-1-9087067 · Fax +43-1-9087068
(außer LEATHERMAN®)

TRADENET

TradeNet AG
Feldmoosstraße 49 · CH-8853 Lachen
Tel. +41-55-451 5434 · Fax +41-55-451 5435
www.tradenet.ch

Tel./Fax +421-48-4161407
www.tradenet.sk

Tel. +420-220-612330 · Fax. +420-220-612329
www.tradenetsro.cz

Die charakteristischen Formen, der Stil und das Gesamterscheinungsbild aller MAG-LITE® Leuchten sowie die umlaufenden Beschriftungen am Kopf aller MAG-LITE® Leuchten sind Marken von Mag Instrument, Inc. Die umlaufende Beschriftung am Kopf jeder Leuchte besagt, dass sie eine Original-Leuchte des MAG-LITE® Leuchtensortiments ist. ©2003 MAG INSTRUMENT, INC., 2001 South Hellman Avenue, Ontario, California USA 91761-10831635, Tel. 01 (909) 947-1006. www.maglite.com

Gratis Muster unter media@jung-europe.de

Weihnachtsbotschafter

exklusiv bei JUNG!

Neuheiten 2011

Gubor
FEINSTES ARS SCHOKOLADE
SILBERNUSS
Pralinés

Gubor Silbernuss in
Box oder Banderole

Bahlsen Genuss Momente

Gubor Nikolaus

Ritter SPORT Mini

Premium-Box mit Flock und
Schoko-Weihnachtsmännern

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

JUNG BONBONFABRIK