

➤ **PS1**

POWER FOR PROFESSIONALS
Internationales Magazin
für Werbeartikel
FEBRUAR 2012
51. Jahrgang

JOURNAL



**Angelika Neiber
Penta**
„Ich möchte
etwas bewirken“



**Astrid de Boer
Riverside**
Werbemittelideen,
die bewegen

50. PSI 2012
Fakten und Impressionen

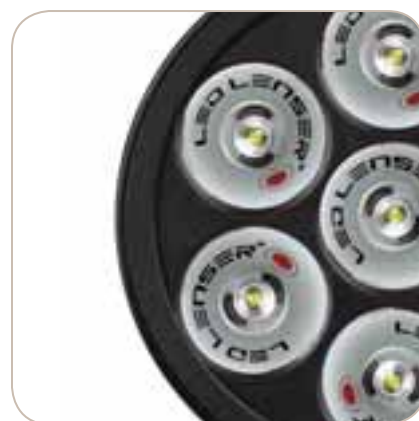
Werbeartikel-Guide
Hobby, Handwerk,
Grillen, Frühlingserwachen

**BWL / EPPA-Konjunktur-
umfrage**
Gedämpfte Erwartungen

iSi Deutschland GmbH
Küchenzubehör
mit Markenstatus



MARKENPIRATERIE IN CHINA
DURCHSETZUNG
VON MARKENRECHTEN



Zwei starke Marken unter einem Dach

Gerne senden wir Ihnen unseren neuen Katalog zu.

EDITORIAL

SCHRITTE NACH VORNE

Mit einer sehr guten PSI hat das Jahr 2012 gut angefangen. Die ersten Monate des Jahres 2012 werden damit zugebracht werden, Eindrücke und Aufträge der PSI zu bearbeiten. Ob die Wirtschaft europaweit so intakt ist, dass sie die tollen Werbeartikel der PSI auch aufnehmen kann, das wird sich zeigen. Die Chancen dafür stehen nicht schlecht. In Frankreich und Deutschland wird das Wachstum zwar schmelzen, aber von Stagnation kann nicht die Rede sein. Länder wie Italien und Spanien sollten wieder Tritt fassen, wenn sie aus den Euro-Schlagzeilen raus sind. Wobei man von Insidern hört, dass die Wirtschaften dieser Länder Systemschäden haben, die nicht so schnell überwunden sein dürften. Generell hat sich der Himmel über Europa aber etwas aufgehellt.

Und die Werbeartikelwirtschaft arbeitet auch an sich selbst, versucht permanent, ihre Chancen im Wettbewerb mit anderen Werbe-Tools zu verbessern. In Deutschland haben sich PSI und Verbände auf einen Ehrenkodex verständigt, den schon weit über 300 Mitglieder unterschrieben haben. Sicher ist ein Ehrenkodex zunächst ein erster Schritt, aber es ist ein Schritt in die richtige Richtung. Die EPPA geht diesen Weg auf europäischer Ebene ebenfalls und weil man letztlich gemeinsam und abgestimmt handeln will, wird 2012 zu einem sehr wichtigen Jahr werden.

Einen großen Schritt nach vorne hat man auch getan, indem die erste wissenschaftlich fundierte Wirkungsstudie des Werbeartikels auf der PSI vorgestellt wurde (ausführlicher Bericht in der nächsten Ausgabe). Auf so überzeugende Art ist die große Wirkung dieses Werbeinstruments noch nie präsentiert worden – und das von einem der renommiertesten Institute. Die Ergebnisse dieser Studie sind für Mitglieder in Verbänden und im PSI schlagkräftige Argumente im Wettbewerb mit anderen Werbemitteln – auch im Wettbewerb mit Kollegen, die nicht organisiert sind. Und wichtig ist, dass diese Ergebnisse sich nicht auf den Markt eines europäischen Landes einschränken lassen. Sie sind in ihren Grundaussagen gültig für ganz Europa, vielleicht sogar für Marketingleute aus der ganzen Welt.

Wir müssen aber in einem wichtigen Punkt noch mehr nach vorne gehen: Wir müssen in allen Ländern Europas Politik und Wirtschaft klarmachen, wie wichtig der Werbeartikel ist. Compliance-Regeln dürfen nicht dazu führen, dass man einem hochwirksamen Werbetool den Garaus macht. Denn schon gibt es die ersten Firmen, die ihren Mitarbeitern die Annahme jedes Werbeartikels verbieten – auch die eines gebrandeten Kugelschreibers. Das müssen wir verhindern.

In diesem Sinne alles Gute



Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal



Manfred Schlösser



Neu
und
mutig.

Halt dich an
soliden Dingen fest.
ES2, der erste
Kugelschreiber mit
Metallclip besticht
durch transparente
Neonfarben.

ES2



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 | Telefon +41 (91) 9 35 55 55
www.prodir.com



SNAP
Sportswear

erweitert die
Produktpalette!

Ab 2012

führen wir auch die Marke



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

HANDLICHE BOTSCHAFTEN

30

Die zweite Ausgabe in diesem Jahr haben wir den Produkten gewidmet, die den Arbeitsalltag erleichtern oder bei Freizeitaktivitäten gern zur Hand genommen werden. Für sie gilt im besonderen Maße: Qualität gepaart mit adäquatem Design wirkt bestens. Machen Sie sich selbst ein Bild von den werblichen Dauerbrennern, die durch Produktideen zum Thema „Frühlingserwachen“ ergänzt werden.



TRENDS & BRANDS	Die Welt der Melodien	4
	Kleider machen Leute	6
MESSE AKTUELL	Die Leitmesse der Branche feierte runden Geburtstag	8
FOKUS	Markenpiraterie: Durchsetzung von Markenrechten in China	20
JOURNAL	Nachrichten aus Wirtschaft, Politik und Business	26
HOBBY, HANDWERK, GRILLEN	Handliche Botschaften	30
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	52
	„Welcome Home“-Tour 2011: Ein Blick hinter die Kulissen	58
	Konjunkturumfrage Herbst 2011: Gedämpfte Erwartungen	62
FRÜHLINGSERWACHEN	Blütenfrische Produkte	64
UNTERNEHMEN	Riverside GmbH & Co. KG: Werbemittel, die bewegen	84
	10 Jahre Soccer First Nürnberg: Innovationskraft im Rollen	88
	iSi Deutschland GmbH: Küchenzubehör mit Markenstatus	90
	Stickerei S. K. Kimmich: Umfirmierung und neues Design	92
PORTRAIT	Angelika Neiber: „Ich möchte etwas bewirken“	94
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	98
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	108
MEINUNG		110
IMPRESSUM		112

PSI MESSE FEIERTE RUNDEN GEBURTSTAG

8



Vor 50 Jahren öffnete die erste PSI Messe ihre Tore. Sie galt damals noch als Experiment mit ungewissem Ausgang. Doch in nur wenigen Jahren avancierte sie zu Europas Werbeartikelmesse Nummer eins. Ihre Ausnahmestellung unterstrich die Produktschau auch in diesem Jahr. Ein neuer Ausstellerrekord, innovative Produktideen von Erfindern und viele neue Services ließen die PSI Messe zu einem besonderen Event werden. Wir haben Eindrücke der 50. PSI 2012 für Sie festgehalten.

KONJUNKTURUMFRAGE: GEDÄMPFTE ERWARTUNGEN

62



Die jüngste Auflage der vom Bundesverband Werbeartikelhersteller (BWL) in Auftrag gegebenen Konjunkturumfrage spiegelt die momentane wirtschaftliche Situation und den zu erwartenden Konjunkturverlauf wider: Noch wird die Geschäftslage von Lieferanten wie Händlern positiv wahrgenommen, jedoch beurteilen beide Gruppen die zukünftige Entwicklung sehr zurückhaltend.

RIVERSIDE: WERBEMITTEL, DIE BEWEGEN

84



Seit fünf Jahren vertreibt Riverside als Partner des Werbemittelhandels Produkte für Sport, Fitness und Wellness. Die Spezialisierung auf diese zeitgemäßen Bereiche entspricht der Grundintention des Unternehmens: Werbeartikel zu bieten, die gleichzeitig wirken und etwas bewirken.

ANGELIKA NEIBER: „ICH MÖCHTE ETWAS BEWIRKEN“

94



Allein Produkte zu verkaufen, war Angelika Neiber von Anfang an nicht genug. So hat sie mit Penta in den vergangenen 15 Jahren ein Unternehmen aufgebaut, das dem Kunden ein breites Leistungsportfolio zur Pflege seiner Geschäftsbeziehungen bietet. Inzwischen hat sie sich auf den Bereich kundenorientiertes Prämienmarketing spezialisiert und ist mit maßgeschneiderten Prämiensystemen erfolgreich. Mit einem eigenen Konzept für Bonusprogramme auf Punktbasis mit angeschlossenen Webshops geht Neiber neue Wege und überzeugt damit mehr und mehr Kunden.



Frische Ideen in Plüsch!

Wählen Sie Ihre Favoriten aus mehr als 500 SEMO-Plüschtieren!



Promotion!

Sonderanfertigungen für Promotion, Maskottchen etc. – nach ihren Wünschen!

Besuchen Sie uns auf der PSI, wir freuen uns auf Sie:

PSI
11.-13. Jan. 2012
Halle 12 G40



TRIGON Deutschland GmbH

Kränkelsweg 28 · D - 41748 Viersen

Tel. 0 21 62 - 53 00 8-0 · Fax 0 21 62 - 53 00 8-20

E-mail: info@semo.de · www.semo.de



WASSERFESTE DESIGN-RADIOS

Lexon S.A.

PSI-Nr.: 45457

www.lexon-design.com

EINGÄNGIGE MELODIEN ZUM WOHLFÜHLEN

BRISA Entertainment GmbH

PSI-Nr.: 47749

www.brisa.com



TRENDIGE ON-EAR-KOPFHÖRER

Software Partner, Datenmedien-Service
und Vertriebs GmbH

PSI-Nr.: 48323

www.software-partner.de



DIE WELT DER MELODIEN

Ein Tanzkurs ohne Musik? Ein gemütlicher Abend ohne Bach und Co.? Für viele ist das unvorstellbar. Musik ist Teil ihres Alltags. Zu Jazz, Pop und Rockmusik wird gesungen, getanzt und gelacht. Der Volksmund weiß schon lange, warum Menschen so gerne zu Musik greifen. „Mit Musik geht alles leichter“, heißt es. Und tatsächlich haben Melodien und Rhythmen einen positiven Einfluss auf unser Gefühlsleben. Das hat der Psychologe Marcel Zentner in unterschiedlichen Studien belegen können. Doch nicht jede Musikart beeinflusst die Stimmung in gleicher Weise. So hat klassische Musik im Vergleich zu Jazz, Rock/Pop, Techno und Latino/Salsa das größte Potenzial, besänftigende, meditative und sehsüchtige Gefühlszustände auszulösen. Menschen, die sich durch Musik in einen aktivierenden und euphorischen Gefühlszustand versetzen lassen wollen, sind dagegen gut mit Techno und lateinamerikanischer Musik beraten. Für die stimmungsvollen Momente des Tages bietet die Branche eine breite Auswahl an attraktiven Produkten.

JAMES &
NICHOLSON

FASHION TUNES

NEW

Besuchen Sie uns in Stuttgart!

TecStyle
Visions TV

2. bis 4. Februar 2012
Halle 6, Stand 6A16

agentur-kleiderwetter.de



FLEECE

Die super-flauschige **Ladies' Structure Fleece Hoody (JN 563)** darf in keinem gut sortierten Kleiderschrank fehlen. Die modische Highloft-Fleece-Jacke überzeugt durch sehr angenehmen Tragekomfort dank pflegeleichtem Anti-Pilling Highloft-Fleece. Kontrastfarbige Einfassbänder an Saum, Ärmeln und Kapuze sorgen für noch mehr Pep. Mehr Fleece Highlights zum reinkuscheln in unserem **Compendium 2012** ab Seite 36.

**MODISCHE KRAWATTEN**

Club Crawatte Crefeld

PSI-Nr.: 43606

www.club-crawatte.de

**KLASSISCHE STRICKWAREN
MIT DEM GEWISSEN ETWAS**

Clipper A/S

PSI-Nr.: 46153

www.clippercorporatewear.dk

**STYLISCHE CAP**

Gustav Daiber GmbH

PSI-Nr. 42819

www.daiber.de

STILVOLLE KLEIDUNG FÜR DEN MANN

Gustav Daiber GmbH

PSI-Nr.: 42819

www.daiber.de

KLEIDER MACHEN LEUTE

Immer gut aussehen. Ein Wunsch, der uns nie ruhen lässt und der Modeindustrie Rekordumsätze bringt. Jahr für Jahr wartet die Textilwirtschaft mit neuen Kollektionen auf, um die Nachfrage nach frischen Stoffen und Farben zu erfüllen. Längst schon wird nur noch ein Bruchteil der Kleidungsstücke in Deutschland produziert. Dagegen liest man den Aufdruck „Made in China“ auf immer mehr Etiketten von T-Shirts, Hemden und Hosen. Doch das Land der Mitte scheint als Lieferant für Bekleidung zunehmend an Bedeutung zu verlieren. Mehr und mehr Modeunternehmen verlagern ihre Produktion nach Bangladesch, so das Ergebnis einer aktuellen Studie der Unternehmensberatung McKinsey & Company. Für die Untersuchung wurden Einkaufschefs in Europa und den USA befragt. Ihrer Meinung nach ist Bangladesch eine der wichtigsten Alternativen zum Produktionsstandort China: 86 Prozent der Befragten gaben in der Studie an, in den kommenden fünf Jahren einen Teil ihres Bekleidungseinkaufs aus China in andere asiatische Länder verlagern zu wollen. Als Gewinner werde vor allem Bangladesch aus dieser Entwicklung hervorgehen, gefolgt von Vietnam und Indonesien, so die Prognose der McKinsey-Experten. Nun aber genug der Statistiken. Werfen Sie jetzt doch noch einen Blick auf eine brandneue Auswahl an hochwertigen Textilien der Branche. Es lohnt sich.

Exklusiv nur bei uns!

Das erste Elektronikfeuerzeug mit
integriertem Profiltiefenmesser.



*EB-15 Tiremeter
Erhältlich in 8 Farbvarianten*



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!





50. PSI MESSE 2012

JUNG, INNOVATIV, EFFEKTIV

Zu ihrem 50. Geburtstag zeigte die PSI Messe aufs Neue, dass Erfahrung, Professionalität und Kreativität das beste Erfolgsrezept sind: Frisch, innovativ und wirkungsstark präsentierte sich die Jubiläumsveranstaltung von Europas Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft, die vom 11. bis 13. Januar in den Hallen 9 bis 13 des Düsseldorfer Messegeländes auf über 35 000 Quadratmetern über die Bühne ging. Mit 993 Ausstellern erzielte die Veranstaltung einen Ausstellerrekord, mit 16 167 Besuchern wurde eines der besten Ergebnisse der Messegeschichte erzielt.

Die PSI ist in den 50 Jahren ihres Bestehens nicht nur quantitativ gewachsen, sondern hat sich auch stetig weiterentwickelt und den Bedürfnissen der Werbeartikelbranche angepasst, die sie entscheidend mit geprägt, die sie mit geschaffen hat. Was 1963 mit 56 Ausstellern in Bad Soden als Warenpräsentation auf den

schon legendären Tapeziertischen an den Start ging, ist heute eine professionell organisierte, internationale Branchenplattform, die im Jubiläumsjahr mit 993 Ausstellern ein Plus von 16 Prozent gegenüber dem Vorjahr und damit eine historische Bestmarke erreicht hat. Mit dieser beeindruckenden Präsenz zeigt die Bran-

che, dass sie trotz Euro-Krise zuversichtlich ins neue Geschäftsjahr schaut. Auf Seiten der Besucher hat die aktuelle wirtschaftliche Situation offenbar mehr Zurückhaltung bewirkt, denn mit 16 167 Besuchern wurde das Vorjahresergebnis nicht ganz erreicht: Die Industrie in den krisenbetroffenen Euro-Ländern zeigt sich abwartend



Bei der offiziellen Messeeröffnung war auch PSI Gründer Walter Jung (r.) zu Gast. Mit dabei (v. l.) Manfred Parteina (ZAW), Michael Freter (PSI), Timothy Andrews (ASI) und Patrick Politze (GWW).

bei der Realisierung von Werbemaßnahmen, was die Branche zu spüren bekommt, so die Einschätzung von PSI Geschäftsführer Michael Freter in seinem Statement anlässlich der Eröffnung der Jubiläumsmesse. Zur Eröffnung konnte Freter auch Walter Jung, den Gründer des PSI und der Messe, begrüßen. Aus den USA war Timothy Andrews, Präsident und CEO des Advertising Specialty Institute (ASI) angereist.

WERBARTIKELMARKT BLEIBT STABIL

Der deutsche Werbeartikelmarkt erweist sich mit einem Volumen von 3,46 Milliarden Euro als relativ stabil, so eines der Ergebnisse des aktuellen, alljährlich zur PSI vorgestellten Branchenmonitors des Gesamtverband der Werbeartikelwirtschaft in Deutschland (GWW). Dies bedeutet ein Plus von 16 Prozent innerhalb der letzten zwei Jahre, erläuterte der GWW-Vorstandsvorsitzende Patrick Politze. Damit liegen die Ausgaben für Werbeartikel noch vor denjenigen für Radio- oder Onlinewerbung.

Vor allem mittelständische Unternehmen setzten im vergangenen Jahr verstärkt Werbeartikel ein. Somit haben Werbeartikel ihre an den Werbeeinnahmen bemessene Platzierung als drittstärkste Werbeform enddruckvoll gefestigt. Für drei Viertel aller Unternehmen wird der Werbeartikel auch künftig eine konstante Größe darstellen, ergab der Branchenmonitor weiter.

WIRKUNGSSTUDIE VORGESTELLT

Werbeartikel gehören also zu den effizientesten Werbeträgern. Zu diesem Ergebnis kommt auch die aktuelle, europaweit erste empirische Studie zur Werbewirksamkeit von Werbeartikeln, die vom Mannheimer Marktforschungsinstitut DIMA erstellt und im Rahmen der Pressekonferenz am Eröffnungstag der PSI vorgestellt wurde. Im Mittelpunkt standen dabei die Reichweite von Werbeartikeln, ihre Kommunikationsleistung sowie die an sie gestellten Produktanforderungen. 94 Prozent der 2000 repräsentativ befragten Personen ab 14 Jahren gaben an, über einen oder mehrere

Werbeartikel zu verfügen. Drei Viertel dieser Werbeartikel sind bereits länger als ein halbes Jahr, mehr als jeder dritte sogar über zwei Jahre im Besitz der Empfänger. Neun von zehn Befragten nutzen die erhaltenen Werbeartikel zumindest einmal täglich. Werbeartikel erreichen somit 88 Prozent der Bevölkerung. Werbeartikel haben also eine weitaus größere Reichweite als Werbeformen in Massenmedien wie Radio und TV. „Die Werbewirkungsstudie hat gezeigt, dass Werbeartikel zu den kosteneffizientesten Werbemedien überhaupt gehören“, kommentierte Patrick Politze die Ergebnisse, die als weiterer Beweis für das enorme Wirkungspotenzial von Werbeartikeln zu werten sind. Die Werbewirkungsstudie hat zum ersten Mal aussagekräftige Mediadaten für Werbeartikel geliefert und ist damit ein Meilenstein, durch den die Vergleichbarkeit mit anderen Werbeformen möglich ist. (Details zu den Ergebnissen der Studie lesen Sie in der März-Ausgabe des PSI Journals.)



BEWIESENE EFFIZIENZ

Die herausragende Wirkung von Werbeartikeln lässt sich jetzt also auch beweisen – ein ganz entscheidender Schritt auf dem Weg hin zur Gleichstellung des Werbeartikels mit anderen Werbemedien. Diese zentrale Forderung hat die Branche nicht nur verstärkt im letzten Jahrzehnt bewegt, sondern immer wieder in der über 50-jährigen PSI Geschichte. Und immer dann, wenn die Politik damit drohte, die steuerliche Absetzbarkeitsgrenze zu senken oder gar zu streichen, war das PSI zusammen mit den Verbänden an vorderster Front dabei, um im Dialog mit den verantwortlichen Politikern die Interessen der Werbeartikelwirtschaft zu vertreten. Um den Imageaufbau der Werbeartikelbranche zu unterstützen, ist PSI 2009 dem Zentralverband der

deutschen Werbewirtschaft (ZAW) beigetreten. Dies war ein wichtiger Schritt, um die Wahrnehmung von Werbeartikeln als Werbeträger zu verbessern, zumal im Bewusstsein der werbetreibenden Industrie wie der Werbewirtschaft der klassischen Werbung noch immer größere Aufmerksamkeit gilt.

ABSCHAFFUNG DER WERTGRENZE GEFORDERT

Vor diesem Hintergrund forderte auch ZAW-Hauptgeschäftsführer Manfred Parteina die Abschaffung der Wertgrenze von 35 Euro, bis zu der in Deutschland Werbeartikel steuerlich absetzbar sind: „Das ist eine anachronistische Blockade eines im Wettbewerb der Unternehmen so wichtigen Kommunikationsbereichs. Diese Begrenzung gehört abgeschafft.“ Er plädierte für

die Beseitigung „dieser am grünen Tisch ersonnenen Umzäunung“, die auch in Stufen denkbar sei. Zugleich kündigte der ZAW an, dass der Branchenumsatz der Werbeartikelwirtschaft künftig auch in die ZAW-Statistik zum Werbemarkt einfließen wird. Bislang blieben diese Umsätze

unberücksichtigt. „Das hohe Investitionsvolumen der Werbeartikelwirtschaft wird dort entsprechend platziert sein. Wir arbeiten daran, 2013 die statistische Reihe öffentlich starten zu können“, so Manfred Parteina. Die Gesamt-Werbeinvestitionen in Deutschland für das gerade abgelaufene Jahr 2011 belaufen sich auf 29,8 Milliarden Euro, das Wachstum schätzt der ZAW auf gut 1 Prozent.

INTERNATIONALES NETZWERK PSI

Die Entwicklung der PSI Messe war ein Prozess, in dem bis heute mit Bedacht Bewährtes mit Neuem kombiniert wurde. Aus der Erfahrung erwuchs die Professionalität, und dazu haben auch die PSI Mitgliedsfirmen entscheidend beigetragen. Dabei ist die Messe nicht vom PSI als Organisation zu trennen, das von Anfang an nicht



nur Veranstalter war, sondern auch Anlaufstelle, Plattform und in den letzten Jahrzehnten zunehmend auch weltumspannendes Branchen-Netzwerk. Die zunehmende Internationalität des PSI spiegelt sich auch in der Messe wider: Heute kommen fast 60 Prozent der Besucher und annähernd die Hälfte der Aussteller aus dem Ausland. Eine Entwicklung, die PSI Gründer Walter Jung von Anfang an im Visier hatte. Und sicher ein Grund dafür, mit der stetig wachsenden Messe 1967 aus dem Taunus in die rheinische Messestadt Düsseldorf zu ziehen. Inzwischen hat die PSI große Bedeutung als internationaler Treffpunkt und noch nie präsentierten sich so viele Branchenverbände als auf der Jubiläumsmesse: Rund 30 Verbände aus 20 Ländern waren vertreten, die zunehmend auch Gemeinschaftsstände organisiert hatten, um ihren Mitgliedern den Eintritt in den Markt zu erleichtern. Als neue Verbände konnte PSI den kürzlich gegründeten – Corporate Gifts Association of Southern Africa (CGASA) sowie den ukrainischen Verband The Uk-



rainian Watches & Clocks' Manufacturing and Trade Enterprises Union (UWEU) begrüßen. Rund um die PSI fanden insgesamt 23 nationale und internationale Verbandssitzungen statt – ein weiteres Indiz für die Bedeutung der PSI als Dreh- und Angelpunkt der europäischen Branche.

INNOVATIONSOFFENSIVE IN HALLE13

Die 50. PSI präsentierte sich so innovativ wie selten zuvor. Allen Neuerungen voran ist hier die große Innovationsoffensive in der neu gestalteten HALLE13 zu nennen. Auf rund 2000 Quadratmetern präsentierte sich die Halle mit einem komplett neuen Konzept: Erfinder, Start-up-Unternehmen und kreative Firmen waren hier zu finden, und mit THE WALL auch eine völlig neue Art der Produktpräsentation. Mit dem Meet-and-Greet-Forum wurde eine neu gestaltete Plattform geschaffen, in der täglich

zur Mittagszeit Kurzvorträge von Experten zu verschiedenen branchenrelevanten Themen gehalten wurden. Beispielsweise stellte Lutz Gathmann, Mitglied des PSI Design Forums, zusammen mit Martin Mündlein von PSIPartner Intertek die Wertschöpfungskette des

Werbeartikels dar, unter Berücksichtigung von Aspekten wie Qualität und Produktsicherheit. Der Zoll und das Deutsche Marken- und Patentamt sowie die Designer des PSI Design Service gaben Auskunft zu allen Fragen rund um Produktentwicklung und Produktschutz. Am PSI Stand konnte man sich über alle Services des PSI informieren und den neuen mobilen PSI Product Finder am iPad testen. Insgesamt war in HALLE13 eine lebendige Aufbruchsstimmung zu spüren, voller Elan, Erfindergeist und einem kühnen Blick in die Zukunft. So ähnlich könnte es in den Anfangsjahren der PSI gewesen sein, als gerade etwas ganz Neues begonnen hatte, in das man seine ganze Kraft und Fantasie einbringen konnte. Dass diese tolle Stimmung anhält und Früchte trägt, das wünschen wir dem PSI und der gesamten Branche. <



INNOVATIONSBRENNPUNKT HALLE13

FINDIGE KÖPFE UND INNOVATIONEN

Die Erfinder und ihre Produkte sind es, die unser Leben seit jeher vereinfacht und geprägt haben. Deren kreatives Potenzial holte das PSI zur 50. Auflage der Branchenleitmesse nach Düsseldorf. Ein Konzept mit Erfolg.

Wer zur diesjährigen PSI die HALLE13 des Düsseldorfer Messegeländes betrat, dem fielen sie sogleich ins Auge: Die blauen Schilder mit dem Aufdruck „Erfinder“. Erstmals hatte das PSI Team die kreativen Köpfe auf die Branchenleitmesse geholt und ihnen zusammen mit Start-up-Unternehmen und Innovatoren in HALLE13 eine neue „Heimat“ geschaffen. Auf einem Areal von 2000 Quadratmetern präsentierten sie frische Ideen, faszinierende Erfindungen und serienreife Neupro-

dukte. Wer sich hier auf Entdeckungsreise machte, sah Erstaunliches.

NEUES POTENZIAL FÜR DEN WERBEARTIKEL-MARKT

Einen Kugelschreiber, der Duftstoffe abgibt, oder eine 3D-Uhr, die in jede Ecke passt – das Angebot der innovationsfreudigen Hersteller entpuppte sich als erfrischend und „einfach mal ganz anders“. Damit trafen die kreativen Köpfe den Nerv der Branche, die auf neue Ideen, Anregungen und Inspirationen angewiesen

ist. „Unternehmen können nun direkt vor Ort einen Blick auf Neuentwicklungen werfen“, sagte Erfinder Bruno Gruber vom Technischen Entwicklungsbüro und erklärte weiter: „In der Vergangenheit hatte sicherlich der ein oder andere Schwierigkeiten, in puncto ‚Neuentwicklungen‘ eine passende Anlaufstelle zu finden.“ Genau hier hatte das PSI angesetzt und mit der HALLE13 eine Plattform für Innovationen geschaffen. Das Angebot des Zentrums für Werbeartikel-Neuentwicklungen reichte weit über eine reine Produktpräsentation hinaus.

HALLE13 – MEHR ALS NUR EINE PRODUKTSHOW

So trafen Besucher in HALLE13 neben den Erfindern und Unternehmen aus dem „Forum junge und innovative Unternehmen“ auch auf die Neuheitenshow „THE WALL“. Interessiert wanderten sie die rund 100 Meter lange Wand auf und ab, um in den integrierten Fenstern innovative Produkte ausgewählter Aussteller zu betrachten. Doch für viele war das Erkundungsprogramm in HALLE13 damit noch nicht beendet. Sie machten auf der Meet-&-Greet-Areal Station. Auf der Sonderfläche präsentierten sich mit dem PSI Design Team, dem Zoll, dem Museum Plagiarius



sowie weiteren Spezialisten interessante Gesprächspartner für die Branche. Zusammen stellten die Experten Wissen rund um die Wertschöpfungskette eines Werbeartikels bereit. Branchenrelevante Informationen lieferten zudem nationale und internationale Experten, die täglich auf der Sonderfläche referierten. Die Kurzvorträge behandelten Themen wie etwa den Verhaltens-Kodex „Code of Conduct“ oder aber die Händlerqualifizierung in der Werbeartikelbranche. Eine Stellenbörse rundete das Angebot auf dem Meet-&-Greet-Areal ab.

ERFOLGREICHES KONZEPT

Für das Großprojekt „HALLE13“ hatte das PSI kompetente Partner mit ins Boot geholt. Für das Mehr an innovativen Produkten kooperierte das PSI mit der iENA, der führenden Fachmesse für Ideen, Erfindungen und Neuheiten. Aber auch andere Institutionen, wie etwa das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, mit seinem Förderprogramm

für junge Unternehmen, leisteten Unterstützung. Das sich der hohe Aufwand, der für die HALLE13 betrieben worden war, gelohnt hat, hörte man nicht nur an den

Aussteller- und Besucherstimmen. Sicherster Gradmesser des Erfolges war der kontinuierliche Besucherstrom, der über alle drei Messetage anhielt. <



GERHARD MAYER, MY KÄFER GMBH

Die Kooperation des PSI mit der Erfindermesse iENA begrüße ich sehr. Zusammen geht man schneller und leichter voran und das mit halber Kraft. Ich habe hier auf der Messe gute Gespräche geführt und viele interessante Reaktionen auf mein Produkt erhalten. Über ein Feedback habe ich mich natürlich besonders gefreut: den PSI Erfinderpreis Genius Award. Ich danke dem Messe-Team für die gute Organisation und das offene Miteinander.

JÜRGEN FREIGEGER, EUROPROTEC GMBH

Für Erfinder ist es schwierig, in Märkten Fuß zu fassen. Die PSI Messe bietet eine gute Gelegenheit, Kontakte aufzubauen und Netzwerke zu knüpfen. Ich habe die Messe bereits weiterempfohlen und würde eine Fortsetzung des neuen Konzeptes im nächsten Jahr begrüßen.



GOTTFRIED WOLF, WOLF INNOVATIVE PRODUKTE

Viele Erfinder haben interessante Produkte für diese Branche. Deswegen begrüße ich die Entscheidung des PSI, die Erfinder auf die Messe zu holen. Meine Raumeckenuhr hat bereits viel Interesse geweckt. Das liegt wohl auch daran, dass sie im Uhrenbereich etwas völlig Neues ist. Zudem hat das Produkt einen hohen Erinnerungswert und mit dem großen Ziffernblatt eine große Werbefläche. Für uns Erfinder ist es von Vorteil, dass hier auf der PSI Messe nur Fachpublikum unterwegs ist, also Leute, die genau wissen, was sie wollen.



Partyfeeling at it's best bot die PSI Night der Jubiläumsmesse bis tief in die Düsseldorfer Nacht hinein.

PSI NIGHT 2012

FULMINANTE JUBILÄUMSPARTY

Es wurde eine Jubiläumsparty der besonderen Art: Die PSI Night 2012 erwies sich als idealer Rahmen für die Verleihung zweier Branchenpreise, die würdige Gewinner fanden. Rund 1500 Gäste feierten 50 wunderbare Messejahre schließlich ausgelassen bis tief in die Düsseldorfer Nacht.

Das Ambiente hätte kein besseres sein können. Die eindrucksvolle Düsseldorfer In-Location namens „Nachtresidenz“, im vergangenen Jahr erstmals Schauplatz der PSI Night, lieferte auch diesmal den exklusiven Rahmen für eine Feier, die noch lange in Erinnerung bleiben wird. So avancierte die PSI Night zum krönenden Abschluss eines erfolgreichen ersten Messejubiläumstages. Von Beginn an strömten die Gäste in die Lounges und den großen Tanzsaal des ehemaligen Kinos, das seit

seiner Umgestaltung zu den imposantesten Clubadressen der Republik zählt.

PREISWÜRDIGE GEWINNER

Die rund 1500 Gäste, die der Einladung des PSI gefolgt waren, füllten die Räumlichkeiten des Party-Tempels und erlebten außergewöhnliche Stunden. Highlight des bewegenden Abends war die Verleihung zweier von PSI initiiert Branchpreise, dem PSI – Campaign of the Year und Genius Award. Die ausgezeichneten Kampagnen und Produkte standen stellvertretend

für eine Branche, der es mit Kreativität, Inspiration und unternehmerischem Einfallsreichtum stets aufs Neue gelingt, wirkungsstarke Innovationen zu schaffen, welche im Marketing werbender Firmen längst zum unverzichtbaren Medium geworden sind (siehe nebenstehender Bericht).

ABTANZEN BIS TIEF IN DIE NACHT

Für fulminante Klänge sorgte die Band Live House. Mit ihren vokalen und instrumentalen Spitzen erzeugte sie einen Sound, dem sich im Saal niemand entziehen konn-



Mit ihren vokalen und instrumentalen Spitzen erzeugte die Band Live House einen Sound, dem sich im Saal niemand entziehen konnte.



te und der die weite Tanzfläche im Nu füllte. Die musikalisch überzeugende Darbietung der Gruppe wurde flankiert von einer professionellen Lightshow. An der Wand hinter der Bühne wechselten Impressionen des ersten Messetages in meterhohen Projektionen einander ab. Perfekt auch die DJ-Performance mit dem richtigen Gespür für eine heiße Abtanz-Folge. Erfrischungen für die ausgelassen Feiernden gab es zuhauf. Auch diesmal kredenzten die Mixer von Crow'n'Crow leckere PSI Cocktails. Das weitläufige Kaminzimmer mit seinen verschiedenen Ebenen und bequemen Sitzgruppen bot zudem ausreichend Gelegenheit für Talk und Networking in entspannter Atmosphäre. Mit einem Drink in der Hand wurden hier erste Messeindrücke ausgetauscht und Kontakte geknüpft oder vertieft. <



Strahlende Gewinner mit ihren glänzenden Preisen posieren für das Siegerfoto.

PSI – CAMPAIGN OF THE YEAR UND GENIUS AWARD VERGEBEN

Als ideale Umgebung für die Preisverleihung des PSI – Campaign of the Year und des Genius Award erwies sich die Bühne der Düsseldorfer Nachtresidenz. Umrahmt von mitreißendem Sound und toller Bühnenshow avancierte die Übergabe der Preise zum Highlight der rauschenden PSI Night. Die zur Jubiläumsmesse prämierten Werbekampagnen und Artikel dokumentierten die ganze Vielfalt und Bandbreite der Branche.

Platz 1 der PSI – Campaign of the Year errang ein Muscheltopf des Lieferanten und Herstellers Neamedia, den die Restaurant-Kette für Muschel-Spezialitäten Léon de Bruxelles an ihre Kunden weitergab. Auf Platz 2 landete ein Artikel für die Kampagne zum Stadtteilstfest „Gräfrather Lichterzauber“. Teil der erfolgreichen Aktion waren spezielle Lichttüten des Lieferanten Jacksono by Jack's Gift Company, die zauberhafte Effekte erzeugten. Nummer 3 im Bunde waren Gadgets des türkischen Werbemittelspezialisten Promart, dessen Kampagne in Zusammenarbeit mit Coca-Cola die klassischen Stärken eines Werbeartikels massenwirksam mit den neuen Social-Media-Möglichkeiten verband.

Erstmals vergeben wurde der Genius Award für das innovativste Produkt der 50. PSI Messe. Hier durften sich ausschließlich Erfinder bewerben. Erster Gewinner war Gerhard Mayer, Erfinder und Inhaber der My Käfer GmbH, mit seiner gleichnamigen Erfindung „My Käfer“, einem pfliffigen Besenstielhalter, der dafür sorgt, dass der an die Wand gelehnte Besen nicht umfallen kann. Das Krabbeltier aus dem Werkstoff PE/TPE findet praktisch an allen Oberflächen Halt und sorgt so für Sicherheit im Haushalt.



Maica: Rita Wilke (2. v. l.)
und Mitarbeiterinnen.



Karlowsky: „Rock Chef“ Stefan Marquard
und Geschäftsführer Thomas Karlowsky (v. l.)
flankieren Michael Freter.



Laurel: Geschäftsführer Manfred Kil-
gus (2. v. r.) und Mitarbeiter.



Daiber: Rolf Daiber.



Wera: Adam Matuschek, Dirk Blasius (v.l.).

RUNDE FIRMENGEBURTSTAGE AUF DER 50. PSI MESSE JUBILÄEN ÜBER JUBILÄEN

Nicht nur das PSI hatte Grund, ein halbes Jahrhundert erfolgreicher Messen zu feiern. Auch unter den Ausstellern gab es zahlreiche Unternehmen, die auf ein rundes Bestehen zurückblicken konnten; darunter auch viele Firmen, die mit dem Werbeartikelnetzwerk des PSI gewachsen sind, aber auch solche, deren Anfänge viel weiter zurückliegen. Anlass genug für PSI Geschäftsführer Michael Freter und Messeleiterin Silke Frank, allen diesen treuen PSI Mitgliedern einen spontanen Standbesuch abzustatten. Mit im Gepäck auf ihrer Gratulationstour hatten die beiden neben den Glückwünschen des PSI als kleines Mitbringsel auch jeweils eine Flasche edlen Schaumweins. Der Dank des PSI und seiner Vertreter galt den Unternehmen: Clipy (25 Jahre), Laurel (60 Jahre), LTP Litschka (20 Jahre), Marbo Werbung Norbert Bokel (40 Jahre), Soccer First (10 Jahre), Wera (75 Jahre), Xindao (25 Jahre), Maica (60 Jahre), Daiber (100 Jahre), Karlowsky (120 Jahre), WIL Langenberg (20 Jahre), Venceremos (20 Jahre). Unsere Bilderfolge zeigt eine Auswahl der Glückwunschrunde bei den ältesten Unternehmen.



Venceremos: Klaus Gillmann.



Guten Appetit: Man ließ es sich schmecken.



Inspirion-Chef Sönke Hinrichs dankte den Gästen für ihre Treue.

KUNDENEMPfang

INSPIRION TISCHT AUF

Die größte und bedeutendste Werbeartikelmesse Europas bot auch bei ihrer 50. Auflage für die ausstellenden Unternehmen eine ideale Gelegenheit, alle Kunden gebündelt an einem Ort innerhalb dreier Tage zu treffen. Zahlreiche Aussteller nutzen dies, ihre Geschäftspartner dann nochmals nach Messeschluss zu versammeln. Als Zeichen des Danks für den Kundenkreis bieten diese Empfänge oder Partys ebenfalls beste Möglichkeit, gute Geschäftsbeziehungen in lockerem Rahmen noch weiter zu vertiefen. Die Inspirion GmbH aus Bremen lud aus diesem Anlass ins imposante Ambiente des Rheingoldsaals der Düsseldorfer Rheinterrassen. Inspirion-Geschäftsführer Sönke Hinrichs dankte in seiner Begrüßung den Gästen für ihre „Treue und Unterstützung“, zog fürs abgelaufene Geschäftsjahr eine zufriedenstellende Bilanz und versprach „spannende Aussichten“ für 2012. Anschließend genossen die zahlreich erschienenen Werbeartikelprofis ein erlesenes Buffet mit rheinischen Spezialitäten. <



Imposant das Ambiente des Rheingoldsaals der Düsseldorfer Rheinterrassen.



SWITCHER

EIN WAL AUF JEDEM T-SHIRT

Wale zum Mit-nach-Hause-Nehmen – so etwas gab es auf der Messe nur beim Textilspezialisten Switcher. Das Unternehmen hatte sich für seine Kunden eine besondere Überraschung einfallen lassen. Am Messestand zauberte der Airbrush Künstler Götz Richardt einzigartige Comic-Zeichnungen auf die hochwertigen T-Shirts des Textilherstellers. Das immer wiederkehrende Motiv: das Switcher-Markenzeichen – der Wal. Damit die T-Shirts möglichst individuell ausfielen, integrierte der Künstler Vorlieben und Hobbys der Standbesucher in die Motive. Heraus kamen die witzigsten Kreationen, wie etwa ein Wal hinter dem Steuer. Ohne Frage zauberte Switcher mit seinem individuellen Messepräsen nicht nur ein Lächeln auf das Gesicht seiner Kunden, sondern schuf zugleich eine bleibende Erinnerung an die 50. PSI Messe 2012. <



Look at me!

Schöner, schneller, weicher:

Die fünf Tage rasche Tragetasche

.....

Für Kunden muss immer alles ganz schnell gehen. Vor allem, wenn es um eine coole Idee für tolle Tragetaschen geht. Mit Bags by Riedle haben Sie da schnell die perfekte Lösung zur Hand. Wenn's sein muss in nur fünf Tagen! So wird Ihr Kunde zum Stammkunden und Sie zum Immer-wieder-Verkäufer. Denn mit uns kommt auch in kürzester Zeit höchste Qualität zum Tragen. Look at me! www.riedle.de



RIEDLE





MARKENPIRATERIE

DURCHSETZUNG VON MARKENRECHTEN IN CHINA

China gilt als ein Land, in dem Produktpiraterie zum Alltag gehört. Allerdings haben Schutzrechte in den vergangenen Jahren in Chinas Gesetzgebung immer mehr an Bedeutung gewonnen. Die Durchsetzung von Markenrechten ist jedoch nach wie vor äußerst aufwendig. Lesen Sie, wie Markeninhaber ihre Rechte durchsetzen können.

Infolge der Umsetzung des TRIPS-Abkommens zum Schutz und zur Durchsetzung geistigen Eigentums in den Mitgliedsstaaten der WTO wurden in China die Gesetze, Verordnungen und Ausführungsbestimmungen zur Bekämpfung der Markenpiraterie grundlegend geändert. Die Möglichkeiten, die Produktpiraterie einzudämmen, sind sehr vielfältig. Es existieren drei offizielle Wege, das Markenrecht in China durchzusetzen: der Verwaltungsrechtsweg, strafrechtliche Maßnahmen und zivilrechtliche Verfahren.

DER VERWALTUNGSRECHTSWEG

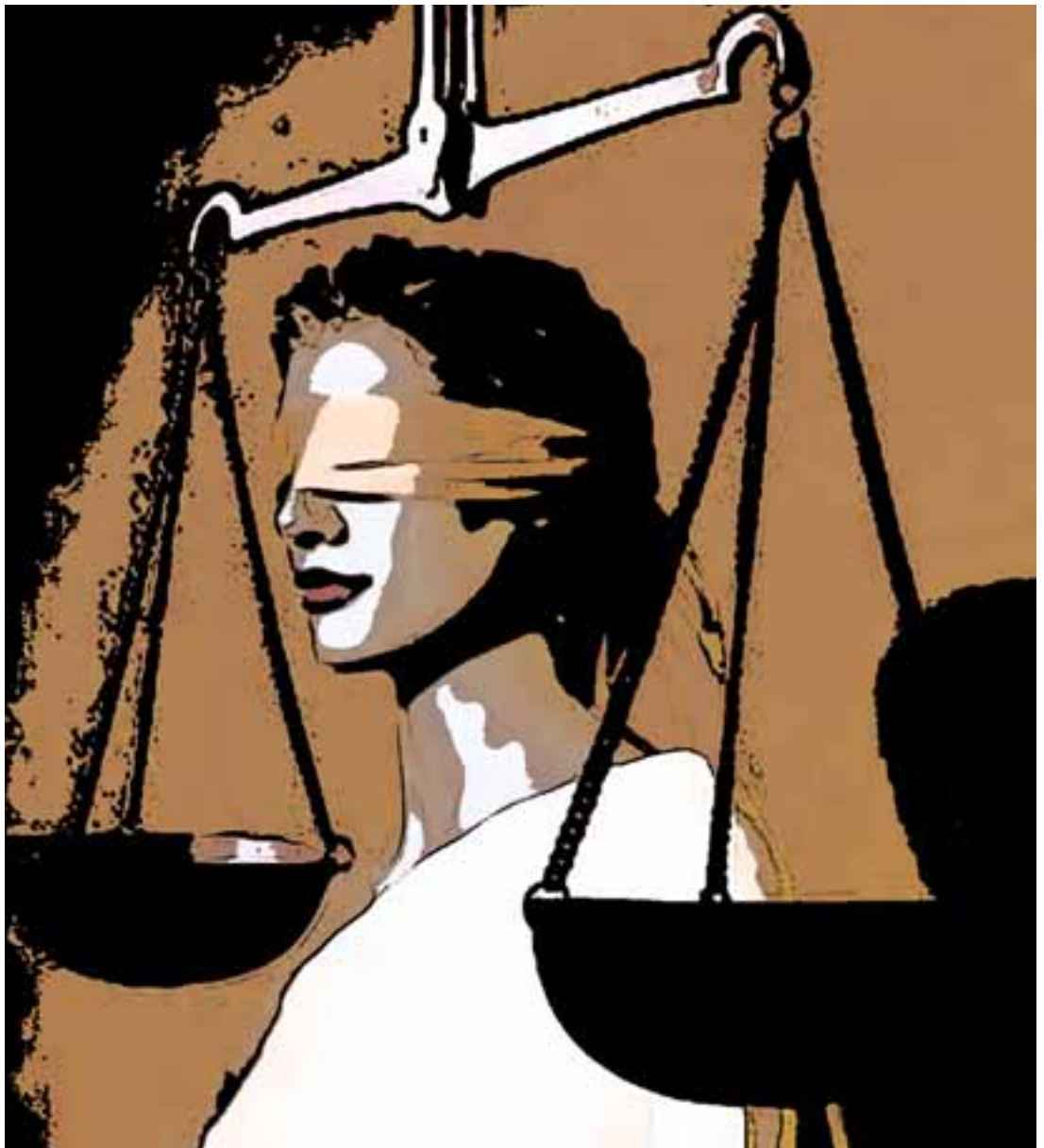
In der Regel werden Markenangelegenheiten von der Verwaltungsbehörde für Industrie und Handel (SAIC, State Administration of Industry and Commerce) und den Zollbehörden bearbeitet. In China ist das Einschalten der Verwaltungsbehörden üblich, um Schutzrechte von Markeninhabern durchzusetzen. Die Verwaltungsbehörden können dabei entweder auf Antrag des Markeninhabers oder nach dem chinesischen Markengesetz von Amts wegen die gesetzlich vorgesehenen Maßnahmen ergreifen. Diese Behörde ist durchaus in der Lage, effektive und professionelle Maßnahmen zu ergreifen. Der Vorteil der Einschaltung der Verwaltungsbehörden liegt grundsätzlich im schnellen, effizienten und kostengünstigen Verfahren, sodass Markeninhaber das Verwaltungungsverfahren in der Regel gegenüber dem gerichtlichen Prozess favorisieren. Jedoch stehen dem auch einige Nachteile gegenüber, wie etwa die Tatsache, dass gefälsch-

te Waren nicht vernichtet werden, sondern ohne Markenangaben weiter versteigert oder gespendet werden. Ein weiterer Nachteil bei der Durchsetzung von Schutzrechten durch die Verwaltungsbehörden sind die geringen Geldstrafen. Die Anordnung der Geldstrafe liegt im Ermessen der Verwaltungsbehörden, das Verwaltungsverfahren erzielt daher keine große Abschreckungswirkung. Außerdem können die Verwaltungsbehörden zwischen den beiden streitenden Parteien nur über die Höhe der Entschädigungszahlungen vermitteln.

MASSNAHMEN DER VERWALTUNGSBEHÖRDE FÜR INDUSTRIE UND HANDEL

>> Rechtsgrundlagen

Die Verwaltungsbehörde ist gemäß dem chinesischen Marken- und Antimonopolgesetz mit umfangreichen Befugnissen ausgestattet. So kann sie schnell Durchsuchungsaktionen vornehmen und gefälschte Waren, Quittungen, Geschäftsbücher und andere Materialien beschlagnahmen. Sie kann die Fälscher befragen und Geldstrafen verhängen. Die Geldstrafe wird auf den dreifachen Wert der verkauften gefälschten Waren oder ohne konkrete Verkaufsnachweise mit einem Betrag von weniger als 100.000 RMB (11.000 Euro) festgesetzt.





100.000 RMB (11.000 Euro) leisten. Außerdem muss der Markeninhaber die Kosten für die Lagerung der gefälschten Waren übernehmen. Die Zollbehörden können die beschlagnahmten Waren untersuchen und begutachten. Bestätigen die Zollbehörden eine Fälschung, bleiben die Waren beschlagnahmt. Absender und Empfänger der gefälschten Waren werden nach den Bestimmungen zum Zollschatz des geistigen Eigentums bestraft. In schwerwiegenden Fällen wird das Public Security Bureau das weitere Verfahren übernehmen. Können die Zollbehörden keine Rechtsverletzung feststellen, wird der Markeninhaber informiert und kann bei Gericht einen Antrag auf gerichtliche Beschlagnahmung stellen. Nach den Bestimmungen zum Zollschatz des geistigen Eigentums können die Markeninhaber einen Schadensersatzanspruch gegen den Verletzer erheben und mit ihm einen Vergleichsvertrag abschließen.

WICHTIGE FRAGEN FÜR DIE RECHTSDURCHSETZUNG (VERWALTUNGSRECHTSWEG)

- Handelt es sich um illegale Produktionsstätten (Underground Factories) oder eingetragene juristische Personen?
- Liegt eine erste oder wiederholte Rechtsverletzung vor?
- Wurden verschiedene Marken gefälscht?
- Wurden die Produkte von den Verwaltungsbehörden oder dem Public Security Bureau schon untersucht oder eine Beschlagnahmung durchgeführt?
- Gibt es Muster oder Fotos der gefälschten Waren?
- Konnten Menge, Qualität und der Preis der gefälschten Waren ermittelt werden?
- Existiert das Lager der rechtsverletzenden Waren noch?

MASSNAHMEN DER ZOLLBEHÖRDEN

Seit April 2004 ist die Registrierung eines Schutzrechts bei der zentralen Zollverwaltung in Peking nicht mehr zwingende Voraussetzung für ein Einschreiten der einzelnen Zollbehörden. Der Vorteil der Registrierung einer Marke bei den Zollbehörden liegt jedoch darin, dass diese von Amts wegen angeblich schutzrechtsverletzende Waren vorübergehend zurückhalten und auf Antrag des Markeninhabers beschlagnahmen können. Um dies zu realisieren, müssen Schutzmaßnahmen getroffen werden: Der Markenschutz muss bei der zentralen Zollverwaltung in Peking registriert werden. Besteht eine Markenverletzung, werden die Zollbehörden die verdächtigen Waren vorübergehend zurückhalten und den Markeninhaber schriftlich darüber informieren. Um die Beschlagnahmung aufrechtzuerhalten, muss der Markeninhaber einen schriftlichen Antrag bei den Zollbehörden stellen und eine Bürgschaft in Höhe von

STRAFRECHTLICHE MASSNAHMEN

Entsprechend dem chinesischen Markengesetz erfolgt die strafrechtliche Verfolgung von Markenrechtsverletzern in Übereinstimmung mit dem chinesischen Strafgesetzbuch. Aufgrund der erhöhten Publizität gelten strafrechtliche Maßnahmen theoretisch als bestes Mittel, um gegen Markenverletzungen vorzugehen. In der Praxis ist das Strafverfahren leider sehr langwierig und teuer. Die wesentlichen Tatbestände der Markenverletzung des chinesischen Strafgesetzbuchs sehen wie folgt aus:

ZIVILRECHTLICHE MASSNAHMEN GEGEN MARKET MANAGER

In den vergangenen Jahren hat in China die rechtliche Frage an Bedeutung gewonnen, auch Market Manager zivilrechtlich zu belangen. Ziel ist es, dass Market Manager bei Rechtsverletzungen durch den Verkauf gefälschter Ware mithaften. Damit soll gewährleistet werden, dass die Market Manager dazu beitragen, die Hausordnungen der Märkte zu verbessern, und den Verkauf gefälschter Produkte somit unterbinden. Um die Market Manager zivilrechtlich belangen zu können, müssen zuvor einige Handlungsschritte eingeleitet werden.

- Durchführung einer Marktstudie, welche die Namen von Händlern und die Informationen über gefälschte Produkte beinhaltet
- Erwerb der ersten notariellen Urkunde (Bestätigung der gefälschten Waren von Händlern)
- Bestätigung der Rechtsverletzung mittels Anwaltspost an den Market Manager
- Erwerb der zweiten notariellen Urkunde (Bestätigung der Mithaftung der Market Manager bei der Rechtsverletzung)
- Identifizierung der Händler, die wiederholt gefälschte Produkten verkauft haben
- Einleitung zivilrechtlicher Verfahren gegen Market Manager und Händler, die wiederholte Rechtsverletzungen begangen haben
- Teilweise Zahlung von Schadensersatz zur Begleichung von Prozesskosten mit Unterstützung des Gerichtes

>> Fälschung von eingetragenen Marken (§ 213)

Eine Person, die ohne Erlaubnis des Inhabers der eingetragenen Marke ein für dieselben Warengattungen eingetragenes identisches Warenzeichen nutzt, wird zu einer befristeten Freiheitsstrafe von höchstens drei Jahren oder Untersuchungshaft verurteilt. Gleichzeitig oder unabhängig davon kann der Rechteverletzer in einem schwerwiegenden Fall zu einer Geldbuße und in einem besonders schwerwiegenden Fall zu einer befristeten Freiheitsstrafe von drei bis sieben Jahren und gleichzeitigem Bußgeld verurteilt werden.

>> Verkauf von gefälschten eingetragenen Marken (§ 214)

Eine Person, die wissentlich Waren mit gefälschten (geschützten) Warenzeichen verkauft, wird zu einer befristeten Freiheitsstrafe von höchstens drei Jahren oder Untersuchungshaft verurteilt. Gleichzeitig oder unabhängig davon ist eine Geldbuße möglich, wenn die Höhe des verkauften Warenwertes relativ hoch ist. Ist der Warenwert hoch, kann der Rechteverletzer zu einer befristeten Freiheitsstrafe von drei bis sieben Jahren und gleichzeitigem Bußgeld verurteilt werden.

>> Illegale Herstellung oder illegaler Handel mit eingetragenen Marken (§ 215)

Eine Person, die Produkte fälscht oder ohne Genehmigung Gewähr für Waren mit einer geschützten Marke einer anderen Person übernimmt oder Exemplare einer Ware mit einer geschützten Marke, die gefälscht oder ohne Genehmigung hergestellt wurden, verkauft, wird zu einer befristeten Freiheitsstrafe von höchstens drei Jahren Haft oder öffentlicher Überwachung verurteilt. Gleichzeitig oder davon unabhängig kann der Rechteverletzer in schwerwiegenden Fällen zu einer Geldbuße verurteilt werden. In besonders schwerwiegenden Fällen kann es zu einer befristeten

Freiheitsstrafe von drei bis sieben Jahren und gleichzeitiger Geldbuße kommen.

GERICHTLICHE AUSLEGUNGEN

In den Jahren 2004 und 2007 haben der nationale Oberste Volksgerichtshof und die nationale Oberste Volksstaatsanwaltschaft neue Bestimmungen hinsichtlich der strafrechtlichen Verfolgung von Verletzungen der Rechte am geistigen Eigentum erlassen. So soll etwa eine strafrechtliche Verfolgung wegen Fälschung von eingetragenen Marken erst erfolgen, wenn der Wert der verkauften gefälschten Produkte 50.000 RMB (5.500 Euro) oder der Gewinn aus dem Handel mit gefälschten Produkten 30.000 RMB (3.400 Euro) überschreitet. Im Jahr 2011 wurden die Vorschriften zur Bekämpfung der sich häufenden Verletzungen geistigen Eigentums ergänzt. Demnach erfolgt eine strafrechtliche Verfolgung erst dann, wenn innerhalb eines Zeitraumes von zwei Jahren noch keine Verwaltungsmaßnahmen durchgeführt wurden und es zwischenzeitlich zu wiederholten Fällen von Fälschungen kam. Nach dem chinesischen Strafrecht ist es rechtlich nicht erforderlich, dass der Rechteinhaber rechtsanwaltlich vertreten wird. Die Strafverfolgung wird von Amts wegen von der Staatsanwaltschaft verantwortet. Allerdings hat es sich in der Praxis als empfehlenswert herausgestellt, dass auch der Rechteinhaber am Strafverfahren durch einen Rechtsanwalt aktiv teilnimmt. Durch die anwaltliche Vertretung zeigt der Rechteinhaber, dass er seine Rechte aktiv schützen möchte. Dies erhöht auch die Wahrscheinlichkeit, dass der Richter dem Fall bei rechtsanwaltlicher Betreuung mehr Aufmerksamkeit schenkt. Der Rechtsanwalt bereitet die Klage der Rechteinhaber bei Gericht vor und reicht sie ein. Er macht sich mit den Gerichtsunterlagen vertraut und vertritt die Rechteinhaber während der Verhandlung. Des Weiteren kümmert sich der Rechtsanwalt um die Befragung des Angeklagten und bittet den Richter um eine strenge strafrechtliche Verfolgung.

ZIVILRECHTLICHE MASSNAHMEN

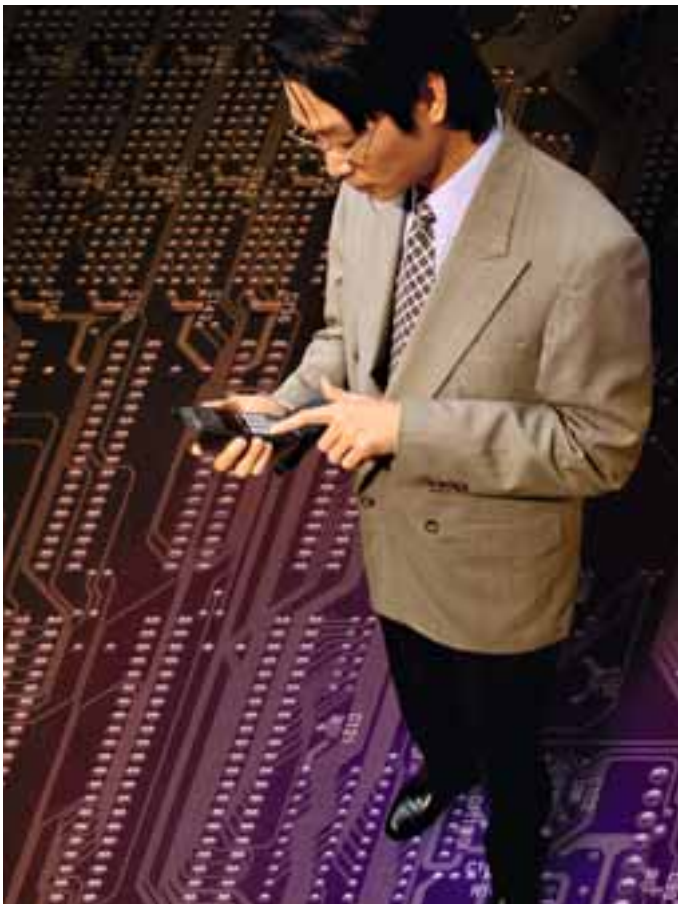
Das chinesische Markengesetz ermöglicht dem Markeninhaber, im Wege der einstweiligen Verfügung Unterlassung zu verlangen und Maßnahmen der Beweissicherung zu ergreifen.

>> Unterlassung (§ 57 Markengesetz)

WAHL DER STRAFRECHTLICHEN MASSNAHMEN

Bei der Wahl strafrechtlicher Maßnahmen zur Durchsetzung der gewerblichen Schutzrechte sind folgende Aspekte zu beachten.

- Effiziente Kosten- und Informationsaufteilung auf verschiedene Markeninhaber
- Die Möglichkeit, die zu erwartende Entschädigung zu wählen
- Es sollte möglichst ein Rechtsanwalt mit engen Kontakten zu den Durchführungsbehörden (z. B. Gericht, Public Security Bureau) gewählt werden
- Beantragung eines Privatklageverfahrens durch den Rechteinhaber





Wenn der registrierte Markeninhaber Beweise dafür hat, dass ein anderer Handlungen, die das Alleinnutzungsrecht an seiner registrierten Marke verletzen, gerade ausführt oder bald ausführen wird, die dazu führen können, dass seine Rechtsinteressen einen schwer wiedergutzumachenden Schaden erleiden, kann er noch vor Klageerhebung beim Volksgericht beantragen, dass Maßnahmen ergriffen werden.

>> Beweissicherung (§ 58 Markengesetz)

Um rechtsverletzende Handlungen zu unterbinden, kann der registrierte Markeninhaber noch vor Klageerhebung beim Volksgericht Beweissicherung beantragen, wenn Beweise untergehen oder später schwer zu beschaffen sein könnten.

HAFTUNG DER MARKET MANAGER

In den vergangenen Jahren hat in China die rechtliche Frage an Bedeutung gewonnen, nicht nur die Hersteller und Händler, sondern auch die Market Manager zivilrechtlich belangen zu können. Market Manager mieten Markthallen oder Stände und vermieten diese weiter an den Händler, die restlichen Teile der Markthalle oder Stände werden von Einzeleigentümern belegt. Verschiedene Gerichte entschieden in den vergangenen Jahren zugunsten der Markeninhaber und gegen die Market Manager, um den Verkauf gefälschter Ware einzudämmen.

RECHTLICHE MÖGLICHKEITEN

Im Jahr 2005 entschied das Pekinger zweite Mittlere Volksgericht eine Markenstreitigkeit zugunsten des Klägers Louis Vuitton gegen den Market Manager der Beijing Silk Street Clothing Market Co., Ltd. Laut Begründung des Gerichts war der Market Manager verpflichtet, die Rechtsverletzung der registrierten Marken

auf dem Markt rechtzeitig zu stoppen. Der Fall wurde vom nationalen Obersten Volksgerichtshof 2005 als einer der Top-Ten-Rechtsverletzungsfälle in China bezeichnet. In ähnlichen Fällen entschied das Pekinger Gericht, dass die Market Manager die Herstellung und den Verkauf der gefälschten Waren auf dem Markt beenden und beseitigen müssen. Außerdem sollen die Market Manager die Herkunft und die Marken der Verkaufswaren streng darauf überprüfen, ob die Händler ein gültiges Zertifikat über die Verkaufswaren haben. Falls Markenverletzungsfälle vorkommen, sollen die Market Manager die Verletzungsaktivitäten rechtzeitig und effektiv verhindern und effiziente Gegenmaßnahmen gegen wiederholte Verletzungen durchführen. Die Fälle zeigten, dass die Market Manager Fehler beim Management begehen und die Händler die markenverletzenden Handlungen weiter betreiben können, wenn die Market Manager die Rechtsverletzungen nicht rechtzeitig und effektiv verhindern. Deshalb

urteilte das Gericht, dass die Market Manager auch die rechtliche Möglichkeit haben, die Händler beim Verkauf gefälschter Ware in die Haftung zu nehmen.

ZIVILRECHTLICHE HAFTUNG

Im Jahr 2011 urteilte das Oberste Volksgericht Peking nochmals zugunsten des Klägers Louis Vuitton gegen den Market Manager eines Pekinger Einkaufszentrums und einen dort verkaufenden Händler wegen des Handels mit gefälschten Markenwaren. Seit 2004 werden alle Bekleidungsmärkte und -händler in Peking von der Pekinger SAIC informiert, dass sie das „LV“-Logo auf der Kleidung ohne Zustimmung von Louis Vuitton nicht benutzen dürfen. Dem Urteil des Obersten Volksgerichts Peking zufolge ist der Market Manager seiner Verantwortung rechtlich nicht nachgekommen und hat damit die Möglichkeit geboten, dass der mitverklagte Händler die Marke von Louis Vuitton verletzen konnte. Deshalb erlegte das Oberste Volksgericht Peking dem Market Manager die zivilrechtliche Haftung für die von dem Händler begangene Markenverletzung auf. Hierdurch hatte das Oberste Volksgericht Peking die Bestimmung über das Verkaufsverbot der gefälschten Waren der Pekinger SAIC aus dem Jahr 2004 als rechtliche Grundlage für die Haftung der Market Manager herangezogen. In Fällen von Mitangeklagten verurteilte das Shanghai Pudong Volksgericht den Market Manager und den wiederholt tätigen Händler jeweils einzeln gemäß ihrer Verantwortung. Der Händler sollte die Haftungsentschädigung wegen des Verkaufs der gefälschten Waren übernehmen. Dem ebenfalls angeklagten Market Manager wurde die Haftung für die Ermöglichung des Verkaufs von gefälschten Waren durch den Händler auferlegt. Die-

ser Gerichtsentscheidung zufolge ist die Haftung der Market Manager sogar leichter zu begründen als die des Händlers beim Verkauf der gefälschten Waren. Bei ähnlichen Fällen konnte zudem beobachtet werden, dass der Market Manager und der Händler Mehrfachentschädigungen zahlen mussten, wenn der Händler die Verletzungshandlung wiederholt vorgenommen hat. Diese Entscheidung machte das zivilrechtliche Verfahren für den Schutzrechtinhaber attraktiver.

PROBLEME IN DER BEWEISFÜHRUNG

In anderen Fällen wiederum urteilten Gerichte zugunsten der beklagten Market Manager. Die Begründungen waren Probleme in der Beweisführung oder keine feststellbare Zusammenarbeit von Market Manager und Händler. In einem Fall hatte der Market Manager die Händler eine Hausordnung des Market Managements unterzeichnen lassen, in der sie bestätigten, nicht das geistige Eigentum Dritter zu verletzen. Nachdem der Market Manager eine Abmahnung erhalten hatte, ließ er die Händler zusätzlich eine eidesstattliche Erklärung unterschreiben. Dem Gericht zufolge habe der Market Manager seine rechtliche Verantwortung somit fehlerfrei ausgeübt, sodass ihn keine Haftung für die wiederholten Rechtsverletzungen der Händler treffe. Die geschilderten chinesischen Gerichtsurteile zeigen, dass noch keine einheitliche gerichtliche Meinung für die Mithaftung des Market Managers bei Rechtsverletzungen in China existiert. Die Rechtsprechung des Pekinginger Gerichts genießt unter den chinesischen Gerichten den besten Ruf und ist daher für die weitere Rechtsentwicklung in China von besonderer Bedeutung.

FAZIT: BEDEUTUNG DER SCHUTZRECHTE IN CHINA

China ist sich der Bedeutung der Schutzrechte des geistigen Eigentums bewusst geworden und hat ein modernes, aber zugleich komplexes Schutzrechtssystem implementiert. Die vorgenannten behördlichen, strafrechtlichen und zivilrechtlichen Maßnahmen können von chinesischen und ausländischen Firmen ergriffen werden, sofern sie eine Markenverletzung vermuten. Ausländische Unternehmen sollten auch ihr eigenes Schutzrechtsportfolio in China konsequent durchsetzen. Wenn es zu einzelnen Rückschlägen kommt, sollte man sich bewusst machen, dass auch vor europäischen Gerichten nicht alle Klagen erfolgreich sind. In diesem Zusammenhang ist es ratsam, sich durch einen versierten und auch praktisch erfahrenen Rechtsanwalt vertreten zu lassen, um eine effektive Durchsetzung von gewerblichen Schutzrechten in China zu gewährleisten.

*Autoren: Dr. James Luo, Dr. Baiguo Jiang,
Dr. Matthias Meyer*



DIE AUTOREN

Die chinesische Fassung und die deutsche Übersetzung des Artikels wurden im Jahrbuch 2011 der Deutsch-Chinesischen Wirtschaftsvereinigung veröffentlicht.

Dr. James Luo ist Managing Partner der Kanzlei Beijing Lawjay Partners in Peking. Er gehört zu den führenden IP-Spezialisten Chinas und ist Vorsitzender des Unterausschusses des Anti-Fälschungsausschusses der INTA in China sowie stellvertretender Vorsitzender des Trademark Committee bei der Pekinginger Anwaltskammer und Schiedsrichter bei der kommunalen Schiedskommission in Peking und dem Chinesisch-Europäischen Schiedsgerichtszentrum in Hamburg.
james.luo@xiangkunlaw.com

Dr. Matthias Meyer ist Partner in der deutschen IP-Praxisgruppe von Bird & Bird LLP in Düsseldorf. Er ist ausgewiesener Experte für Patentverletzungsverfahren und Lizenzverträge.
matthias.meyer@twobirds.com

Dr. Baiguo Jiang ist Legal Counsel der Kanzlei Bird & Bird LLP in Frankfurt. Bevor er zu Bird & Bird kam, war er in Peking zwei Jahre leitend in der Rechtsabteilung und als Vorstandsassistent bei einem chinesischen Konzern tätig.
baiguo.jiang@twobirds.com

SOCIAL MEDIA-LEITFADEN

KOMMUNIKATION IM WEB 2.0

Der Hightech-Verband Bitkom stellt für webaffine Unternehmen einen Social-Media-Leitfaden zur Verfügung. Die Publikation zeigt, was auf dem Weg in die sozialen Medien zu beachten ist. Viele Beispiele führender Unternehmen und eine



Checkliste unterstützen bei einem professionellen Vorgehen, von der Ist- und Potenzialanalyse über die Zielplanung, Strategieentwicklung, Implementierung und Evaluation. Darüber hinaus gibt der Leitfaden Tipps für Verhaltensweisen in sozialen Netzwerken. Die Publikation steht unter www.bitkom.org zum kostenlosen Download bereit.

UHRENTRENDS

DIE UHREN TICKEN WIEDER

Die Deutschen kaufen wieder vermehrt Armbanduhren. Das zeigt eine aktuelle Untersuchung der GfK Retail and Technology GmbH. Demnach stieg in den ersten neun Monaten des vergangenen Jahres der Absatz von Armbanduhren im Vergleich zum Vorjahr um 7 Prozent, der Umsatz legt sogar um knapp 10 Prozent zu. Laut Untersuchung greifen die Konsumenten aktuell gerne zu Uhren mit bunten Armbändern aus Silikon. Zunehmender Beliebtheit erfreuen sich zudem Uhren mit Armbändern aus Keramik. Zwei Trends, die auch für die Branchenmitglieder von Interesse sind.

DRESSCODE

DER PERFEKT GEKLEIDETE VERKÄUFER

Schon lange ist bekannt, dass das Erscheinungsbild des Verkäufers maßgeblich auf den Kunden wirkt. Doch welches Outfit trägt der erfolgreiche Vertriebsmitarbeiter? Mit diesem Thema hat sich jüngst eine Studie der Beratungsgesellschaft Pawlik Sales Consultants beschäftigt. Rund 2000 Kunden aus unterschiedlichen Branchen gaben für die Untersuchung Auskunft zum Thema Businessdress. Demnach trägt der perfekt gekleidete Verkäufer einen anthrazitfarbenen Anzug, ein helles unifarbene Hemd sowie eine einfarbige Krawatte. Klassische Halbschuhe und nur wenige dezente Accessoires ergänzen das Outfit. Wichtig ist insbesondere ein gepflegter Gesamteindruck, angefangen bei den Schuhen, über die Passform des Anzugs bis zur Frisur. Erst wenn alle Aspekte des äußeren Erscheinungsbildes zusammenpassen, ist die Basis für ein Vertrauensverhältnis zwischen Kunde und Vertriebsmitarbeiter gelegt, so die Studienergebnisse. Die 180 Seiten umfassende Studie kann bei der Pawlik Sales Consultants AG unter www.pawlik.de bestellt werden.



WERBEMARKT 2012

ZENITH SAGT STARKES WERBEJAHR VORAUSS

Der weltweite Werbemarkt gewinnt 2012 weiter an Dynamik. Die Großereignisse Fußball-Europameisterschaft, olympische Sommerspiele und US-Präsidentenwahlen werden den globalen Werbemarkt beflügeln und die Schuldenkrise in der Eurozone mehr als wettmachen. Das prognostiziert Zenith Optimedia in der aktuellen Studie „Advertising Expenditure Forecast“. Die Experten der Mediaagenturgruppe rechnen in laufenden Jahr mit einem weltweiten Anstieg der Werbinvestitionen um 4,7 Prozent (2011: 3,5 Prozent). Neben den Vier-Jahres-Ereignissen werde sich auch die Erholung Japans nach dem Erdbeben positiv auf den Werbemarkt auswirken. Beides zusammen werde voraussichtlich 7 Milliarden zusätzliche Werbe-Dollar in den Markt bringen. Für das Jahr 2013 sagt Zenith Optimedia ein globales Werbewachstum von 5,2 Prozent voraus.



Von markant bis zeitlos elegant

UMA[®]

*Die Handschrift
der Werbung*



GRUPPE BIE® 0112



ULTIMATE SI
1-0048 SI

ULTIMO transparent SI
1-0047 T-SI

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

www.uma-pen.com

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

AUMA-PRESSEGESPRÄCH

AUSSTELLER WOLLEN MEHR IN MESSEN INVESTIEREN

Messen sind und bleiben ein anerkanntes und beliebtes Marketinginstrument. Das zeigt eine aktuelle TNS-Emnid-Befragung unter 500 ausgewählten Ausstellern im Auftrag des AUMA. Ihre Ergebnisse gab Hans-Joachim Boekstegers, Vorsitzender des AUMA, jüngst im Pressegespräch des Verbandes in Frankfurt bekannt. Demnach planen trotz der



wachsenden Unsicherheit über die künftige Wirtschaftsentwicklung zahlreiche deutsche Aussteller ihre Messe-Etats für 2012/13 zu erhöhen. Getrieben wird diese Entwicklung von großen Unternehmen: 38 Prozent der Aussteller mit über 50 Millionen Euro Umsatz wollen die Messe-Etats steigern, von den kleineren sind es lediglich 27 Prozent. Gerne investiert wird unter anderem in den Messestand. Die Studie zeigt darüber hinaus, dass Messen in ihrer Bedeutung für die B2B-Kommunikation in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen sind. 85 Prozent der befragten Aussteller stufen sie als wichtig oder sehr wichtig ein. Auch die eigene Homepage, Direct Mailings und Werbung in der Fachpresse haben an Relevanz gewonnen. Verloren hat dagegen das zweite wichtige Face-to-face-Medium, der Außendienst. <

LEBENSMITTELBEDARFS-GENGEGENSTÄNDE AUS KUNSTSTOFF
NEUER LEITFADEN VERÖFFENTLICHT

Der pro-K Industrieverband Halbzeuge und Konsumprodukte aus Kunststoff e.V. hat einen nützlichen Leitfaden für Hersteller von Kunststoff-Mehrwegbedarfsgegenständen veröffentlicht. Das Merkblatt hilft bei der Umsetzung der Konformitätserklärung, deren Anforderungen sich nach Inkrafttreten der EU-Verordnung Nr. 10/2011 verändert haben. Kurz und übersichtlich beschreiben die Autoren des Leitfadens den



Zweck sowie die wesentlichen Merkmale der Konformitätserklärung. Zudem dient eine Muster-Erklärung als Hilfestellung. Die EU-Verordnung Nr. 10/2011 ist im Januar 2011 eingeführt worden. Sie löste eine Reihe von älteren Richtlinien ab, darunter auch die 15. Verordnung zur Änderung der Bedarfsgegenstände-verordnung vom April 2008. Dies hat auch Auswirkungen auf die Konformitätserklärung für Bedarfsgegenstände aus Kunststoff, die dafür bestimmt sind, mit Lebensmitteln in Kontakt zu kommen.

Sie muss weiterhin jedem Bedarfsgegenstand aus Kunststoff beigelegt sein, der in den Verkehr gebracht wird. Der pro-K-Leitfaden kann unter www.pro-kunststoff.de im Bereich „Technische Datenblätter“ heruntergeladen werden. <

PRESSE- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
SOCIAL MEDIA BLEIBT TRENDTHEMA

Social Media ist auch im kommenden Jahr für PR-Agenturen und Pressestellen wieder Trendthema Nummer eins. Das zeigt der aktuelle PR-Trendmonitor, den die DPA-Tochter News Aktuell und die Beratungsgesellschaft für Unternehmens- und Vertriebskommunikation Faktenkontor erhoben haben. Doch Social Media allein reicht nicht aus, um 2012 erfolgreiche Öffentlichkeitsarbeit zu machen. Laut der Kommunikationsprofis wird „Storytelling“ an Bedeutung gewinnen. Auf Platz vier und fünf der Trendthemen stehen „Mobile PR“ und „Apps“. An der Untersuchung haben sich 2.570 Fach- und Führungskräfte aus PR-Agenturen und Pressestellen beteiligt. <



CUSTOMISED SPECIALS!

*Werbewirkung
schmeckt!*

Markenqualität & Individualität für maximale Werbewirkung!



Die einzigartigen Schokolinsen!

- + individueller Druck auf der Linse
- + 16 Linsenfarben zur Wahl
- + individueller Druck der Verpackungen
1-4 farbiger Druck auf der Dose oder dem Werbetütchen



Metallbox 20 g
personalisiert



Tütchen 10 g
personalisiert



Wir informieren Sie gerne!
Vertriebs-Hotline: 07643/801-25, -26, -479, -550
Vertrieb über Werbemittelfachhandel.

Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG
Holzmattenstraße 22, D-79336 Herbolzheim



www.suesse-werbung.de



HOBBY, HANDWERK, GRILLEN

HANDLICHE BOTSCHAFTEN

Das Themengebiet dieser Rubrik umkreist Tätigkeiten, die vor allem den Gebrauch der Hände erfordern. Und damit die Sinne, mit denen wir dreidimensionale Werbung am unmittelbarsten wahrnehmen: alles in allem also Produkte, welche „handliche“ Botschaften vermitteln.

Sie liegen nah beisammen, ja fließen zum Teil auch ineinander: Die Themen Hobby, Handwerk, Grillen umfassen Beruf und Freizeit. Und die dazugehörigen Produkte erfüllen ganz bestimmte Funktionen. Sind sie von guter Qualität, werden sie auch ständig gebraucht. Die Werbeartikelbranche bietet eine Vielzahl qualitativ hochwertiger, zudem auch äußerlich sehr attraktiver Produkte, die den Arbeitsalltag erleichtern oder bei Freizeitaktivitäten gern zur Hand genommen werden. Permanenter Begleiter ist die mit dem entsprechenden Werkzeug oder begleitenden Accessoire transportierte Werbebotschaft. Je besser, schöner das Produkt, desto häufiger wird es gebraucht. Denn vor allem hier, bei der beruflichen Notwendigkeit des Handwerks und beliebten Beschäftigungen wie Hobby und Grillen, zeigt sich: Qualität gepaart mit adäquatem Design wirkt. Die auf den folgenden Seiten gezeigten Artikel haben in dieser Hinsicht allesamt das Zeug zu überzeugenden werblichen Dauerbrennern. Denn sie kommen aus guten Händen – und sind auch für solche bestimmt.



XXL-POWER

Mit dem XXL-Satz beantwortet Wera die häufige Frage nach den wichtigsten Schraubendrehern, die man in der Werkstatt haben sollte. Die Mischung aus zwei Schraubmeißeln für härtere Jobs, sieben Werkstatt-Schraubendrehern, zwei bei 10.000 Volt stückgeprüften VDE-Schraubendrehern und einem Spannungsprüfer macht aus diesem XXL-Satz ein Sortiment, mit dem man für die häufigsten Anforderungen bestens gewappnet ist. Die Schraubmeißel und Schraubendreher verfügen über den Kraftform-Griff, der durch die optimale Kombination aus Hart- und Weichzonen für hohe Ergonomie bei gleichzeitig hoher Arbeitsgeschwindigkeit auch im längerfristigen Einsatz sorgt. Die Schraubmeißel können dabei nicht nur zum Schrauben, sondern auch zum Meißeln, Stemmen oder Schlagen genutzt werden. Zwei Racks – für eine ordentliche Aufbewahrung dieser Werkzeuge – runden den XXL-Satz ab.

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

GRILLEN OHNE SPASSBREMSE

Wer macht nach der Sommerparty den Grill sauber? Diese Frage hat schon manchem Barbecue-Fan die gute Laune verdorben. Das muss aber nicht sein, denn Clean Promotion bietet als Spezialist für Reinigungsmittel einen Grillreiniger an, der Verkrustungen und festgebrannte Speisereste im Handumdrehen entfernt. Die Anwendung ist einfach und problemlos, Kraftanstrengungen gehören der Vergangenheit an. Auch Kunststoffreiniger für Gartenmöbel, Algen- und Moosentferner sowie Wohnwagen- und Cabriodachreiniger gehören zum umfangreichen Sortiment von Clean Promotion.

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



-Anzeige-

forma-bmi®

BMI body-mass-index
zur genauen Berechnung Ihres BMI
body mass index



hoechstmass®

Seit 100 Jahren Maßbänder und Rollbandmaße

Hoechstmass Balzer GmbH

Wiesenstraße 13
D-65843 Sulzbach/Ts.

Telefon 0049 - 61 96/50 05-0
Telefax 0049 - 61 96/50 05 55

e-mail: info@hoechstmass.com

www.hoechstmass.com



IMMER GRIFFBEREIT

Die magnetischen Werkzeugkästen, die kürzlich in das Sortiment von Goudsmit Magnetic Design aufgenommen wurden, halten Schrauben, Muttern, Schraubenschlüssel und andere Werkzeuge immer griffbereit. Die Befestigung ist dank der beiden kräftigen Magnete auf fast allen Metallen möglich, auch in Überkopfposition, zum Beispiel bei einer Reparatur unter dem Auto. Eine Gummimanschette verhindert das Zerkratzen der Oberfläche. Werbung lässt sich durch Gravur oder einen Sticker anbringen. Die Maße sind 240 x 140 x 42 Millimeter.

43808 • Goudsmit Magnetic Design B. V. • Tel +31 40 2212475

design@goudsmit-magnetics.nl • www.goudsmit-design.com

SO MACHT GRILLEN SPASS

Wer hat das nicht schon erlebt: Die Gäste sind da, die Salate längst fertig und die Getränke gekühlt, nur das Grillen will nicht in Gang kommen, weil die Holzkohle ewig nicht durchglüht. Exklusiv bei Kandinsky kann nun die Problemlösung bestellt werden: der Looftlighter. Das Gerät entfacht mit bis zu 600 Grad Celsius die notwendige Glut für ein sehr schnelles Durchglühen der Kohle. Flüssige Anzündter sind nicht notwendig, was die Angelegenheit wesentlich sicherer macht. Schon nach wenigen Minuten kann der Grillspaß beginnen. Mehr Informationen lassen sich unter www.looft-shop.de abrufen.

46232 • Kandinsky Deutschland GmbH • Tel +49 211 7705770

info@kandinsky.de • www.kandinsky.de



SPIELEND WERBEN

Mit dem neuen G-Start-Set von Piko kommt Dampf in den Garten. Passend zur neuen Frühlings- und Gartensaison präsentiert der traditionsreiche Modelleisenbahnhersteller für alle, die es gerne mal größer mögen, die wetterfesten Garteneisenbahnen. Mit dem Startset wird der Einstieg in die Gartenbahnspur (4,5 Zentimeter Spurweite) leicht gemacht. Die imposanten Modelle sind natürlich auch für drinnen geeignet, zum Beispiel als Schaufensterdekoration. Besonders robuste Materialien und Lacke sorgen dafür, dass der Spielspaß auch nach Jahren noch anhält. Das Set kann unter der Bezeichnung Güterzug BR 80 bestellt werden und besteht aus einer Dampflokomotive BR 80, zwei Schüttgutwagen, einem Schienenkreis von 120 Zentimetern, Transformator, Hand-Fahrregler sowie der Anschlussklemme.

45291 • Piko Spielwaren GmbH • Tel +49 3675 897228

p.unbehaun@piko.de • www.piko.de

-Anzeige-



IntracoTrading^{by}

www.intraco.nl



ECHTES MULTITALENT

Zum Angebot der Spranz GmbH gehört ein Stabfeuerzeug, das nicht nur außergewöhnlich gestylt ist, sondern durch den integrierten Kapselheber aus dem Rahmen fällt. Das ist aber noch nicht alles, denn eine LED und ein Magnet zum Anheften, beispielsweise an den Kühlschrank, machen das Feuerzeug zum echten Multitalent. Für Werbebotschaften steht eine große Fläche zur Verfügung, die Lieferung erfolgt in einer Holzschatulle mit Metallplatte. Der Artikel erfüllt alle ISO-Sicherheitsnormen und weist eine Kindersicherung auf. Batterien gehören zum Lieferumfang, auch die Anfangsfüllung ist inklusive.

41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 984880

info@spranz.de • www.spranz.de

KLARER BLICK – HOHE SICHERHEIT

Wenn es um den Schutz der Augen geht, sollte größte Sorgfalt bei der Auswahl einer geeigneten Arbeitsschutzbrille an den Tag gelegt werden. Die Kasper & Richter GmbH präsentiert jetzt ein brandneues Modell, das in zwei Ausführungen erhältlich ist: mit klaren Scheiben und silbern verspiegelt. Die Brille besitzt einen hohen Tragekomfort (außen weich – innen hart) sowie Bügel, die sowohl in der Länge als auch in der Neigung verstellt werden können. Zusätzlich kann sie mit folgenden Features glänzen: Schutz vor mechanischen Risiken, Schutz vor Stößen, Sonnenschutz UV 400 und Kontrastverbesserung.

40043 • Kasper & Richter GmbH & Co. KG • Tel +49 9131 506550

info@kasper-richter.de • www.kasper-richter.com



WÜRZIGE TRÄUME

Es ist zwar noch ein wenig Zeit bis zur Eröffnung der nächsten Grillsaison, aber Träumen von pikanten Genüssen kann man wohl jetzt schon. Auch bei Plantanas hat man sich bereits jetzt viele Gedanken um Grillsteaks, Würstchen und Spare Ribs gemacht und gleich 20 weitere Grill- und BBQ-Gewürze ins ohnehin schon üppige Angebot von über 300 Gewürzen genommen. Angefangen von Ananascurry bis zur Zimtpflaumenmischung finden sich hier alle Reingewürze, Gewürz-Zucker, Gewürz-Salze und vieles mehr in höchster Qualität. Alle Produkte sind frei von Glutamat und Geschmacksverstärkern.

47992 • Plantanas Group GmbH • Tel +49 7306 926230

info@plantanas.de • www.werben-mit-tee.de

-Anzeige-

TOPPOINT®

Breite Ergänzung des
Sortiments Textmarkers!

Ab € 0,665
Inkl. 1-fbg. Druck

Eigenes Design und Produktion

SEE YOU AT 51st PSI SHOW 2013

9. – 11. JANUARY 2013

www.psi-messe.com



**MORE TRENDS.
MORE BRANDS.
MORE OPPORTUNITIES.**



MOBILE GRILLFREUDEN

Mit dem mobilen Klappgrill namens Summer Evening von Inspirion ist man auf spontane Grillevents gut vorbereitet. Der handliche Metallgrill lässt sich schnell auf- und zusammenklappen. Im geschlossenen Zustand beträgt die Tiefe nur 2,5 Zentimeter und mit einem Gewicht von lediglich drei Kilogramm kann der Grill bequem transportiert werden. Seitliche Belüftungslöcher sorgen für ein schnelles Erreichen der richtigen Grilltemperatur. Der dreiteilige Grillrost lässt sich ebenfalls klappen, sodass auch beispielsweise Folienkartoffeln in der Glut erhitzt werden können.

42907 • Inspirion GmbH • Tel +49 421 52270

info@inspirion.eu • www.inspirion.eu

RICHTUNGSWEISEND

Der funktional-durchdachte Kompass Smart Guide von Troika gehört in die Hände von Männern und Frauen, die immer wissen, wo es lang geht. Das robuste Gehäuse aus matt verchromtem Metallguss sorgt für eine sehr lange Lebensdauer, wodurch auch eine Werbebotschaft ewig im Blickfeld bleibt. Der Spiegel im Deckel erleichtert das exakte Peilen. Die Lieferung erfolgt inklusive des schützenden Microfaser-Etuis in einer geschmackvollen Geschenkbox.

46311 • Troika Germany GmbH • Tel +49 2662 95110

d.roether@troika.de • www.troika.org



MIT MUSIK GEHT ALLES BESSER

Arbeitsmediziner wissen es schon sehr lange: Musik am Arbeitsplatz kann das Leistungsvermögen und die Motivation erhöhen. Bei der Hugo Brennenstuhl GmbH hat man diese Erkenntnis auf geniale Weise umgesetzt, denn hier ist eine Kabeltrommel zu haben, in die ein Radio integriert wurde. So steht bei der Arbeit oder auch in der Freizeit immer der richtige Sound zur Verfügung. Durch den Überhitzungsschutz und eine Kontroll-Leuchte ist auch für die Sicherheit gesorgt.

41141 • Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. KG • Tel +49 7071 8801186

werbemittel@brennenstuhl.de • www.brennenstuhl.com

-Anzeige-



Autosonnenblenden Car Sunshades Pare-soleil

clippy®

25
YEARS
ANNIVERSARY



Jumbo 800
130 x 75 cm



Maxi 500
130 x 60 cm

47 x 33 cm

Compact
130 x 60 cm

**Static
side window**



29,7 x 21 cm



Winter Shield
175 x 75 cm



**More than 25 different
sunscreen models**



clippy®
PSI
Member

www.clippy.com

clippy@clippy.com
+34 91 523 82 06



ELEGANTE ERSCHEINUNG

Gewürze sind und bleiben etwas Edles, da sollte die Dose zur Aufbewahrung in nichts nachstehen. ADV PAX Lutec präsentiert eine moderne Variante einer Gewürzdose, die gemeinsam mit der Firma f.e.b. entwickelt wurde. Dazu wurde die Form eines Lippenstifts gewählt. Die einzigartige Dose aus Weißblech wird mit Deckel oder Streueinsatz geliefert. Der Clou: Im Boden ist ein Sichtfenster integriert, der Inhalt wird so zum Eyecatcher. Mit der edlen Gewürzdose kann auch die nächste Grillparty steigen.

46850 • ADV Pax Lutec Vertriebs GmbH • Tel +49 7123 380070
info@adv-pax.de • www.adv-pax.de

ALLESKÖNNER

Die Serie Neocountry von Carl Mertens ist ein echter Alleskönner für drinnen und draußen. Mit ihr bieten die Solinger Besteckspezialisten erstmals eine komplette Accessoire-Linie für den gedeckten Tisch im Freien. Die Besteckeinzelteile aus bestem Edelstahl werden als Set in einem Holzblock mit praktischem Tragegriff geliefert. Ergänzend gibt es den hübschen Utensilienkorb, in dem Dressings und Barbecue-Soßen edel verstaut zu Tisch gebracht werden können. Formschön und funktional zugleich zeigt sich das Neocountry-Servierbrett zum Anrichten von Grillgut, Käse und Bot.

47676 • Carl Mertens Besteckfabrik GmbH • Tel +49 212 2422517
info@carl-mertens.com • www.carl-mertens.com



LICHT IN JEDER ECKE

Die LED-Taschenlampe Reflect von Topico bringt Licht ins Dunkel. Bei Bedarf lässt sich der Teleskophals ausziehen und leuchtet in jede Ecke. Im ausgezogenen Zustand hat die Lampe eine Länge von 55 Zentimetern. Zusätzlich steht ein um 360 Grad drehbarer Lampenkopf zur Verfügung, mit dem sich auch schwer erreichbare Ecken hinter dem Schrank oder im Motorraum ausleuchten lassen. Für ausreichende Leuchtkraft sorgen drei weiße LED.

44327 • Topico Handels-GmbH & Co. KG • Tel +49 421 6965470
sales@topico.de • www.topico.de





ENERGIE FÜR UNTERWEGS

Das kennt fast jeder: Man ist unterwegs, die Batterie vom Handy oder Laptop ist leer und das Ladekabel liegt zu Hause. Was nun? Das Problem taucht gar nicht erst auf, wenn der BrandCharger 2/2S an Bord ist. Dieser praktische Adapter für den Betrieb am Zigarettenanzünder oder einer Steckdose im Auto ist mit den mitgelieferten Steckern jederzeit in der Lage, Energie an das Handy, den MP3-Player, das Navigationssystem oder das Notebook zu transportieren. Und das Beste: Immer wenn der BrandCharger in Betrieb ist, leuchtet das wunschgemäß applizierte Firmenlogo hell auf. Eine Werbebotschaft bleibt damit deutlich und langfristig im Blickfeld. Außerdem kann der BrandCharger ein Jingle abspielen und das bis zu 12 Sekunden.

48361 • BrandCharger Europe VOF • Tel +31 10 4434352
info@brandcharger.eu • www.brandcharger.eu



NOBLES PRÄSENT

Was nur soll man anspruchsvollen Feinschmeckern schenken? Peugeot hat eine interessante Antwort auf diese Frage entwickelt: die neue, fünfteilige Geschenkbox der Elis sense. In der hochwertigen Kartonage befindet sich eine komplette Ausstattung für perfektes Mahlen: eine Pfeffer- sowie Salzmühle Elis sense mit je sechs Batterien, eine Alpha-Menage und je eine Nachfülldose Pfeffer und Salz mit Dosierhilfe. Das edle Mühlen duo ist mit der von Peugeot patentierten U'Select Mahlgrad-Technologie ausgestattet. Eine LED unter der Mühle erlaubt eine genaue Dosierung. Lieferant ist die PSP Deutschland GmbH.

48500 • PSP Deutschland GmbH • Tel +49 2556 902110
pspdeutschland@psp-peugeot.com • www.psp-peugeot.de

-Anzeige-

TOPPOINT®
Alicante Kugelschreiber
Ab € 0,375 pro Stück
inkl. Lasergravur!

EM-2012

DAS RUNDE MUSS INS ECKIGE!



CD AB 0,89€

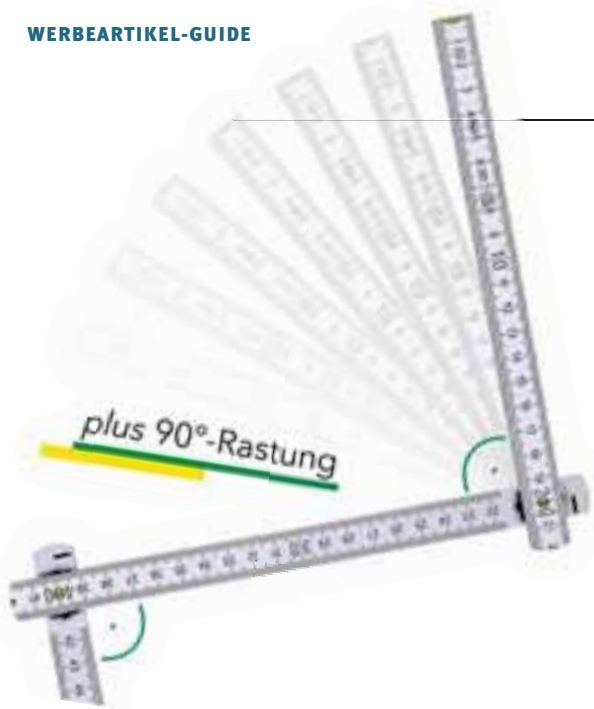
*ACHT TITEL BEI EINER
AUFLAGE VON 10.000 STK
IN KARTONSTECKTASCHE



HIER KÖNNTE
IHRE WERBUNG
STEHEN!

MULTIMEDIA GÜTERSLOH
TEL: 05241 - 9603-0
INFO@MM-MULTIMEDIA.COM

multimedia
more than music



SPITZENMODELL MIT ZUSATZFUNKTION

Sein Zollstock-Spitzenmodell Adga 250 hat die Adga Adolf Gampper GmbH um eine weitere Funktion erweitert. Die bisherigen Vorteile der Gelenkfeder werden nun kombiniert mit einer neu entwickelten „weichen“ 90-Grad-Rasterung. Damit steht dem Praktiker immer ein rechter Winkel zum Anreißen zur Verfügung. Für Werbeanbringungen kann der Hersteller alle gängigen Druckverfahren anbieten. Muster werden auf Anfrage zur Verfügung gestellt.

42860 • Adga Adolf Gampper GmbH • Tel +49 7903 1500

info@adga.de • www.adga.de

SCHNEIDEN MIT SPASS

Die Schneidbox von Ideenreich ist mehr als nur ein bloßes Schneidbrett. Das „Geheimnis“ sind die integrierten Schubladen, die in zwei Ebenen unter der Arbeitsfläche untergebracht sind. Somit steht ein platzsparendes System zur Verfügung, das in der Küche ebenso zum Einsatz kommt wie beim Grillen. Das stabile, dreilagig gearbeitete Bambus-Schneidbrett ist beidseitig nutzbar, mit oder ohne Safrille. Das Schubladensystem ist aus Edelstahl. Das patentierte Produkt wurde unter anderem mit dem BBQ Award ausgezeichnet.

48502 • Ideenreich • Tel +49 2542 95465349

info@schneidbox.de • www.schneidbox.de



GRILLGENUSS DER NEUEN ART

Grillen ist längst nicht mehr auf Würstchen, Nackensteaks und Spare Ribs beschränkt, denn echte BBQ-Fans stehen mehr auf edle Genüsse wie Krustentiere, Gemüse, feinsten Fisch oder zartes Geflügel. Da kommt das vierteilige Grillset von Peugeot gerade recht, um den hohen Ansprüchen der BBQ-Gourmets gerecht zu werden. Es besteht aus einer Peugeot-Pfeffermühle mit dem bewährten U'Select-Mahlwerk, einer Gewürzdose mit 70 Gramm Malabar-Pfeffer, einer feuerfesten Pillivuyt-Porzellanform und einem Pillivuyt-Grillhandschuh. Bestellungen nimmt die PSP Deutschland GmbH entgegen.

48500 • PSP Deutschland GmbH • Tel +49 2556 902110

pspdeutschland@psp-peugeot.com • www.psp-peugeot.de



-Anzeige-





**ZETTLER
KALENDER**

Ihr Partner für Werbekalender

Zettler Kalender GmbH, Alpenstr. 3, 86830 Schwabmünchen
Tel. 0 82 32 / 96 13 - 27, Fax 0 82 32 / 96 13 - 80, www.zettler.de

Stunning Awards & Paperweights...

...3D images of your logo and/or your product, or building or any design can be internally engraved in crystal. Bespoke and 'off the shelf' metal awards. Ideal for corporate gifts, achievement awards and commemorative pieces.



www.3dcrystalart.co.uk
t +44 (0) 1923 777477 e sales@3dcrystalart.co.uk

Just imagine...



erga
Italian works of art since 1968

Discover the wonders of
digital print

...we can do it

info@ergaonline.com www.ergaonline.com

Mit **Wellness** werben!
Advertising with **wellness!**



WAGUS

**Wellness
Fitness
Therapy**

WAGUS GmbH
GERMANY
+49(0) 7242/93790
info@wagus.de
www.wagus.de



Brillante - Barocke - Kugelschneider - Linien - Spitze - Fächer
mit SWAROVSKI ELEMENTS

Standardgraph Zeichentechnik GmbH
DE-42338 Gelsenried, Sprestr. 27-31
Tel. 05171-388 0 * mail: info@standardgraph.de

design + made by **DNS**



nautiloop
die aufwickelbare Werbetasche

- inkl. Einkaufswagenchip
- ab 125 Stück erhältlich
- made in Germany
- 4 Designpreise

www.dns-design.de

Boeckling

Improve Your Brand With Color



www.boeckling.de

GmbH & Co. KG

**SUPERIOR
SUN PROTECTION
WHERE YOU NEED IT**



SKINCOM AG
Alte Steinhäuserstrasse 35, CH 6330 Cham
Tel: +41 (0) 840 333 777
www.skincom.com

SKINCOM
SUN PROTECTION



SCHARF AUF NATUR

Mit ihrer neuen Messerserie namens Der scharfe Heinrich verbindet die Flörke GmbH Solinger Top-Qualität mit guter Handlichkeit des Griffs und innovativem Materialmix (PP, Holzfaser, Biokunststoff). Die Klinge aus rostfreiem Edelstahl wird in einer traditionsreichen Solinger Messer-Manufaktur produziert und garantiert durch den präzisen Hohlsliff eine hohe Schnitthaltigkeit. Die Maserung der Messergriffe ist der Holzoptik und -haptik der Natur angepasst. Der für die Herstellung der Griffe eingesetzte Bio-Kunststoff ist zu 100 Prozent biologisch abbaubar.

44294 • Hermann Flörke GmbH • Tel +49 6104 73373

info@floerke.de • www.floerke.de

WITZIGE IDEE

Bei e!xact kann ein Handyhalter bestellt werden, der an Originalität kaum zu überbieten ist. Die Erfinder haben ihn liebevoll auf den Namen Händi Pömpeli getauft. Und so funktioniert er: den Saugkopf einfach auf die Rückseite des Handys drücken und schon steht ein idealer Halter zur Verfügung. Werbung lässt sich auf den Holzstiel und/oder auf den Silikon-Pfropfen drücken.

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

psi@e-xact.de • www.e-xact.de



NOSTALGIE PUR

Drei Koryphäen setzten sich zusammen und tüftelten: Der geniale bretonische Sternekoch und Gewürzspezialist Olivier Roellinger, die Industrie-Designerin Sylvie Amar und Peugeot, Marktführer in Sachen Gewürzmühlen. Heraus kam eine kleine, aber feine Pfeffermühle namens Le Moulin d'Olivier Roellinger. Das Outfit erinnert an Omas Kaffeemühle, der Korpus ist aber nur 13 Zentimeter hoch. Im Inneren beherbergt er das perfekt abgestimmte Mahlwerk von Peugeot mit dem Markenzeichen des Löwen. Damit lassen sich fast alle Gewürze präzise mahlen. Lieferant ist die PSP Deutschland GmbH.

48500 • PSP Deutschland GmbH • Tel +49 2556 902110

pspdeutschland@psp-peugeot.com • www.psp-peugeot.de

-Anzeige-

TOPPOINT®

EXTRANET

Bestellungen über das Extranet:
schnell, und einfach
+ 2% Extra Rabatt



NIE MEHR VERBRANNT FINGER

Wo sind die Topfhandschuhe? Diese Frage stellt sich immer dann, wenn es in der Küche oder am Grill gerade heiß hergeht und das im wahrsten Sinn des Wortes. Bei der Firma Royal VKB gibt es jetzt eine originelle Antwort, denn hier ist eine Schürze zu haben, in die die Handschuhe integriert wurden. Auch ein Küchentuch kann an den praktischen Knöpfen befestigt werden. Die Schürze besteht aus 100 Prozent Baumwolle und kann daher in der Maschine gewaschen werden. Die Verpackung erfolgt in einer farbigen Geschenkbox.

48386 • Royal VKB • Tel +31 79 3680580
i.haast@royalvkb.com • www.royalvkb.com

-Anzeigen-

Wir gratulieren PSI zum 50. Geburtstag!

Unsere erfolgreichsten Kartenspiele!

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

Globus Warenhandel GmbH
Krefelder Str. 11 • 41747 Viersen • phone. 02162 81639-15

PROFESSIONAL ADVERTISING PRODUCTS
NEW HIGHLITE 2012

LIGHTER WITH
STORM & NORMAL FLAME
- 3 TANK - SAVE GAS

Premium
NASS®

more info: www.globus-online.com



MOBILES SOUNDWUNDER

Auf Baustellen, bei der Gartenarbeit, bei der Sommerparty, im Schwimmbad oder in der Werkstatt sollte das Spritzwasser geschützte UKW-Radio TR-44 von Ceotra nicht fehlen. Schon das Äußere weist darauf hin, dass das Gehäuse extreme Belastungen bequem aushält. Und die Bedienelemente sind sehr groß gehalten, um das Einstellen eines anderen Senders auch mit Handschuhen zu ermöglichen. Der Betrieb ist mit Batterien oder am Netz möglich. Die Leistungsfähigkeit wird mit 7 Watt RMS angegeben.

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

HYGIENE GEHT VOR

Wer mit Lebensmitteln umgeht, egal ob in der Profiküche, zu Hause oder am Grill, sollte hygienisch saubere Hände haben. Als idealer Helfer steht hierfür das Handreinigungsgel von Francos zur Verfügung. Mit der antibakteriellen Substanz wird den Keimen und Viren der Kampf angesagt und das ohne Wasser oder Seife. Das Gel wird einfach auf der Handoberfläche verteilt und schon kurz nach dem Verdunsten des Alkohols entfaltet es seine volle Wirkung. Gleichzeitig wird die Haut mit Feuchtigkeit spendenden Inhaltsstoffen gepflegt. Die Etiketten der Flaschen können in bis zur vier Farben bedruckt werden. Das Gel ist in verschiedenen Farben und Duftnoten lieferbar.

47463 • Francos GmbH • Tel +49 2521 8255112
info@francos-gmbh.de • www.francos-gmbh.de



-Anzeige-

www.elektronica.de

EB-062 Metall

Dieses kleine Schwarze sollte immer dabei sein!

it's my flame!

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



WERKZEUG IST MERKZEUG

Werkzeuge und Werkzeugboxen gibt es wie Sand am Meer. Der Importeur HNC AG hat daher einige Kombinationen entwickelt, die absolut einmalig sind und auch einen sehr hohen Nutzen für den Beschenkten haben. Das equipe-Werkzeugset namens Tramper zum Beispiel wird mit Schlitz- und Kreuzschraubendreher, Säge, Messerklinge, Flaschenöffner und anderen praktischen Tools zum unentbehrlichen Helfer in der Freizeit, beim Hobby, bei allen Outdoor-Aktivitäten oder im Auto. Auch andere Werkzeugtools wie das neunteilige Taschenmesser Scout oder das handliche Set Ladylike stehen dem Tramper-Set in Qualität, Robustheit und Preiswürdigkeit in nichts nach.

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

FUNKTIONALITÄT TRIFFT DESIGN

Die Grundphilosophie der Marke Schwarzwolf ist, hohe Funktionalität mit prägnanten, modernen Designs zu kombinieren. Das ist auch beim neuen Multitool-Mini mit dem klangvollen Namen Armador gelungen. Das Tool besteht aus zehn Werkzeugen und wird in einem schwarzen Nylonetui verstaut. Die Werkzeuge sind aus bestem rostfreiem Stahl hergestellt. Das Gehäuse besteht aus Aluminium, das rutschfest beschichtet ist. Zu haben sind die Farben Grau, Grün, Orange, Rot und Blau. Werbeaussagen werden per Laser appliziert. Bestellungen nimmt die Firma iMi Partner A. S. entgegen.

47996 • iMi Partner A. S. • Tel +420 545
tomas.kaderka@imi.cz • www.imi.cz



WÜRZIGE WERBUNG

Mit den Gewürzpacks der emotion factory GmbH kommt Würze in jede Werbeaktivität. Die transparenten Tüten sind mit getrockneten Chilischoten gefüllt, ein Gewürz, das auf keiner Grillparty oder zu Hause in der Küche fehlen sollte. Es sind aber auch andere Sorten lieferbar, zum Beispiel Pfeffer oder Salz. Die individuelle Werbebotschaft findet Platz auf der komplett bedruckbaren Werbekarte, die oben an der Tüte angebracht ist. So wird der Gewürzpack zum idealen Mailingbegleiter.

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

-Anzeige-



cmerch.de Alles aus einer Hand...
WERBEARTIKEL · TEXTILIEN · EVENTS

Ohrstöpsel

Kontrollarmbänder **Regenponchos**

Concert-Merchandising GmbH
Vertriebsgesellschaft für Eventwerbemittel
Max-Eyth-Str. 11 · 74354 Besigheim-Ottmarsheim
Tel.: ++49-7143-9605-0 · Fax: ++49-7143-9605-19
info@cmerch.de · www.cmerch.de

Wir wecken Emotionen

e. wilhelm etuis
E. Wilhelm GmbH, Fabrikstrasse 25, D-77966 Kappel-Grafenhausen, Tel.: +49 (0) 78 22/769-0
Fax: +49 (0) 78 22/769-550, info@wilhelm-etuis.com, www.wilhelm-etuis.com

GREEN PLANET

PRODUCTS MADE OUT OF RECYCLED AND/OR BIO-DEGRADABLE MATERIALS

ICO
export@ico.hu
www.ico.eu

GREENPLAST MATERIAL
RECYCLED MATERIAL
GREEN PLANET

BIOPLASTICS IN THE TOP5 AWARD 2010

RITTER Pen GERMANY

INSIDER
Art.-Nr.: 42300
www.ritter-pen.de

makito benelux

MAG-LED® Technology

PERFEKTES Design
PERFEKTES FOKUSSIERBARES Licht

MAG-LITE®
www.maglite.de

ARWEY FUNCTIONAL NOTEBOOKS

Mehr als Notizbücher...
Werbung in Perfektion

NOTE ECO BIOGRAPHIC NOTEBOOKS

ACAR Europe GmbH – Louisenstr. 21-23 – 61348 Bad Homburg / Germany
Phone: +49-6172-17107-10 / Fax: +49-6172-17107-29
mail: info@acar-europe.de – www.acar-europe.de

MaCookie
delicious way to remember

Cookies in metal tins with your design!

www.macookie.dk

Drejensvej 98 - DK 6000 Kolding - Tel: +4575560560



KLEIN, ABER OHO

Die HNC AG entwickelte zusammen mit Smartlite die wahrscheinlich kleinste und hellste Arbeitsleuchte der Welt ihrer Art. Die von der Raumfahrt übernommene Technologie mit dem Einsatz von Hochleistungs-LEDs ermöglicht eine Leuchtkraft, die etwa das Fünfzigfache normaler LEDs erreicht. Darauf haben nicht nur Profis gewartet, sondern jeder, der beim Handwerken oder in der Freizeit eine extrem helle und robuste Arbeitsleuchte benötigt. Eine kompakte Größe – die Lampe ist nur 24 Zentimeter lang – macht ein exaktes Ausleuchten auch in verwinkelten Bereichen von Maschinen oder im Motorraum des Autos möglich.

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

ZUM SELBSTDRUCKEN

Bei Goudsmit kann man jetzt eine magnetische Folie bestellen, die mit dem letzten Urlaubsfoto, einer Präsentation oder einer selbst kreierten Grafik bedruckt werden kann. Mit dem PC und einem Tintenstrahldrucker kann man auf diese einfache Weise seine eigenen Kühlschrankmagnete herstellen. Das Material ist flexibel, auf der einen Seite magnetisch und auf der anderen Seite mit einer bedruckbaren Schicht versehen. Durch die starke Magnetkraft bleibt jede Werbebotschaft gut haften und lange im Blickfeld.

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



DER ANDERE BLAUMANN

Für Handwerker ist eine Mappe mit Arbeitsmaterialien für die Aufnahme der Aufmaße und des Arbeitsauftrages unverzichtbar. Unter dem Namen Blaumann bietet Bühring eine solche Mappe an, passend für einen DIN-A4-Block, Mobiltelefon, Visitenkarten, Schreibgeräte, Zollstock und Taschenrechner. Vorwiegend wird Kunstleder in Standardfarben als Material eingesetzt. Sonderanfertigungen sind aber möglich, auch der Inhalt kann auf Anfrage individuell gestaltet werden. Für Werbeanbringungen empfiehlt Bühring Prägung oder Druck.

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

sanaflex®
Gesundheitsmaß
Auf den Zentimeter genau,
Gewichtskontrolle nach Maß

hoechstmass®
Seit 100 Jahren Maßbänder und Rollbandmaße



Hoechstmass Balzer GmbH
Wiesenstraße 13 Telefon 0049 - 61 96/50 05-0 e-mail: info@hoechstmass.com
D-65843 Sulzbach/Ts. Telefax 0049 - 61 96/50 05 55 www.hoechstmass.com

Spranz GmbH

Der **neue** Katalog ist da!



www.spranz.de

Hanes all you need.®

www.hanes.eu

Cool-DRI® sports
collection 2012



Cool-DRI®

Büroartikel
so individuell wie Ihre Kunden!



siplast.de

Telefon: +49 (0) 27 32.59 22.0
Fax: +49 (0) 27 32.59 22.51
E-Mail: info@siplast.de

LUX ZORR Go



KP Plattner
RAUCHERBEDARF & WERBEARTIKEL

A-6063 Innsbruck - Steinbockallee 9 - Telefon +43 (0)512 / 264064 - Fax +43 (0)512 / 266494 - office@kp-plattner.at
www.kp-plattner.at



FEUER UND FLAMME

Es soll Leute geben, die sogar im Winter grillen. Aber egal zu welcher Jahreszeit, irgendwie muss das Feuer angezündet werden. Da kommen die BBQ-Feuerzeuge der Marken Zorr und Lux, beide im Sortiment von KP Plattner, gerade recht. Natürlich lassen sich auch Kerzen, Zigarren oder Kamine damit entzünden. Die Artikel erfüllen höchste Qualitätsstandards, wie zum Beispiel die ISO 22702. Die Werbeanbringung wird im Hause Plattner vorgenommen.

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

LADEN UND TELEFONIEREN

Der MiniCharger Max von Intraco ist nicht nur praktisch, sondern originell. Denn er dient nicht nur zum Aufladen von beispielsweise iPhones, er besitzt auch einen Telefonhörer wie in alten Zeiten. Damit wird das Einklemmen des Handys zwischen Kopf und Schulter vermieden, die Muskeln werden geschont. Werbung lässt sich auf Anfrage anbringen. Der MiniCharger ist kompatibel mit iPhone, iPad und iPod Touch.

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



POWERLICHT AM SCHLÜSSEL

Die Produktpalette der LED-Lenser-Schlüsselleuchten von Zweibrüder Optoelectronics wird durch das neue, leistungsstarke Modell LED Lenser P3 AFS P erweitert. Die Schlüsselleuchte erreicht mit bis zu 75 Lumen ein Vielfaches der bisher möglichen Leuchtkraft. In ihr kommen Innovationen zum Einsatz, die ursprünglich für größere, teurere, hochwertige Taschenlampen entwickelt wurden und mittlerweile weltweit im Einsatz sind. So wird in der Schlüsselleuchte die bewährte Reflektorlinse des Advanced-Focus-System mit einer Leuchtweite von bis zu 120 Metern eingesetzt. Besonders komfortabel ist dabei die Gestaltung des Lichtkegels. Über die Einhandfokussierung Speed Focus kann der Lampenkopf verschoben und die Breite des Lichtstrahls an die jeweiligen Anforderungen angepasst werden.

44323 • Zweibrüder Optoelectronics GmbH • Tel +49 212 59480
info@zweibrueeder.com • www.zweibrueeder.com



-Anzeige-





**2 VON 14 NEUHEITEN
BESONDERS
SCHÖNES WERKZEUG!**

selter
wirkt ...

www.selter.com

Geht nicht - gibt's nicht!

Quantensprung in der Dekortechnik
UV-DirectPrint
BESSER · SCHNELLER · GÜNSTIGER



WWW.KOESSINGER.DE
KOESSINGER AG · info@koessinger.de · Tel. 09451/499-0



**Ihre Ideen,
unser Know-How!**

- Aromatücher
- Kosmetiktuben
- Erfrischungstücher
- Kosmetiksachets

bb med.®
product GmbH

Ihr Ansprechpartner:
Frau Jennifer Nellessen
jennifer.nellessen@bb-kalkar.de
Phone: +49 2824 2083-26 • www.beinio.com

Zertifiziert nach
EN ISO 9001:2008
EN ISO 13485:2003/AC:2007

I have the idea!

Christmasballs with Logo!



Made in Germany

www.krebs-logo.de

Krebs & Sohn
Christbaumschmuck

BRAUNS HEITMANN
BRAUNS-HEITMANN GmbH & Co. · Lütkefeld 15 34414 Warburg
Tel.: 0049 5641 95481 · birgit.muellner@brauns-heitmann.de

mint dispensers

foilprint & digital print



NACHRUF

TRAUER UM RAIMUND ALT

In stiller Trauer nehmen die Mitarbeiter und die Geschäftsleitung der admixx GmbH und der Querplex GmbH Abschied von ihrem Mitgründer, Gesellschafter, Geschäftsführer und Vorstandsmitglied Raimund Alt. Er starb am 8. Dezember 2011 nach langer und schwerer Krankheit. Sein tätiges Leben war erfüllt von unermüdlichem, passioniertem wie sehr erfolgreichem Einsatz für den Werbeatikel als professionelles Werbeinstrument. Der am 7. März 1956 geborene Raimund Alt machte 1984 mit seinem Unternehmen Raimund Alt Werbemittel, München, den ersten Schritt in die Selbstständigkeit. Dieses Unternehmen firmierte 1996 zur GmbH um. 1993 gründete er die digital advertising GmbH und ermöglichte hier die Entwicklung des ersten Bildschirmschoners zu Werbezwecken. 1998 erfolgte die Gründung der Raimund Alt Werbemittel GmbH Stuttgart und 1999 die Börseneinführung der digital advertising AG am Neuen Markt. Im Jahre 2001 fusionierte die Raimund Alt Werbemittel mit der Format Werbemittel zur admixx GmbH, München und Stuttgart. Eine weitere Fusion führte 2003 die digital advertising AG mit der Elephant Seven GmbH zusammen. Schließlich initiierte Raimund Alt im Jahre 2005 das Management-Buy-out zweier Standorte der Elephant Seven AG und die Neufirmierung zur Querplex GmbH, München und Nürnberg. Außerdem engagierte sich der Verstorbene von 1989 bis 1994 als Vorstandsmitglied des Bundesverbandes der Werbemittel-Berater und -Großhändler. Mitarbeiter und Geschäftsleitung der admixx GmbH und der Querplex GmbH gedenken seiner in Hochachtung und Dankbarkeit. Sie werden ihn vermissen.



Raimund Alt

CODE-NO.COM

VERSTÄRKUNG DES KEY-ACCOUNT-MANAGEMENTS

Seit September 2011 betreut Code-No.com neben den Märkten in Deutschland und der Schweiz auch Hersteller und werbetreibende Unternehmen in Österreich. Aus diesem Grund hat das Frankfurter Unternehmen

sein Mitarbeiter-team verstärkt. Ab sofort ist der Österreicher Martin Döller als Key-Account-Manager für Code-No.com tätig. Der 43-jährige ist Gründer und Geschäftsführer der Conmark Marketing GmbH



Martin Döller

und hat langjährige Erfahrung im internationalen Vertrieb. Die Code-No.com GmbH wurde vor fünf Jahren gegründet. Das Unternehmen identifiziert mit Hilfe einer onlinebasierten Produkt-Codierung Markenprodukte, schützt vor Diebstahl und bringt verlorenes Eigentum zurück.

SNAP SPORTSWEAR ERWEITERT DIE PRODUKTPALETTE DIE MARKE PUMA AB 2012 IM SORTIMENT



Snap Sportswear-Kunden und solche, die es werden wollen, erhalten jetzt auch eine Produktauswahl des Puma-Sortiments im hochwertigen Textil- und Veredlungssegment. Damit hat Snap besonders die Auswahl im Sport- und Funktionsbereich nun deutlich erweitert und abgerundet. Mit der Aufnahme dieser zusätzlichen Qualitätsmarke in ihr Angebots-Portfolio bleibt die Snap Sportswear GmbH ihrer Devise treu, nur hochwertige Produkte in einem vernünftigen Preis-Segment anzubieten. www.snap-sportswear.de

SNAP
Sportswear

www.snap-sportswear.de

PUMA

AS ADVERTISING

IN NEUEM DOMIZIL

Die AS Advertising Support Werbeträger Vertriebs GmbH ist umgezogen. Der Werbemittelspezialist ist nun unter der folgenden Adresse zu erreichen:

AS Advertising Support Werbeträger
Vertriebs GmbH

Meyersweg 13 b

D-21521 Dassendorf

Tel.: +49 4104 9198356

Fax: +49 4104 9198358

E-Mail: info@as-advertising.de

ZWEIBRÜDER

LED-EXPERTEN KOOPERIEREN
MIT LEATHERMAN

PSI Mitglied Zweibrüder Optoelectronics kooperiert zukünftig mit dem amerikanischen Unternehmen Leatherman Tool Group, einem der bekanntesten Hersteller hochwertiger Multifunktionswerkzeuge. Ziel der Zusammenarbeit sei es, die vorhandenen Ressourcen gemeinsam zu nutzen, „um ihre Marktführung global weiter auszubauen und damit die beiden Marken Leatherman und Led Lenser am Markt noch besser zu positionieren“. Zweibrüder wird seine LED-Lenser-Produkte auch in Zukunft unter eigenem Namen weltweit vertreiben und in China



Tim Leatherman (l.) und Rainer Opolka.

herstellen. Die Leatherman Tool Group wird die Entwicklung und Herstellung ihrer Multifunktionswerkzeuge in Portland, USA, fortführen. Neben der Kooperation gibt Zweibrüder Optoelectronics noch eine weitere Neuigkeit bekannt. Die Gründer und bisherigen Geschäftsführer von Zweibrüder, Harald und Rainer Opolka, haben die Geschäftsführung an Sven Objartel übertragen, der die Geschäfte in Deutschland mit seinem Team im Sinne der beiden Brüder weiterführen wird, heißt es in der Presseerklärung. Rainer Opolka wird aber auch zukünftig für Design und Entwicklung der LED-Lenser-Produkte zuständig sein.

GWW TRIFFT TOP-POLITIKER

EIN GUTER TAG FÜR DIE BRANCHE

So was kommt nicht oft vor: An einem Tag vier Top-Termine mit Top-Politikern in Berlin. Für den Gesamtverband der Werbeartikelwirtschaft (GWW) waren Michael Freter, Hans Joachim Evers und Manfred Schlösser Mitte Dezember in Berlin unterwegs. Erster Termin war eine ausführliche Problembesprechung beim Finanzpolitiker und stellvertretenden Vorsitzenden der CDU/CSU-Fraktion, Dr. Michael Meister. Hauptthemen der Diskussion: mehr Rechtssicherheit bei der Bewertung von Streuartikeln



Michael Freter, Hans Joachim Evers und Manfred Schlösser trafen den Vorsitzenden der CDU/CSU-Fraktion, Volker Kauder (z. v. l.), in Berlin.

und wertigen Artikeln. Es geht dabei um die ungeliebte Aufzeichnungspflicht. Hier soll nach den Vorstellungen des GWW eine Wertgrenze von 10 Euro Abhilfe schaffen. Zweiter zentraler Punkt war die Unsicherheit, die von vielen Finanzämtern mit der oft fälschlichen Anwendung des § 37 b Einkommensteuergesetz (Pauschalierung 30 Prozent) in die Betriebsprüfungen getragen wird.

WERBUNG FÜR ABBAU AN BÜROKRATIE

Nach dem Meister-Termin folgte ein Termin beim Vorsitzenden der CDU/CSU-Fraktion, Volker Kauder. Dann eine lange und inhaltlich sehr anspruchsvolle Fachdiskussion beim Leiter der Steuerabteilung im Finanzministerium, Dr. Albert Peters, im Beisein von zwei Referatsleiterinnen. Und zum Abschluss ein Termin beim Finanzpolitischen Sprecher der FDP-Fraktion, Dr. Volker Wissing. Wissing ist auch Landesvorsitzender der FDP in Rheinland-Pfalz. Und deshalb sehr wichtig, weil eine Einführung der 10-Euro-Grenze beim Thema Aufzeichnungspflicht nur mit Zustimmung der Länder (Landessteuerverwaltungen) machbar ist. Es muss also in allen Ländern für einen solchen Abbau an Bürokratie geworben werden.

PROBLEME VERSTANDEN

Bei allen Terminen wurde klar, dass die Probleme der Branche verstanden wurden und in die entsprechenden Gremien und Fachausschüsse getragen werden. Fazit: Von 10 bis 17 Uhr ging man von Tür zu Tür, von Gespräch zu Gespräch. Ein anstrengender Tag also, aber auch ein guter Tag für die Branche, den GWW und letztlich auch für die Kombattanten der Werbeartikelwirtschaft. Denn wann hat man schon einmal Gelegenheit, seine Probleme und Wünsche einem solchen Kreis von Finanzkompetenz vorzutragen? Wobei man auch sehen muss, dass der Weg zu diesen Terminen noch viel länger war als der Tag in Berlin.

PSI NEUMITGLIED STELLT SICH VOR

FELIX SOLICUT GMBH AUS SOLINGEN

Unter der Mitgliedsnummer 48284 kann das PSI ein bemerkenswertes Unternehmen im Kreise des Werbeatikelnetzwerks begrüßen, das wir an dieser Stelle gerne kurz vorstellen: Die Ursprünge des Messerherstellers Felix Solicut GmbH aus der Klingentadt Solingen gehen bis ins Jahr 1843 zurück. Mit besten Bewertungen bei der Stiftung Warentest und zahlreichen Designpreisen zeigt sich das Traditionsunternehmen indes auf der Höhe der Zeit. Wenn es um auf den Kundenwunsch zugeschnittene

Produkte geht, ist Felix Solicut genau die richtige Adresse. Seit Jahrzehnten ist das Private-Label-Geschäft an Kunden mit eigener Marke ein wesentliches Betätigungsfeld des Unternehmens. Millionen von Messern gehen so jedes Jahr an die Kunden. Aus einer breiten Produktpalette können die Solinger für jeden Kunden und für jedes Budget das Richtige finden, angefangen vom 1-Euro-Messer für Promotionsaktionen bis hin zum VIP-Präsent als Kochwerkzeug der Extraklasse. Felix Solicut produziert alle Messer zu 100 Prozent in Solingen. Nicht nur daran lässt sich der Wert der Produkte ermessen. Die Stiftung Warentest bewertete Kochmesser der Serie First Class gar als bestes Kochmesser vor sämtlichen namhaften Messermarken. Viel

Wert legt Felix Solicut auch auf starkes Produktdesign. So eignen sich Präsentideen von Felix Solicut als besonders schöne Gaben mit hervorragendem Nutzwert und entsprechender Werbewirkung bei den Empfängern. Die Firma Heyhome in Solingen koordiniert für Felix Solicut alle Aktivitäten im Werbemittelsektor. Inhaber Kai Berger war mehrere Jahre als Key-Account-Manager in der Branche tätig. www.felix-solicut.de
Kontakt: Felix Solicut GmbH; Vertrieb durch: Heyhome, Solingen; Ansprechpartner: Kai Berger; Tel. +49 212 22662862; sayhey@heyhome.de.



TERMINIC FEIERT

75 JAHRE DREIMONATS-WANDKALENDER

Der Dreimonatswandplaner, der heute aus keinem Büro mehr wegzudenken ist, erblickte 1937 als „Schiffahrtskalen-



der“ das Licht der Welt. Entwickelt wurde er von terminic (damals B. C. Heye) für die Unterweser Reederei AG Bremen, die sich eine neue Art Kalender wünschte, der die besonderen Anforderungen der Schifffahrt erfüllt. Der Kalender sollte die Befrachter bei der langfristigen Planung unterstützen, unkompliziert und schnell zu handhaben sein und zudem Platz für die „illustrierte Reklame“ des Unternehmens bieten. Mit der Entwicklung des allerersten Dreimonatswandkalenders vor 75 Jahren hat terminic die Grundlage für einen Markt geschaffen, in dem heute Wandplaner in den unterschiedlichsten Ausführungen, Formaten und Qualitäten angeboten werden – und in dem terminic zu den führenden Kalenderherstellern Europas gehört. Was 1936 Jahren mit dem Auftrag einer Bremer Reederei begann, hat heute längst einen Siegeszug um die ganze Welt angetreten, terminic liefert in jedem Jahr Wandplaner in Millionenaufgabe in nahezu alle Länder der Welt, mit Kalendarien in einer Auswahl von mehr als 30 Sprachen im Standard. In der Aprilausgabe des PSI Journals werden wir ausführlich über das terminic-Jubiläum berichten. www.terminic.eu – www.competence-in-calendars.com

CLIPY – ARTUR BEGIN, S. L.

CLIPY FEIERT SILBERJUBILÄUM

Das spanische Unternehmen Clipy feiert sein 25-jähriges Bestehen und blickt aus diesem Anlass auf eine erfolgreiche Unternehmenshistorie zurück. Schon seit 1987 überzeugt das Unternehmen mit Sitz in Madrid jährlich Werbemittelhändler aus 35 Ländern mit seinen Auto-Sonnenblenden. Zum Jubiläum können sich alle Kunden von Januar bis August über verschiedene Angebote und Prämien freuen. Nähere Informationen gibt es unter: clipy@clipy.com. www.clipy.com



RÖMERWEIN UND SEKT GMBH ERSTE UNTERWASSER- WEINPROBE DER WELT

Im Bereich von kulinarischen Produkten hat sich Römer Präsente längst einen Namen gemacht. Nicht nur der Geschäftsumfang, sondern auch die meist perfekte und schnelle Abwicklung der Aufträge wird von den Händlern besonders geschätzt. Doch was wäre die Zuverlässigkeit allein, wenn dahinter nicht eine hohe Kreativität und Innovationskraft stünde? Diese Kreativität haben die Römers jetzt auf die Spitze getrieben. Das Weingut Römerhof, wie der Präsentevertrieb von Jürgen Römer geleitet, hat zur ersten Unterwasserweinprobe der Welt eingeladen – und alle kamen: RTL, ARD, SWR, RPR, die deutsche



Wasser und Wein harmonieren auf ganz neue Weise. Bild: SWR / www.medien-service-scholer.de

Weinkönigin und viele weitere Journalisten wollten sich diese Premiere nicht entgehen lassen. Wer bei diesem außergewöhnlichen Degustationsereignis nicht dabei war, kann sich ein Bild vom Ablauf unter www.roemerwein.de machen. Die Unterwasserweinprobe wurde anschließend mit einer klassischen Weinprobe über Wasser abgeschlossen. Reece Hornibrook, australischer Winemaker und seit Oktober 2011 verantwortlich für den Weinausbau im Weingut Römerhof, führte unter und über Wasser durch die Probe. Es war für alle aufschlussreich, wie unterschiedlich der gleiche Wein in den verschiedenen Elementen schmeckte. Der Eintrag ins Guinnessbuch der Rekorde ist bereits beantragt. www.roemer-praesente.de <

UMA VISUAL MACHT KUGELSCHREIBER SPEZIELL UND INDIVIDUELL BLEIBENDER EINDRUCK DANK DIGITALDRUCK

Was hinterlässt noch mehr Eindruck bei Kunden als hochwertige Kugelschreiber? Ganz einfach: Individuell gestaltete Kugelschreiber. Genau hierfür hat der Schreibgeräte-Spezialist uma ab sofort die neue Veredelungstechnik namens Visual im Programm. Damit ist in Sachen Design zukünftig weit mehr möglich als der klassische Aufdruck des Firmenlogos. Von Produktdarstellungen und Anzeigenmotiven über eigene Designentwürfe bis hin zu ganzen Bildwelten – uma Visual verwandelt Kugelschreiber zu einzigartigen Marketingbotschaftern. Mittels digitaler Folientransferdrucktechnik mit bis zu 1.200 dpi Auflösung lässt sich das Gehäuse von zahlreichen Schreibgeräte-Modellen in eine vielseitige Werbefläche verwandeln. So können beispielsweise auf einem Stift mehrere unterschiedliche Produkte abgebildet werden. So stellen Firmen in kreativen Branchen ihre Kompetenz in Zukunft einfach bereits per Kugelschreiber unter Beweis. Für ebenso hohe Wiedererkennungseffekte kann auch die Verwendung eines charakteristischen Verpackungsdesigns sorgen. Dank der nahezu grenzenlosen Gestaltungsmöglichkeiten wirken Werbefotos mit uma Visual besonders intensiv und aufmerksamkeitsstark: ein Effekt, von dem Kunden bereits ab 1.000 Stück profitieren – auch bei CI-Kugelschreibern nach PMS-Sonderfarbe. Kostenlose Produktmuster können im Internet auf www.uma-pen.com/umavisual angefordert werden. <



TEXET GMBH

BERND STEGER IST NEUER GESCHÄFTSFÜHRER

Die New Wave Group AB/Schweden hat Bernd Steger, 53, zum Geschäftsführer der Textet GmbH, Visselhövede, berufen. Bernd Steger übernimmt die Firma aus den Händen von Holger Hoffmann, Geschäftsführer der New Wave GmbH, der das Unternehmen während der letzten Monate leitete. Bernd Steger wird die Kernsegmente der Textet GmbH weiter neu strukturieren und ausbauen. Er wird dazu seine langjährige Berufserfahrung in leitender Position aus dem Einzel- wie auch Werbemittelhandel erfolgreich einbringen. „Ich freue mich auf die vor mir liegenden Aufgaben bei und mit der Textet GmbH, die sich in den letzten Jahren durch ein breit gefächertes Portfolio sehr gut etabliert hat. Diese Basis möchte ich dazu nutzen, um auch gemeinsam mit der New Wave GmbH noch präsenter und erfolgreicher am Markt agieren zu können“, so Bernd Steger. <



Bernd Steger

GEMACO UND JOS! PREMIUMS & GIFTS VERSCHMELZEN JETZT ZUSAMMEN IN BRED A ALS GEMACO BV

Ein Jahr nach dem Start der Zusammenarbeit zwischen Gemaco und Jos! Premiums & Gifts BV verschmelzen beide niederländische Firmen zu Gemaco BV. Seit Januar 2012 arbeiten alle Mitarbeiter beider Unternehmen am Stammsitz in Breda oder im Vertriebsbüro in Amstelveen. Durch die Fusion entsteht ein starker Werbemittelpartner in den Benelux-Ländern – nicht nur in puncto Größe, sondern vor allem in puncto Sicherheit und Qualität. Roel Weets, Gemaco-Geschäftsführer in den Niederlanden: „Wir sind sehr zufrieden mit dem vertrieblichen und kreativen Input der neuen Kollegen von Jos! Gemeinsam können wir nun am weiteren Ausbau der beeindruckenden Liste mit Kunden arbeiten, die wir zusammen bedienen dürfen.“ Jos Schröer, Geschäfts-

führer von Jos! Premiums & Gifts, ergänzt: „Nach einem Jahr intensiver Zusammenarbeit war die Zeit reif für diesen Schritt. Der Markt hat nach Klarheit gefragt und braucht einen zunehmend internationalen Service. Weiterhin stehen wir für die höchsten Qualitätsversprechen eines sozial verantwortlichen Unternehmens. Wir freuen uns darauf, zukünftig ein Teil der Gemaco Group zu sein.“

EFFIZIENTE ORGANISATION

Gemaco BV ist eine 100prozentige Tochter der international aufgestellten Gemaco Group. Das ursprünglich belgische Unternehmen hat neben Niederlassungen in Belgien und den Niederlanden auch Niederlassungen in Deutschland, Frankreich, Hong-Kong und Shanghai. Gemaco deckt die ganze Palette von Werbeartikeln und Premiums ab und betreibt zahlreiche Webshops



Frithjof Struye, Geschäftsführer von Noveltis.

und Fulfillment-Programme für namhafte Kunden. „Das abgelaufene Jahr war nicht das beste für unsere Branche“, sagt Olivier Somers, CEO der Gemaco Group. „Im Gegensatz zu vielen anderen, haben wir jedoch unsere Zielsetzungen erreichen können. In den Niederlanden haben wir uns einen respektablen Marktanteil erarbeitet, den wir mit den Synergien beider Unternehmen weiter ausbauen werden. Der neue Schritt wird eine effiziente Organisation zur Folge haben, die unseren Kunden in allen Bereichen zu Gute kommen wird.“ Ergänzend fügt Frithjof Struye, Geschäftsführer von Noveltis, an: „Ich freue mich, dass wir unsere Aktivitäten im niederländischen Markt ausweiten können. Unsere Kunden in den Niederlanden, Belgien, Frankreich und bei uns in Deutschland werden zukünftig noch stärker von unserer international aufgestellten Gruppe profitieren. Der Markt verlangt nach global agierenden Unternehmen, die alles aus einer Hand bieten.“ Die Noveltis GmbH ist die deutsche Konzerntochter der Gemaco Group. www.noveltis.de – www.gemaco-group.com

DIE HAGEMANNGRUPPE

ROLF JANKA NEUES MITGLIED DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Gut 33 Jahre nach Gründung der Hagemanngruppe in Eichenau durch Michael Hagemann zeigen maßgebliche Veränderungen, wie aktiv man dort agiert. Bereits im Januar 2011 konnte mit Rolf Janka (47) ein langjähriger Geschäftspartner für die Hagemann GmbH gewonnen werden, um maßgeblich an der Unternehmensentwicklung mitzuwirken. Nach einem Jahr Engagement für die Unternehmensgruppe vermelden nun Gertrud und



Michael und Gertrud Hagemann, Rolf Janka (v. l.).

Michael Hagemann, dass „der Neue sich mit Ideen und Strukturwandlungen perfekt in die Unternehmensphilosophie integriert hat“ und mittlerweile zu einem Mitglied der Geschäftsführung ernannt wurde. Mit Wirkung zum 1. Januar 2012 wurde diese Veränderung notariell ins Handelsregister eingetragen. Rolf Janka hat mit seiner 20-jährigen Erfahrung im Markenmanagement, Marketing und Vertrieb die Möglichkeiten in einem mittelständischen Unternehmen mit großem Engagement angenommen und seine Fachkenntnisse so in die Hagemanngruppe mit eingebracht, dass Gertrud und Michael Hagemann von „Freude an der Zusammenarbeit“, aber auch von einem „hohen, gewachsenen Vertrauen“ sprechen.



FROM TORINO • ITALIAN DESIGN CAPITAL

Stilolinea feiert **S40**



elementar



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

ALL
YOUR
PEN 

STILOLINEA



Im Zeichen des Glücks startete die „Welcome Home“-Tour 2011 bei Koziol in Erbach.

„WELCOME HOME“-TOUR 2011

BLICK HINTER DIE KULISSEN

Wenn sich acht der innovativsten Werbeartikelspezialisten zusammenschließen, darf man etwas Besonderes erwarten. Bereits zum zweiten Mal luden acht Lieferanten den Handel unter dem Stichwort „Welcome home“ zu einem Blick hinter die Kulissen ein. Fachbesucher aus ganz Deutschland ließen sich diese Gelegenheit nicht entgehen.

Acht Unternehmen, sechs Events und Werbeartikel pur: so lauten die Zutaten von „Welcome Home“. Dahinter steckt ein ausgereiftes Konzept, das es den Besuchern ermöglicht, Neuheiten der beteiligten Lieferanten ganz unmittelbar zu erleben und für die eigene Vermarktung nützliche Details zu erfahren. Der Erfolg gibt den Initiatoren recht. Gab es bei der Premiere im Dezember 2010 schon durchweg positives Feedback, so wuchs der Zuspruch bei der Neuauflage noch weiter. „Wir sind acht Unternehmen, deren Unternehmensphilosophien gut zusammenpassen. Die ‚Welcome Home‘-Events ermöglichen unseren Kunden einen tieferen Einblick in unsere Arbeit und das wird sehr

gut angenommen“, erläuterte Gabriele Metzger von Geiger.

GESCHICHTSTRÄCHTIGER EINSTIEG

Gestartet ist die „Welcome Home“-Tour 2011 in Erbach bei der koziol – ideas for friends GmbH. Noch bevor die Neuheiten der acht Werbeartikelspezialisten Daiber, Fare, Geiger, Halfar, Jung, koziol, LM Accessoires und Senator in Augenschein genommen werden konnten, erfuhren die Besucher zunächst einiges über die Historie des Gastgebers. Der Weg zu den Ausstellern führte nämlich zunächst durch das koziol-Museum. Dort offenbarte sich den Besuchern neben der Geschichte auch die Glücks-Philosophie des Unternehmens. Glück ist das, worum sich bei koziol alles

dreht. Seit der Gründung des Unternehmens 1927 ist die Idee, die hinter dem Design, der Produktion und letztendlich auch hinter den Produkten steckt, im Prinzip die gleiche geblieben: „Mache deine Welt besser und dich glücklicher.“ Wer durch das bunte Reich der Erbacher Glücksfabrik streift, erfährt, wie viel Kreativität, Know-how und Präzision hinter dieser Aussage stecken.

PREVIEW AUF 2012

Nach dem kleinen Exkurs in die Firmengeschichte und die Unternehmensphilosophie erfuhren die Besucher alles über die aktuellen Neuheiten, mit welchen die Unternehmen ins Werbeartikeljahr 2012 starten. Neben Regenschirmen mit LED-



Licht von Fare gab es Armbanduhren „Loo-li Clock“ so bunt wie Lutscher von LM Accessoires, Fleece-Jacken von Daiber oder Kalender im trendigen Wollfilzumschlag von Geiger zu begutachten. Die bunte Präsentation bot weitere Neuheiten, wie iPad Mappen oder Trinkgläser aus recyceltem Material von Senator und rou bill. Jung Bonbonfabrik und emotion factory stellten ihr neues Sleeve-Verfahren vor, das die randlose Etikettierung beschreibt. Halfar zeigte sein neues Filztaschensortiment und koziol überraschte mit der Kaffeemaschine „unplugged“, die wieder ganz und gar auf Filterkaffee setzt. Diese äußerst „heimelige“ Art der Produktschau ließ zudem genügend Zeit für entspannte, intensive Gespräche zwischen Ausstellern und Gästen. Vielfältige Sonderanfertigungen ga-

ben dabei Impulse für kreative Lösungen als Anregungen fürs Tagesgeschäft der Händler.

QUALITÄT ZUM ANFASSEN

Thorsten Muntermann, der das Unternehmen zusammen mit Stephan Koziol führt, moderierte während des Rundgangs durch die sogenannte „Glücksfabrik“. Dabei erlebten die Besucher, wie aus einfachem Granulat die Spülbürste Tim wird, was die „Koziolisierung“ von Produkten bedeutet und wie der Schnee in die Traumkugel kommt. Seit nunmehr 85 Jahren produziert das Unternehmen in der kleinen Stadt Erbach und hat sich seitdem zum Ziel gesetzt, die Welt ein bisschen glücklicher zu machen. Ob es an dem Standort lag oder an der guten Idee der acht Werbeartikelspezialisten, wahrscheinlich war es eine Mischung aus beidem: Am Ende des Tages gab es auf jeden Fall viele glückliche Gesichter.

WIEDERHOLUNG WAHRSCHEINLICH

Weitere Gastgeber der zweiten „Welcome Home“-Präsentationsreihe waren die Textilexperten der Gustav Daiber GmbH in

Albstadt, die Schirmspezialisten von Fare in Remscheid und Senator rou bill in Lemgo, wo Betriebsführungen aufschlussreiche Einblicke in den Fertigungsprozess ermöglichen. Bei Daiber beobachteten die Besucher, wie Textilien bestickt werden. Und in der betriebseigenen Transfer-Druckerei konnten sie die verschiedenen Transfer-techniken genau unter die Lupe nehmen und sich mit den Profis von Daiber austauschen. „Ich bin angenehm überrascht, wie positiv die „Welcome Home“-Tour von den Kunden aufgenommen wird und wie gut sich das Konzept entwickelt hat“, so Rolf Daiber. Zweimal präsentierten die allesamt inhabergeführten Unternehmen zudem ihre Innovationen in außergewöhnlichen Locations: in der Theaterfabrik in München und abschließend im Edelfettwerk Hamburg, wo sich jeweils eine ausgelassene „Late Night Party“ mit Livemusik und DJ anschloss. So ging eine Veranstaltungsreihe zu Ende, die in ihrem individuellen Zuschnitt ganz dem Geschmack und den Bedürfnissen der teilnehmenden Gäste entsprach: ein Ereignis, das sich im jährlichen Werbeartikelkalender etablieren dürfte.

CDH - Computer Division Heinemann GmbH. Ihr Softwarespezialist!



Generation IV ist da!
Das ERP-System
mit der blitzschnellen,
webbasierenden
Artikelsuche.



Wir präsentieren Ihre Marke dort, wo Sie jeder sieht!
www.werbedrachen.de

DANKE
für 25 Jahre
Treue

ELLIOT GmbH
info@elliott.de
www.elliott.de

BRUCHWEG 12a
DE-46509 XANTEN
Tel. +49 - 2801 - 98 440-0



www.stabilo-promotion.com



**SMARTER
WERBEN.**

Mit dem neuem
STABILO SMARTball.



www.stabilo-promotion.com/smartball

Entdecken Sie unsere
Schirm-Neuheiten 2012

Besuchen Sie uns bei Facebook:
[facebook.com/schirmefueralle.de](https://www.facebook.com/schirmefueralle.de)



Online-Katalog unter www.fare.de



Rösler CeramTec – Sie haben die Idee – wir lassen sie entstehen!

www.roesler-cerامتec.de



GESCHIRRSERIE "CHILI"

NEOFLEX[®]
PRINTER

Neoflex Ltd. & Co. KG
Bernecker Straße 2a
D - 85448 Bayreuth
Telefon: ++ 49 (0) 921 / 15 00 511
Telefax: ++ 49 (0) 921 / 8 21 92
mail@neoflexprinter.eu
www.neoflexprinter.eu

STAEDTLER[®]
PROMOTIONAL PRODUCTS



www.staedtler-promotional.de

CULTO Refills

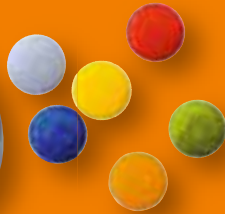
- weltweit **patentiert**
- alle **Lizenzthemen** möglich
- **Bedruckung** nach Kunden-
vorgabe möglich
- **Zweitnutzen** durch z.B.
Erstbefüllung mit Süßigkeiten,
Zweitbefüllung mit Taschen-
tüchern
- **Versand** flach mit Einleger
als On-/In-Pack möglich
- auch als **Minis** erhältlich



the original
culto

www.culto.com

Snap-Master Dose „Ostern“



NEU



Kalfany Süße Werbung & Co. KG
Holzmattenstraße 22
D-79336 Herbolzheim



DreiMeister
BEST HANDMADE CHOCOLATE



DreiMeister ist Hersteller feinster Trüffel und Pralinen, edler Schokoladen und hochwertigen Gebäcks. Alle Produkte werden in unserem Hause aus besten, frischen Zutaten, ohne den Zusatz von Konservierungsstoffen, handwerklich hergestellt. Individualität, höchste Qualität und Zuverlässigkeit sind charakteristisch für uns und unsere Arbeit. Durch unsere Flexibilität bei individuellen Kundenwünschen, bieten wir Ihnen für fast jede Anfrage und jedes Budget eine kreative Lösung.

Ansprechpartnerin: Meike Gondro +49 (0) 29 22 / 87 73-63

Printed adhesive notepads



NOTEDECO

notedeco@notesy.pl • tel. +48 61 820 64 37 • www.notesy.pl

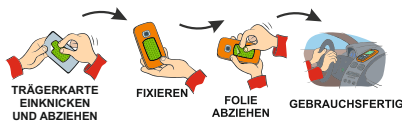
**Jetzt
Katalog
anfordern!**



www.kaai-werbekalender.de/katalog

kaai
KALENDER

NEUES PRODUKT !!!



ACHTUNG: Anbringen an Luftkissen in Fahrzeugen kann Verletzungen verursachen.

ul. Olszewskiego 78, 43-600 Jaworzno, Poland
tel. +48 32 616 55 72, fax +48 32 614 10 87
tel. kom. +48 501 301 715
www.badge4u.eu e-mail: info@badge4u.eu
www.znaczek.pl e-mail: znaczek@znaczek.pl



badge4u

LuFi BALLOON PRINTER MANUFACTORY
EXPRESSZ

NEW! **CMYK** **NEW!**
High precision printing

Best printing result on latex balloons!

H-1116 Budapest, Fehérvári u. 120. H-8093 Lovasberény, Lujza major 3.
Tel.: +36 20 569 8800 Fax: +36 22 456 408
info@lufiexpressz.com, lufiexpressz@gmail.com
www.lufiexpressz.com

mail: west@vivapens.pl
tel. +48 32 386 80 86

VIVA
pens

FESTO White

www.vivapens.eu

AVAILABLE COLORS:



FESTO Silver

AVAILABLE COLORS:



Neu: Top Can® mit mentos GUM



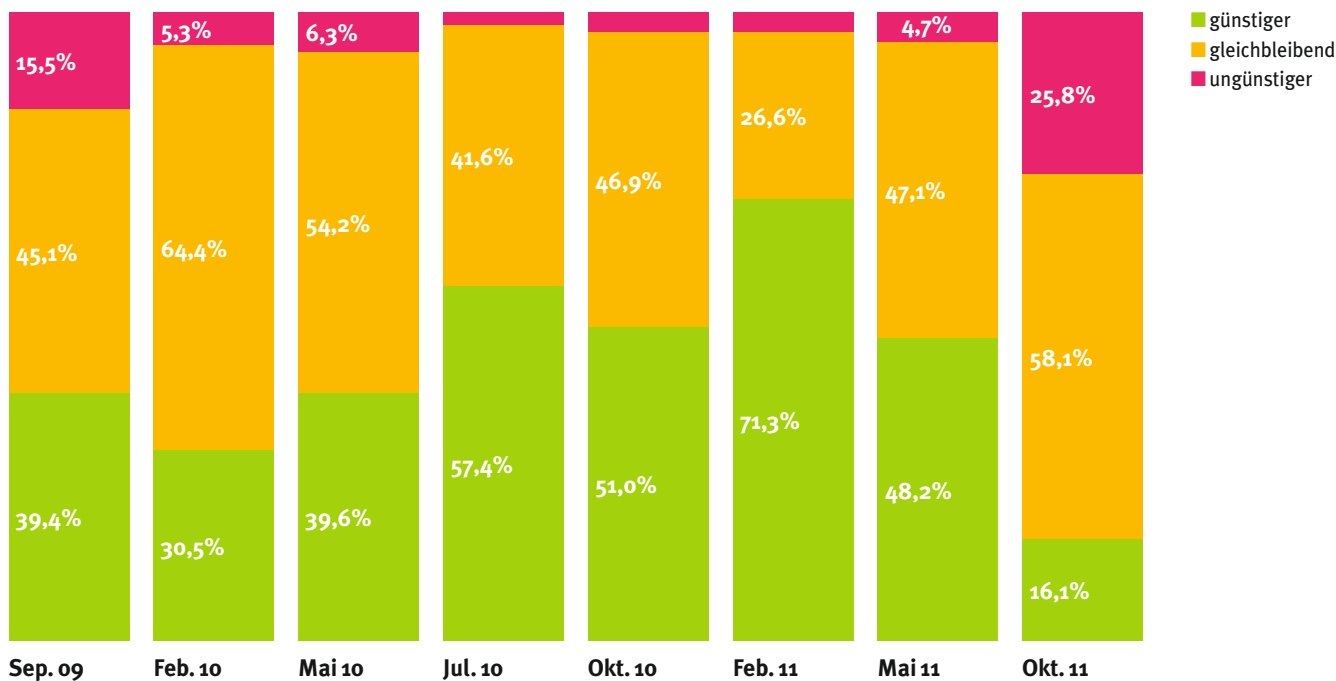
JUNG
BONBONFABRIK

Tel.: +49 7042 907-0 • www.jung-europe.de

GESCHÄFTSLAGE UND -ERWARTUNGEN

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

LIEFERANT



Quelle: EPPA-Konjunkturumfrage, Oktober 2011

KONJUNKTURUMFRAGE HERBST 2011

GEDÄMPFTE ERWARTUNGEN

Die jüngste Auflage der vom Bundesverband Werbeartikellieferanten (BWL) in Auftrag gegebenen Konjunkturumfrage spiegelt die momentane wirtschaftliche Situation und den zu erwartenden Konjunkturverlauf wider: Noch wird die Geschäftslage von Lieferanten wie Händlern positiv wahrgenommen, jedoch beurteilen beide Gruppen die zukünftige Entwicklung sehr zurückhaltend.

Der Werbeartikelmarkt zählt zu den Branchen, deren konjunkturelle Entwicklung stark von der Dynamik anderer Märkte abhängt: Geht es der Wirtschaft gut, profitieren auch Werbeartikellieferanten und -händler, trübt sich die wirtschaftliche Lage ein, leidet auch die Werbeartikelbranche darunter. Diese Tendenz

ist auch bei der Konjunkturumfrage des BWL zu erkennen.

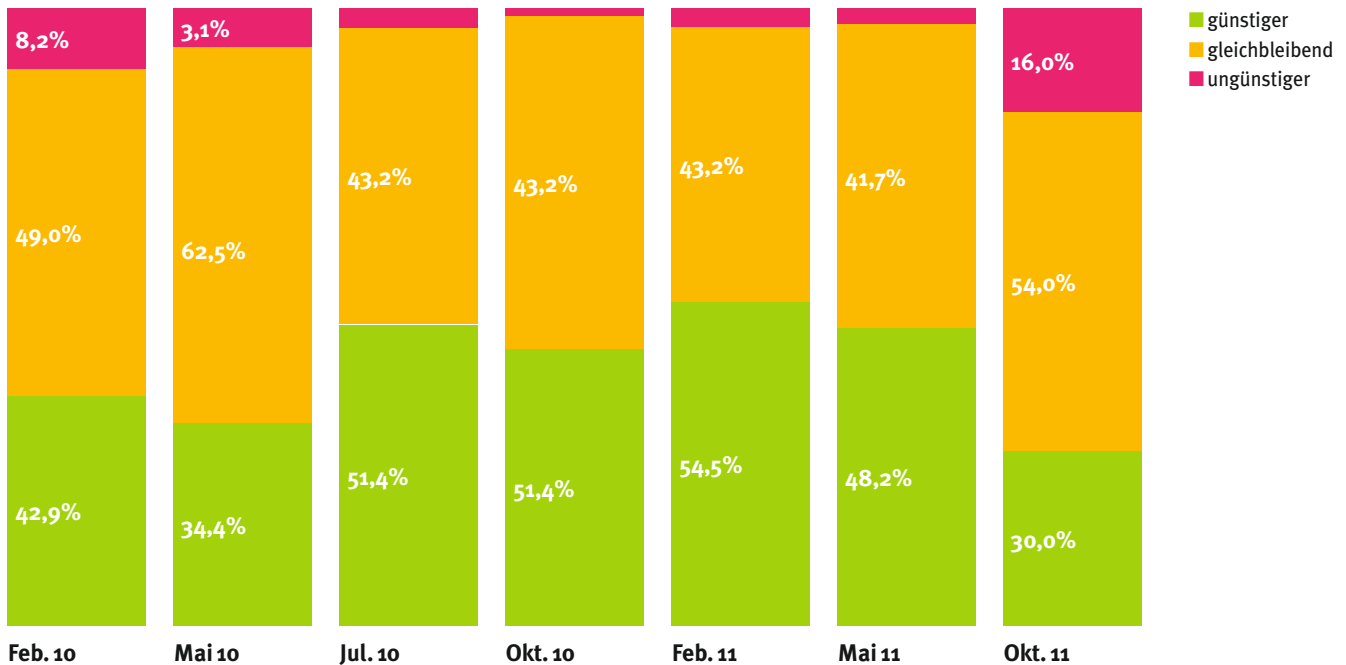
AKTUELLE GESCHÄFTSLAGE NOCH GUT

Aktuell beurteilen neun von zehn Werbeartikellieferanten und -händlern in Deutschland ihre gegenwärtige Geschäftslage als gut oder befriedigend. Die wirtschaftliche

Situation der Unternehmen hat sich in den vergangenen 12 Monaten damit kaum verändert und ist weiterhin als positiv zu bewerten. Die noch im gleichen Vorjahreszeitraum innerhalb der Branche vorherrschende negative Stimmung scheint also vergessen: Damals beurteilte fast jedes zweite Unternehmen seine Geschäftslage

GESCHÄFTSLAGE UND -ERWARTUNGEN

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

HÄNDLER

Quelle: EPPA-Konjunkturumfrage, Oktober 2011

als schlecht. Allerdings blicken die Unternehmen in diesem Jahr weniger optimistisch in die Zukunft.

EINBUSSEN BEFÜRCHTET

Die von den führenden deutschen Wirtschaftsinstituten für 2012 prognostizierten Eintrübungen haben sich auch in den Geschäftserwartungen der in der Werbeartikelbranche agierenden Unternehmen niederschlagen: Mehr als jedes fünfte Unternehmen rechnet in den kommenden 6 Monaten mit einer Verschlechterung seiner Geschäftslage. Das ist die schlechteste Einschätzung im Rückblick auf die letzten 24 Monate. Lieferanten blicken dabei deutlich negativer in die Zukunft als Händler: Immerhin erwarten rund 26 Prozent der Lieferanten und nur 16 Prozent der Händler eine Verschlechterung der Geschäftslage.

FLEXIBEL REAGIEREN

Aus der Sicht von Dr. Markus Preißner, Wissenschaftlicher Leiter am Kölner Insti-

tut für Handelsforschung (IFH Köln) und Leiter der BWL-EPPA-Konjunkturumfragen, verwundern diese Ergebnisse nicht: „Werbeartikelhändler können im Regelfall schneller und unkomplizierter auf der Produkt- und Kundenebene umswitchen, als dies bei Lieferanten der Fall ist“, erläutert Preißner. Unabhängig von ihrer Stellung in der Wertschöpfungskette rät der Experte den in der Werbeartikelbranche tätigen Unternehmen, die vor- und nachgelagerten Märkte genauestens und fortwährend zu beobachten: „Unternehmen, die die Entwicklungen in den relevanten Mär-

kten kennen und auf diese flexibel und marktgerecht reagieren, werden auch in Zukunft erfolgreich in der Werbeartikelbranche tätig sein.“

DIE BWL-KONJUNKTURUMFRAGEN

Die vom BWL initiierten Konjunkturumfragen liefern aussagekräftige Informationen über die aktuellen und künftigen konjunkturellen Tendenzen der Branche. Neben Erkenntnissen zur aktuellen Geschäftslage sowie der prognostizierten Entwicklung widmen sich die Befragungen auch den Absatz- und Beschaffungsmärkten, der Investitionsbereitschaft, dem Mitarbeiterbedarf und weiteren Themen. An der internationalen Marktanalyse nehmen aktuell außer Deutschland noch Belgien, Frankreich, Großbritannien sowie die Niederlande teil. Das IFH führt die Befragung durch und wertet die Ergebnisse anonymisiert aus. Außer von den nationalen Ergebnissen profitieren die teilnehmenden Unternehmen von länderübergreifenden Vergleichen.



FRÜHLINGSERWACHEN

BLÜTENFRISCHE PRODUKTE

Im Wechsel der Jahreszeiten vermag nichts so sehr zu bezaubern wie der Übergang vom Winter zum Frühling. Einen Vorgeschmack darauf bieten die folgenden Seiten, auf denen wir Ihnen aus dem Ideengarten der Branche eine feine Auswahl an blütenfrischen Produkten präsentieren.

Nicht mehr lange, dann ist es wieder soweit. Dann erleben wir als Bewohner der nördlichen gemäßigten Zonen das alljährliche Spektakel des Frühlingserwachens. Viele Begriffe und Bräuche rund um den Frühling, wie Frühlingsanfang, Frühlingsboten, Frühlingswetter, Frühjahrsputz, Frühlingsgefühle, Frühlingsfeste, aber auch Frühjahrskuren oder Frühjahrsmüdigkeit, zeigen die hohe Bedeutung, die der Frühling für den Menschen schon immer hatte und auch weiterhin haben wird. Keine andere Jahreszeit gab und gibt mehr Anregungen zu Liedern, Musik oder Gedichten, sei es in der Volkskunst oder den Werken von Komponisten und Literaten. So gilt das Frühjahr auch als Jahreszeit der Kreativität. Und diese ist ein Merkmal, das auch die Werbeartikelbranche unablässig vorantreibt. Im Sog des erwachenden Frühlings beschert sie der werbetreibenden Wirtschaft wieder jede Menge neu aufkeimende Produktideen, die ihre Wirkung nicht verfehlen werden. Blättern Sie um und überzeugen sich selbst ...





BETÖRENDES RAUMDESIGN

Die Esencia Home Fragrance Collection von Carus, der deutschen Lifestyle-Markte von Seidel, ist eine Linie attraktiver Diffusoren sowie fünf einzigartiger Düfte. Von den Behältnissen über die Diffusoren bis hin zu den Düften selbst steht jedes Element der Kollektion für Exklusivität und Qualität made in Germany. Zu den wählbaren Esencia-Raumparfüms, die laut Seidel eine deutlich höhere Parfümölkonzentration als andere handelsübliche Raumdüfte enthalten, zählen das blumige Cariflora, das leicht süßliche, nach Honig und Vanille duftende Estrella und das auf Zitrus basierende, frisch und modern auftretende Vivencia. Weiterhin erhältlich sind Cortesia, ein erdig und herb auf ungewöhnlichen Duftnoten wie Leder, Zedernholz und Geranienblüten basierender Duft, sowie Mirada, der würzig und exotisch wirkt. Die Carus-Esencia-Home-Diffusoren wurden so designt, dass sie sich mit den Carus-Candelas, stapelbare Designteelichthalter, kombinieren lassen.

47753 • Seidel GmbH & Co. KG • Tel +49 642 604209

pia.meier@seidel.de • www.carus-world.com



BOMBIGES WACHSTUM

Die Produktneuheit Samenbomben von emotion factory zielt auf alle, die über das Ausbringen von Samen die Umwelt ein Stückchen grüner machen möchten. Es ist nicht nötig, sie einzupflanzen oder unterzugraben: Schließlich können die kleinen Kugeln, die aus Samen, Erde und Tonpulver bestehen, beliebig und direkt auf dem Boden verteilt werden. Bald danach schlagen sie Wurzeln und beginnen zu gedeihen. Genauso bombig lässt sich die Werbebotschaft streuen: Auf dem Reiter der Tüte erfolgt die Individualisierung im Digitaldruck. Jedes Tütchen ist mit drei Kugeln befüllt und kann wahlweise mit Sonnenblumen- oder Wildblumensamen bestückt werden.

45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 81550

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

Pins & mehr



Wollfilz

individuelle Filz-Schlüsselanhänger



flach



Polyesterfilz



Schleife



Sonderformen möglich

Pins & mehr
Firma

Pins & mehr
GmbH & Co. KG
Lechstrasse 10.8
86415 Mering / Germany

Fon: +49-8233-79312-0
Fax: +49-8233-79312-29

info@pinsundmehr.de
www.pinsundmehr.de



VIEL VERSPRECHENDE ERNTE

Saatgut in Tütchen, Klappkarten oder Türanhängern gibt es beim Hamburger Werbeartikelspezialisten Green Light ProMotion Products. Als vielseitig anwendbares Give-away eignet sich seit jeher die Klappkarte, einsetzbar als Mailingverstärker oder etwa als Messe-Give-away. Zum Standard zählt eine quadratische Klappkarte mit einem Beutel Sonnenblumensamen. Zu den Klassikern gehört das seit Jahren bewährte, mit Saatgut gefüllte und in verschiedenen Formaten erhältliche Papiertütchen. Und wer einen echten Türöffner braucht, setzt auf den mit Saatguttütchen ausgestatteten, individuell bedruckten Türanhänger.

46307 • Green Light ProMotion Products • Tel +49 40 819516-0
info@green-light.de • www.green-light.de

EXKLUSIV FÜR DAMEN

Girls best friends – dieser Name weist glasklar auf Accessoires hin, die Troika seiner weiblichen Klientel ans Herz legen will: schmucke Schlüsselanhänger aus glänzend verchromtem Metallguss, bei denen exklusives Design im Vordergrund steht. Die Anhänger bestehen aus einem Metallring und einem daran angebrachten, verchromten Schmetterling. Durch die Ausstattung mit echten Swarovski-Kristallen erhalten sie eine besondere Note.

46311 • Troika Germany GmbH • Tel +49 2662 9511-0
a.bauer@troika.de • www.troika.org



FREUE DICH, OSTERN KOMMT BALD

Gerade für die bevorstehende Frühlingssaison hat die CD-Lux GmbH eine große Auswahl an besonderen Präsenten, mit denen die Kundschaft überrascht werden kann. Die Experten für Schoko-Kalender halten neben einem Wand-Osterkalender mit 24 Türchen auch den dazu passenden Countdown-Osterkalender mit acht Türchen parat. Bereits ab einer Abnahmemenge von 100 Stück druckt CD-Lux farbenfrohe Motive auf. Ab sofort sind zudem neutrale Internet- und Printprospekte zur Verkaufunterstützung bei den Schoko-Experten aus der Oberpfalz erhältlich.

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

STOPP HUNGER

PATE WERDEN - LEBEN RETTEN

www.worldvision.de

Die Mattenspezialisten für Ihren Werbeauftritt!



KLEEN-TEX
For Promotion

FOR PROMOTION

Kleen-Tex Industries GmbH
Tel. +43-5372- 61380 • Fax +43-5372-61380-49
www.kleen-tex.eu • promotion@kleen-tex.eu

Frühjahreskollektion Uhrenverpackungen




Wild design GmbH
Im Gewerbegebiet 3
77839 Lichtenau
☎ 07227 95 94 - 201
info@wild-design.de
www.wild-design.de



Werbung ToGo.
Individuell bedruckt - schon ab 1.000 Stück!
www.cupprint.de



too wild to be defeated ...

... power
endurance
elegance

HNC
Import-Export & Vertriebs AG
Hans-Striegl-Str. 5
D-92637 Weiden

Tel. +49 (0) 961 3816 0
Fax +49 (0) 961 3816 50
info@hnc-ag.de
www.hnc.ag

www.InproSolar.com
Seit 1981 immer der Zeit voraus
Das kleinste Solarauto der Welt!



Die zündende Idee

® registered design

INPROSOLAR • Am Bergfeld 5 • 86495 Eurasburg • Tel.: 08208 95 84 50

Alles für das Osterfrühstück



Backutensilien im Säckchen für ein gebackenes Lämmchen



*praktisch verpackt
zum überreichen*

*Ein Ei mit Eierbecher, Salz und Kressesamen
in der Eierschachtel als Präsent*

--- GRATIS! KATALOG 2012 anfordern unter info@multiflower.de
Multiflower GmbH, Industriestrasse 88, D-69245 Bammental • info@multiflower.de
Telefon (+49) 6223 86 65 60 • FAX: (+49) 6223 86 65 6-10 www.multiflower.de



VASEN PER MAILING

Flach wie ein Papier, in Größen, Formen und Designs ab 10000 Stück zum Minipreis gestaltbar sind die als idealer Mailingverstärker geeigneten Vasen von team-d. Die Vase wird lediglich mit warmem Wasser aufgefüllt und so in Form gebracht. Als Ideenankregung und Preisbeispiel sind diverse Muster ab Lager lieferbar. Die Kunststoffolie lässt sich im 4c-Offsetverfahren bedrucken und bietet somit fast grenzenlose Möglichkeiten der kundenindividuellen Gestaltung. Damit sind die Zeiten vorbei, in denen üppige, bauchige Vasen den Schrank verstopften und die Vase als Beigabe zum Blumenstrauß jedes Budget sprengt.

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

WACHSENDES POTENZIAL

Alle, die gern mit frischen Kräutern kochen, können sich auf die Kräuterdosen Easy planting freuen, die im neuen Promotion-Tops-Katalog 2012 von inspirion gelistet sind. Erhältlich sind die Kräutersamen der Küchenkräuter Basilikum, Oregano und Minze, die zusammen mit dem mineralischen Pflanzgranulat in einer Blechdose geliefert werden. Nach dem Öffnen wird der Doseninhalt angefeuchtet. Regelmäßiges Gießen sowie die Wahl eines sonnigen, warmen Standortes lassen die Spitzen der Sprösslinge bereits nach sieben bis zehn Tagen zutage treten.

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



FLEXIBLE SCHEIBEN

Die elasto form KG hat der Wurfscheibe eine neue Eigenschaft verpasst: Die Elastic Flyer sind robuste Wurfscheiben aus flexiblem, speziellem Kunststoff, die nicht nur über gute Flugeigenschaften verfügen, sondern durch die neue Verarbeitung jetzt auch scharfen Hundezähnen standhalten, ohne dass sich das Tier dabei verletzt. Die werbliche Botschaft kommt vollflächig und in optimaler Fotoqualität durch eine IMould-Veredelung ideal zur Geltung.

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

-Anzeige-

TOPPOINT®
digital print
auf mehr als 130 Produkte
aus unserer Kollektion!

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

QR-him



ECKENFELDER!
Kalender und mehr...

www.eckenfelder.de



BLUMIGE BOTSCHAFTEN

Plant-It heißt die neue Papier-Idee von Oakthrift aus Großbritannien, bei der jeder Gartenfreund ins Staunen kommt: Das bedruckbare Papier wird aus recyceltem Papier hergestellt und beinhaltet organische Pigmente und Pflanzensamen, die – wenn in Erde eingegraben und regelmäßig mit Licht und Feuchtigkeit versorgt – ein kleines Blumenmeer hervorbringen. Ideal geeignet für alle, die eine verantwortungsvolle Haltung zur Umwelt kommunizieren möchten, sind außerdem die vielen innovativen Ideen aus dem Segment Home & Garden Division von Oakthrift. Und wer etwa einen Werbeschirm sucht, der nicht gleich beim ersten Windstoß die Segel streicht, wird ebenfalls im Sortiment der Briten fündig.

48365 • Oakthrift Corporation Ltd. • Tel +44 20 83270222
sales@oakthrift.com • www.oakthrift.com

WÜRZIGE MISCHUNG

Neu vom Gewürzmühlenspezialisten Peugeot sind manuelle Pfeffer- und Salzmillen mit neuen Farben, die hohen funktionalen und optischen Ansprüchen gerecht werden. Das in vier Versionen erhältliche, in Geschenkkartonagen verpackte Tahiti-Duo ist etwas ganz Besonderes für Ästheten, Gourmets und Genießer: Diese Millen, gefertigt aus echtem Buchenholz in klarer Linienführung, schmücken sich immer wieder aufs Neue mit den Farben der Saison. Das Innenleben der Gewürzspender enthält hochwertige Mahlwerke aus einer korrosionsfreien, extrem belastbaren Werkzeugstahl-Legierung. Die Körner werden nicht zerdrückt, sondern hauchfein geschnitten, wodurch sie ihr volles Aroma preisgeben.

48500 • PSP Deutschland GmbH • Tel +49 2556 902110
pspdeutschland@psp-peugeot.com • www.psp-peugeot.de



FRUCHTIGE UMGEBUNG

Neu von der spanischen L&D Aromáticos sind kleine Lufterfrischer, die es in den zwei Duftrichtungen Erdbeere und Zitrone gibt. Die Produkte namens Little Box Vent sind laut Hersteller mit einem speziellen Luftströmungssystem ausgestattet, wodurch der frische Duft im Vergleich zu den meisten anderen Produkten dieses Segments stärker im Raum verteilt werden soll. Dazu bedarf es nicht des Einsatzes einer Flüssigkeit, sodass auch kein Austreten oder Tropfen möglich ist. Der Duftspender soll eine Lebensdauer von rund zwei Monaten haben und ist mit einem Langzeit-Duftkonzentrat befüllt.

44678 • L&D Aromáticos • Tel +34 950 624460
ld-aromaticos@ld-aromaticos.com • www.ld-aromaticos.com





SICHER ANS ZIEL

Zugeschnitten auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe sind die Freizeitkarten von Publicpress: Sie sind reißfest, abwischbar und GPS-genaue. Mit seinen über 500 Kartentiteln deckt das Unternehmen stets aktuell deutsche, aber auch beliebte europäische Reiseziele ab. Titel und Rückseite lassen sich als Sonderdruck im Corporate Design des Kunden gestalten und als Werbefläche nutzen. Für nahezu jedes Gebiet ist eine Kartenerstellung möglich. Kunden erhalten damit ein Werbemittel mit regionalem Bezug und hohem Nutzwert an die Hand.

48027 • Publicpress Publikationsgesellschaft mbH • Tel +49 2942 988700

huewel@publicpress.de • www.publicpress.de



ALLES GUTE AUS JUTE

Jutetaschen für Werbezwecke liegen im Trend, besonders in diesen Zeiten, in denen Organisationen gern Umweltbewusstsein demonstrieren und die Plastiktüte ein datiertes Werbemedium geworden ist. Eine attraktive, ökologische Jutetragetasche ist das Modell 1143 von Green Earth Products, eine Messetasche aus Jute im entsprechenden Format, um darin Broschüren, Flyer und viele weitere Messeutensilien verstauen zu können. Sie lässt sich ebenso werblich individualisieren wie Modell 1142, die „De-Luxe“-Version der vorbezeichneten Jute-Messetasche. Das aufgedruckte Logo macht sie zum Eyecatcher. Lange, wattierte Baumwollriemen sorgen für Tragekomfort und ein Mehr an Ausstrahlung.

48277 • Green Earth Products • Tel +31 800 3332220

info@greenearthproducts.eu • www.greenearthproducts.eu

-Anzeige-



IntracoTrading bv

www.intraco.nl

Vaerst®

Uhren aus Naturschiefer
Made in Germany

Vielen Dank für
Ihren Besuch!



Im Zeichen der Zeit

- individuell
- persönlich
- schnell

Unser neuer Katalog
liegt jetzt für Sie bereit!



Vaerst Uhren

Inderllekatte1 | 58339 Breckerfeld | Germany

Telefon: +49 (0) 23 38 91 68 - 0

Telefax: +49 (0) 23 38 91 68 - 40

www.vaerst.de | e-mail: info@vaerst.de



HAPTISCHE ÜBERRASCHUNG

Mit seiner Premium-Box mit weicher Beflockung hat die Jung Bonbonfabrik auch die Juroren des Promotional Gift Award überzeugt: In der Kategorie Veredelungstechnik gehört sie zu den Trägern eines Sonderpreises. Die Weißblechdose kann zusätzlich zur Beflockung auch im Tampon- oder Digitaldruck individualisiert werden, wodurch haptische Überraschungseffekte entstehen. Für das Ostergeschäft empfiehlt sich die inhaltliche Bestückung mit sechs Schoko-Häschen oder aber Gubor-Täfelchen respektive Ritter-Sport-Schokoladen-Minis.

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

SCHÖNER SCHAUER

Mit dem aus Duschgel, Bodylotion und einer Badebürste bestehenden Set namens Gartendusche von Kundenpflege lässt sich Wellness und Wohlbefinden verschenken. Der frische Duft der Kiwi vitalisiert Körper und Geist nach langen Wintertagen. Die originelle Verpackung in einer dekorativen Gießkanne aus Metall sowie der kleine Handgrubber machen das Set zu einer sinnvollen Gabe für alle, die sich nach besonderer Entspannung sehnen.

46887 • Kundenpflege Wellness & Care GmbH & Co. KG • Tel +49 6541 812950
info@kunden-pflege.de • www.kunden-pflege.de



WERBEN MIT WEITBLICK

Ökologische ECO-USB-Sticks und ECO-USB-Cards, deren Gehäuse aus nachhaltig gewachsenen und immer wieder aufgeforsteten Ahorn- und Bambus hergestellt wurden, gibt es bei disc on demand aus Hamburg. Die Speicherkarten sind aus biologischem, kompostierbarem Pflanzenmaterial. Mit dem wahlweise in rund oder eckig ausgeführten ECO-Stick in Ahorn- oder Bambus-Ausführung mit Speicherkapazitäten von bis zu 32 GB sowie der ECO-USB-Card haben die Hamburger grüne IT-Produkte, die nicht nur individuell gestaltet werden können, sondern für das Denken an morgen stehen, damit zukünftige Generationen eine Chance haben.

41369 • disc on demand GmbH • Tel +49 40 67587722
info@discondemand.de • www.discondemand.de



HAVANNA

140 Gramm Schirm



der LEICHTESTE von doppler

www.dopplerschirme.com



Speichern mit Stil

Der USB-Stick im Golfball-Design bietet dank schneller USB 2.0 Technologie und originalen Marken-Chips einen zuverlässigen Speicher. Ein ideales Präsent für Golfkunden und Sponsoren. Erhältlich als 2 GB oder 4 GB Speicher. Optional: Metalldose mit Sichtfenster und Logodruck.

Golfvertrieb Hilbrand

Im Steinach 14 • 87561 Oberstdorf (Germany)
www.golf-hilbrand.com • info@golf-hilbrand.com
 phone +49-8322-9654-0 • fax +49-8322-9654-40



TOPPOINT®

The Collection ^{new!}

2012



91017



81482



90869



99607



81550



50581



91736



91603



91641



50611

STEINHORST®

EINE MARKE DER MENTEC GMBH.

FASZINATION ACRYLGLAS

WERBEARTIKEL

BÜROACCESSOIRES

POS-VERKAUFSHILFEN

DESIGNARTIKEL

INCENTIVES

TECHNISCHE BAUTEILE

WWW.STEINHORST.DE

heri®

Made in Germany

mail@heri.de



Die ganze Welt
der Stempel

UND MEHR!
WWW.TOPPOINT.COM



WERBEWIRKSAM DOSIERT

Für den Einsatz als Mailing- oder Streuartikel bestimmt sind die kleinen XS bags von i.p.a. sweets. Je nach Füllung fällt die Wirkung der kleinen, aber feinen Tütchen nahezu atemberaubend aus. Näheres zum Inhalt wird bei eingefärbter Variante erst beim Öffnen preisgegeben. I.p.a. sweets empfiehlt etwa die Füllung mit seinen köstlichen Brain-Power-Kernen: Die Kürbiskerne sind schonend geröstet, mit Meersalz verfeinert und daher auch für Diabetiker geeignet. Wahlweise stehen zudem Füllungen aus zuckerfreien Mintpastillen, Schoko-Konfetti oder Salmipa-Salmiak-splittern sowie viele weitere Ideen zur Verfügung. Ab einer Abnahmemenge von 1000 Stück rundum bedruckbar, setzen die XS bags der Kreativität keine Grenzen.

45893 • i.p.a. sweets GmbH • Tel +49 4242 961200
info@ipasweets.de • www.ipasweets.de

LANGLEBIG UND KOMFORTABEL

Die Serie Fashion von Eurostyle zeichnet sich auch bei intensivem Einsatz durch Langlebigkeit aus. Erhältlich ist etwa ein ledernes Etui zur stilvollen Aufbewahrung von Schmuck. Auch die Reisepasshüllen dieser Serie erfüllen diese Eigenschaft und die bunten Farben sorgen für noch mehr Reiselust. Wer etwa seinen USB-Stick in einem der dafür vorgesehenen weichen Rindleder-Etuis von Eurostyle verpacken möchte, erhält wie die vorgenannten Produkte ein Werbemittel, das höchsten Komfort verspricht.

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



ALLES AUS DEM EIMER

Gleich eimerweise Wachstum versprechen die Naturspezialisten von Multiflower mit ihrem neuesten Zögling, einem kleinen Zinkeimerchen, das ein Tontöpfchen nebst Erdtablette und Samen enthält. Die Werbung wird auf die Oberseite der Banderole aufgedruckt. Als ideale Beilage für Mailings eignet sich die Pflanzsteckbox Green von Multiflower. Sie besteht aus einem auf Vorder- und Rückseite individuell zu gestaltenden Kärtchen sowie Samentütchen, für die verschiedene Samensorten auswählbar sind. Eine eigene Gestaltung ist ab 500 Stück möglich.

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



-Anzeige-

TOPPOINT®

Der neue Zorro Kugelschreiber...

Ab € 0,345 p/St!
 Inkl. 1-fbg. Druck!
 Eigenes Design und Produktion

FÜR KÜCHE, BAD UND FREIZEIT

Wer sein Business mit Werbeartikeln bewerben möchte, die auf Qualität, neuen Ideen und hohem Nutzen basieren, findet mit den textilen Werbeträgern von Emmebiesse aus Italien die passenden Entsprechungen. Erhältlich für die Verwendung in Bad und Küche, beim Freizeitsport sowie für die Urlaubszeit am Strand sind Textilien in den unterschiedlichsten Ausführungen. So sind Sport- und Strandmode sowie textile Badeaccessoires sowohl aus Baumwolle als auch in Form verschiedener Textilmische sowie 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



MEISTER DES MORGENS

Im angesagten Retro-Look gehalten ist der neue, stylische und große Designwecker GoodTimesXXL von Spranz. Eingekleidet in ein edles Metallgehäuse und ausgestattet mit einem schicken schwarzen Display wird der Wecker zum Blickfang. Auch wenn das echte Glockenwerk in der Lage ist, für reichlich Krach zu sorgen, geht es dank seines Schleppzeigerlaufwerks generell leise zu.

41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 98488-0
info@spranz.de • www.spranz.de

-Anzeigen-

Frottier erleben

- umfangreiches Lagersortiment
- zertifizierte Qualität
- kompetente Beratung

Floringo GmbH
Äußere Kreuzäcker 2
82395 Obersöchering
Deutschland

Tel.: 08847 - 6907 -0
Fax.: 08847 - 6907 -10
E-Mail: info@floringo.de
www.floringo.de

Marken-Werbeartikel aus Glas und Stahl

KUGELSPIRALE

Design und Qualität aus Deutschland

Telefon +49-22 38-845-473

mail@kugelspirale.de

Telefax +49-22 38-845-474

www.kugelspirale.de



BLUMEN UND SCHÖNE WORTE

Mit seiner flachen Pflanzbox aus Birkenholz hat Multiflower einen starken Werbeartikel für Mailings im Portfolio. Die Einzelteile sind schnell zusammengesteckt. Der Pflanzbox liegen für die Aufzucht eine Erdtablette und ein Samentütchen bei. Die praktische Handhabung ist auf der Rückseite der Packung zu finden. Auf dem Standardmotiv des Schubers steht genügend Platz für den Werbeaufdruck zur Verfügung. Ab 250 Stück Abnahmemenge kann der Schuber vollständig individuell gestaltet werden.

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

KULINARISCHES FRÜHLINGSERWACHEN

Beim Iced Tea Control von Finum handelt es sich um einen patentierten Ice Tea Maker, bestehend aus einer bruchfesten Kunststoffkanne mit 1,8 Liter Fassungsvermögen, einem Tea-Control-Brühstopp-Filter sowie einer Gebrauchsanleitung. Geliefert wird das Set in einer Schachtel. Frischer Eistee erfreut sich seit jeher großer Beliebtheit, besonders an heißen Tagen. Die robuste Kanne wird zur Hälfte mit Eiswürfeln gefüllt, woraufhin der Filter eingesetzt und der Tee hinein-gegeben wird. Anschließend wird kochendes Wasser zugesetzt, und schon wenige Minuten später hat der Tee die gewünschte Stärke erreicht.

48458 • Finum Riensch & Held GmbH & Co. KG • Tel +49 40 73424-0
kadagies@finum.com • www.finum.com



DIE ERLEUCHTUNG FÜR DEN GARTEN

Einige Stunden Licht am Tag genügen, um das von TFA Dostmann neu vorgestellte digitale Gartenthermometer Avenue nachts erstrahlen zu lassen. Schließlich ist das umweltfreundliche, aus stabilen und witterungsbeständigen Materialien hergestellte Instrument solarbetrieben. Auf der übersichtlichen Digitalanzeige mit großen Ziffern lassen sich Temperatur und Uhrzeit auch aus größerer Entfernung ablesen. Wahlweise lässt sich die Anzeige von aktueller Temperatur im Wechsel mit der Uhrzeit oder jeweils Uhrzeit und Temperatur konstant allein im Modus einstellen.

41875 • TFA Dostmann GmbH & Co. KG • Tel +49 9342 308-0
info@tfa-dostmann.de • www.tfa-dostmann.de





KANDINSKY
BRANDED CREATIVITY

NEO STRAPS

NEU!

AB 500 STÜCK!



KANDINSKY DEUTSCHLAND GMBH
WWW.KANDINSKY.DE | WWW.NEO-STRAPS.DE



SUCCESS

Erfolgreiche Werbung mit Spaß

Dr. Rolf Hein GmbH & Co. KG
SUCCESS - Werbung
Bahnhofstraße 29
D-72072 Tübingen



Telefon 07071 - 78898
Telefax 07071 - 791007
www.success-werbung.de
seifenblasen@pustefix.de

Original PUSTEFIX Made in Germany

JÜSCHIA®

AUMARKET - KITCHEN - ALUMINIUM - ALUMINIUM - ALUMINIUM - ALUMINIUM

Der neue
Katalog 2012
ist da!

Halle 9
9F50/9G49
BESUCHEN SIE UNS



HALFAR

Starke Taschen.

Exklusivvertrieb über den
Werbemittelhandel
www.halfar.com

SLODKE UPOMINKI

Happy Easter



SILVER SLIM (SQUARE CHOCOLATES)



THE SWEETEST OF ADVERT

POLANA, 04-401 WARSZAWA, BELLARY STREET 18
TEL: +48 (22) 672 54 75, +48 (22) 611 95 86, FAX: +48 (22) 616 00 00
EMAIL: INFO@SLODKEUPOMINKI.PL
WWW.SLODKEUPOMINKI.PL WWW.SLODKE.COM

PSI
Member
for 2012

TRADE
ONLY



SCHMUCKES HANDY-NEGLIGÉ

Die niederländische Intraco Trading bietet für Apple-Accessoires wie etwa Smartphones oder iPads Taschen in ungewöhnlichen Gestaltungsvarianten an: Das von der US-amerikanischen Design-Agentur Odoyo stammende Design macht die Schutzhüllen wertvoller Apple-Accessoires zu wahren Schmuckstücken und zum werblich aufmerksamkeitsstarken Blickfang. Die praktischen, leichten und stylischen Hüllen sind in verschiedenen Ausführungen hinsichtlich Material, Farbe und Dessins erhältlich.

43540 • Intraco Trading bv • Tel +31 75 6475420
info@d-vice.info • www.intraco.nl

DER REGEN KANN KOMMEN

Der Sommer und die Events unter freiem Himmel stehen zwar schon vor der Tür. Trotz bester Planung lässt sich das Wetter jedoch nicht beeinflussen. Für den Fall, dass der geplante Event ins Wasser zu fallen droht, schafft InsideOut aus Österreich mit seinen praktischen und zugleich äußerst werbewirksamen Regenponchos die passende Abhilfe. Dieser trendige Artikel ist in allen Farben, verschiedenen Größen, Materialstärken und Materialarten lieferbar, gleich ob individuell bedruckt oder unbedruckt. Zahlreiche unbedruckte Regenponchos sind außerdem lagernd und sofort versandbereit. Ob in Handtasche in Hosensäcken, im Wanderrucksack oder im Auto – eines ist sicher: Irgendwann schlägt die Stunde des leichten, werbewirksamen Regenponchos.

14468 • InsideOut Handels- und Werbemittelagentur • Tel +43 676 3836252
krobath@in-side-out.at • www.in-side-out.at



STRAHLEND SCHÖN

Seit mehr als einem Jahr ist Elektronikhersteller Philips mit seinem Werbemittel-Segment Partner des niederländischen Werbemittellieferanten Intraco Trading. Neueste Mitglieder der Produktfamilie sind stylische Lampen aus der erfolgreichen Serie LivingColours aus der Linie Philips Consumer Lightning. Zu den speziellen Highlights gehört zweifellos LumiWare Cooler, eine originelle und ab sofort für den Werbeartikelbereich bei Intraco erhältliche Designer-Lampe.

43540 • Intraco Trading bv • Tel +31 75 6475420
info@d-vice.info • www.intraco.nl

-Anzeige-



Der Lediberg

EM-Guide 2012

Ab Februar
2012 lieferbar.
Jetzt schon
ordern.

LED

Lediberggroup

Kontakt:

Tel. 05261 606-0

info@lediberg.de

Fax 05261 606-199

www.lediberg.de

MAXIMEX



TRENDmodell gesucht?
Gefunden!

Alles aus dem Trendmaterial Filz:
vielseitig einsetzbar, individuell gestaltet!



Maximex Import-Export GmbH in Solingen - Kontakt: 0212-23065-0, info@maximex.de, www.maximex.de

**Erobern Sie das Herz
aller Blumenfreunde
und machen Sie 2012
auf blumige Art
Werbung für Ihr Haus!**

teNeues

www.teneues.com

Abbildung aus dem Kalender Bouquets 2013

CORPORATE IDENTITY TEXTILES FOR YOUR BRAND

24 Jahre Textilerfahrung – Fullsortiment – Europäische Eigenproduktion

- Noble Qualität & Produktion von Kleinmengen
- kurzfristige/pünktliche Lieferung
- professionelle DESIGNABTEILUNG für Modellvorschläge
- Einzigartige Arbeitsmappe incl. Stoff- bzw. Farbindex

sowie sehr vieles mehr, melden Sie sich bei uns.
Sie werden BEGEISTERT sein!!! VERSPROCHEN....

TM Trend Moden GmbH, DE-Mönchengladbach
Tel.: +49 21 66 91 21 41/-42 Fax: +49 21 66 91 21 43
info@tm-trendmoden.com / www.tm-trendmoden.com

TROIKA®

CROSS MARKETING

Immer zur Hand: APP KEYRING - Schlüsselanhänger
mit Ihrem App-Symbol als unverwechselbarem Dekor.

Damit wird ihr virtuelles Angebot im Handzumdrehen
ganz real. Und das jeden Tag.



Ab 100 Stück Ihr eigener APP-Keyring!

#KYR12-P01 NAVIGATION
Schlüsselanhänger im App-Design



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





KLEINES RAUMWUNDER

Nautiloop heißt die mit vier Designpreisen ausgezeichnete neue, in unterschiedlichen Farben erhältliche Werbeta-sche von DNS, die aufgewickelt werden kann. Das kleine Raumwunder zeigt im Handumdrehen Größe. Nach Gebrauch verschwindet die Tasche blitzschnell wieder im Gehäuse. Die Werbeta-sche lässt sich einsetzen als innovatives Kundenge-schenk, Messetasche und Prämie, bereits ab 125 Stück erhältlich als individuelles Werbemittel, bedruckt nach Pantone C. Nautiloop erzielt eine maximale Werbewirkung durch die auffällige Werbefläche. Zusätzlicher Eyecatcher ist der integrierte Einkaufswagenchip.

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

RUNDUM SORGLOS

Original englische Bachblüten in Baumwoll-Aromatüchern, erhältlich bei Coolike Regnery, begleiten den Anwender durch den ganzen Tag, schenken ihm Optimismus und Vertrauen, Kraft und Energie. Sie sind die Schlüssel zur inneren Balance, die zu einem positiv gestimmten Leben verhelfen. Bachblüten gehören zu den wirksamsten Heilpflanzen der Naturmedizin. Neu und exklusiv hat Coolike Bachblütenessenzen auf zarte Baumwolle appliziert und die Kreationen „Aktiver Morgen“, „Vitaler Tag“ und „Entspannter Abend“ zur äußerlichen Anwendung geschaffen. Auf die Bedürfnisse der einzelnen Tageszeiten abgestimmt, sind diese Tücher die Wohlfühlbegleiter für den ganzen Tag. Mit individuellem Aufdruck auf den Sachets werden sie zum außergewöhnlichen Werbeartikel für alle Branchen.

41421 • Coolike Regnery GmbH • Tel +49 6251 845050
info@coolike.de • www.coolike.de



AUSSERGEWÖHNLICHE FORMGEBUNG

Das Unternehmen Viva Plus II hat einen neuen Kugelschreiber namens Festo ins Angebot aufgenommen. Das Modell bringt das jeweilige Firmenmotto bestens zur Geltung. Für einen guten Preis erhält der Kunde ein Schreibgerät mit außergewöhnlicher Formgebung und hochwertiger Qualität. Festo verbindet ergonomisches Schreiben mit neuartigem Design. Die rutschfeste Gummimanschette verbessert den Schreibkomfort. Frische Farben kombiniert mit einem weißen oder silbernen Schaft vermitteln einen besonderen Eindruck. Das Modell, das für einen anspruchsvollen Kundenkreises konzipiert ist, gibt es in zwei Varianten und in mehreren Farben.

46622 • Viva-Plus Joanna Kowalczyk • Tel +48 32 3868086-36
west@vivaplust.pl • www.vivapens.eu



-Anzeige-

TOPPOINT®

EXTRANET

Ihr eigenes Angebot innerhalb wenige
Minuten mit Ihren Konditionen
Direkt weiterschicken an Ihren Kunden



„Document Safe“-Hüllen



- zum Schutz vor unbefugtem Auslesen der persönlichen und biometrischen Daten
- höchstmögliche Abschirmung durch dünne, flexible und reißfeste Spezialfolie



Art.-Nr. 3274 800
für 2 Karten ePerso,
Zutrittskarten, Ausweise etc.



Art.-Nr. 3276 800
für 6 Karten ePerso,
Zutrittskarten, Ausweise etc.



Art.-Nr. 3276 800
für ePass

www.veloflex.de



Welcome to
BEASTS TOWN
www.beaststown.com

Es gibt possierliche Kuscheltiere. Und es gibt die BEASTS.
Die nicht alltäglichen Geschenke für Geschäftspartner
und Mitarbeiter. Neugierig geworden?

Kontaktieren Sie uns!

sigikid, H. Scharrer & Koch GmbH & Co. KG

Am Wolfsgarten 8 · 95511 Mistelbach · Germany · sigikid.com

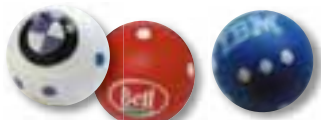
Anja Deroni · Phone +49 (0) 92 01 | 70-129 · anja.deroni@sigikid.de



UNIKUS

Mehr Infos unter:
www.creas.de

Unser einzigartiger Rundwürfel zum Spielen, Schenken, als Mailing oder Give-away – die Möglichkeiten sind so vielfältig wie seine Farbauswahl. Mit oder ohne individuellem Logodruck ist er der absolute Sympathieträger!



CREAS

CREAS Vertriebs-GmbH | Von-Humboldt-Str. 2a | DE 64646 Heppenheim
Tel +49 (0) 62 52-966 72-0 | Fax +49 (0) 62 52-966 72-21 | office@creas.de

POLAND

2012

UKRAIN

Lhr individueller Ball
zum Fußball Event 2012!
Your individuel ball for 2012!

contact us:
info@rheingoldsport.de

Rheingold-Comet-Sports GmbH
Mevisenstr. 52 - 47803 Krefeld
info@rheingoldsport.de
PSI 47620



SOFTREFLECTOR

Leader in the dark®

- * biggest European producer of high quality reflective products
- * all products are made "in-house" Europe Estonia
- * shortest production times
- * custom/personalized shapes and designs
- * products made of 3M Scotchlite
- * kept promises
- * fist grade service in multiple languages

For queries, contact us:
 Tel: +372 6585921
 eMail: soft@softreflector.com
www.softreflector.com

kornit breeze

Industrial Design for Commercial Use

The ideal Direct-On-Garment printer for small to mid-sized production businesses online & retail shops



kornit
DIGITAL
Following the Drop of Success

www.kornit-digital.com

LinkedIn Facebook Twitter YouTube



Acrylic Products



Happy Cube® Acrylic with Seasonal Greetings
 Create your own message in up to 100 personalized topics. Cube 5 x 5 cm.
www.happy.be - Happy Belgium - PSI member 42765 since 1989



IMPLIVA

For all your umbrellas.
 From stock or custom - made

Tel.: +31 (0) 297 - 287424
 Fax: +31 (0) 297 - 287836
info@impliva.nl - www.impliva.nl



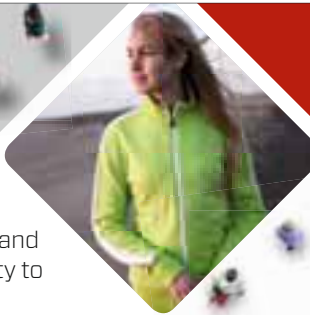
Giving EUROPE
We take care
www.givingeurope.com



We thank you for visiting our stand and for giving us the opportunity to present our novelties for 2012.

We are looking forward to doing business with you.

For further information visit www.id.dk or contact us on order@rexholm.dk



ID, THE ID IDENTITY LOGO ARE TRADEMARKS OF THE COMPANY REXHOLM A/S
 © 2012 REXHOLM.
 ALL RIGHTS RESERVED



PLASTORIA

THE POWER OF BRANDS

www.plastoria.be

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

STOPP HUNGER



PATE WERDEN - LEBEN RETTEN

www.worldvision.de

DZI
Spenden-Siegel

World Vision
Zukunft für Kinder!

Über 25 Jahre gemeinsam für den Werbeartikel

**V wie
Vorstand - Veränderung - Verlässlichkeit**

Ein neuer Vorstand stellt sich vor:
www.bwg-verband.de



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

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





RIVERSIDE GMBH & CO. KG

WERBEMITTELIDEEN, DIE BEWEGEN

Seit fünf Jahren vertreibt Riverside als Partner des Werbemittelhandels Produkte für Sport, Fitness und Wellness. Die Spezialisierung auf diese zeitgemäßen Bereiche entspricht der Grundintention des Unternehmens: Werbeartikel zu bieten, die gleichzeitig wirken und etwas bewirken.

Riverside ist mit fünf Jahren zwar ein noch recht junges Unternehmen, doch stecken dahinter gut 20 Jahre Erfahrung im Umgang mit der Werbemittelbranche. Zwei Dekaden nämlich ist Firmengründerin Astrid de Boer schon aktiv mit der Ma-

terie verbunden. Begonnen hatte alles mit einer Asienreise der damaligen Publizistik, Politik- und Geschichtsstudentin. In ihrem Hotel musste sie feststellen, dass sich unter den Bad-Accessoires keine Zahnbürste befand. Nachdem sie mehrere, auch

namhafte Hotels auf diesen Pflegeartikel hin negativ getestet hatte, kam sie auf die Idee, Hotels personalisierte Zahnbürsten anzubieten. Über die Außenhandelskammer war bald ein Kontakt zu einem Lieferanten in Hongkong hergestellt und erste Zahnbürsten verkauft. Weitere Verbindungen zum Themenkreis taten sich über Freunde auf: Diese lieferten Sporttaschen, Gymnastikbälle und ähnliche Produkte an Betriebskrankenkassen.

NÜTZLICHES KNOW-HOW

Ihr eigenes Geschäft baute Astrid de Boer noch während des Studiums sukzessive auf. Die durch eine Gesundheitsreform bedingte Budgetkürzungen im öffentlichen Bereich veranlassten sie dazu, mit Produkten für den medizinischen Sektor auf eine neue Zielgruppe zu bauen. „Parallel dazu habe ich versucht, auch die gesamte Bandbreite an Werbemitteln speziell für Sonderanfertigungen abzudecken – damals auch schon über PSI Fachhändler“, erzählt Astrid de Boer. Für die medizinischen Artikel erhielt sie diverse offizielle Zertifizierungen



nach DIN, Iso und dem Medizinprodukte-Gesetz. Die hier gesammelten Kenntnisse kamen ihr bei der Gründung von Riverside zugute. „Dieses Know-how können wir heute mit unseren Produkten für Sport, Fitness und Wellness an unsere Kunden weitergeben“, so de Boer.

MIT KOMPETENZ, ENGAGEMENT UND HERZ

2006 kam es schließlich zur Gründung der Riverside GmbH & Co. KG mit Sitz im idyllischen Bad Bentheim, nahe der niederländischen Grenze. Astrid de Boer hatte die Betriebswirtin und bis dahin als Marketing-Managerin tätige Ina Kastorf kennengelernt. Rasch war man sich einig, dem Werbemittelhandel gemeinsam Produkte zu offerieren, „die Sinn machen“. Astrid de Boer erläutert: „Als Partner für Werbemittel aus Sport und Fitness haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, Werbeartikel anzubieten, die wirklichen Nutzen bringen, und zwar durch Förderung von Gesundheit und Wohlbefinden. Wir halten es für sinnvoll, dass Werbemittel nachhaltig wir-



ken und etwas bewirken und die Menschen dabei unterstützen, gesund und ausgeglichen durchs Leben zu gehen.“ Ina Kastorf ergänzt: „Unsere Tätigkeit beruht auf Menschlichkeit und Zuverlässigkeit, in Offenheit und mit Achtsamkeit.“ Diese Überzeugungen prägen Team und Arbeiten bei Riverside, wo jeder Einzelne Verantwortung für den wirtschaftlichen Erfolg des



Die beiden Geschäftsführerinnen von Riverside im Garten ihres Firmensitzes in Bad Bentheim: (v. l.) Ina Kastorf und Astrid de Boer.



Unternehmens trägt. Es ist zu spüren, dass man in Bad Bentheim mit Herzblut bei der Sache ist und mit Kompetenz wie Engagement den Kunden stets ein „verlässlicher, glaubwürdiger und achtsamer Partner“ sein will. „Wir geben jeden Tag unser Bestes, um unsere Philosophie mit ihren Inhalten und Zielen zu leben und umzusetzen“, betont de Boer.

MENSCHLICHE WERTE

Was die Anwendung der Riverside-Produkte ausmacht, das gilt für Astrid de Boer und Ina Kastorf auch beim Umgang mit

dem Werbemittelhandel: „Die Kunden sollen sich bei uns wohlfühlen“, sagt Astrid de Boer. Persönlicher Kundenkontakt ist das A und O für die Unternehmerinnen, Service ein großer Teil ihrer Arbeit. Auch darum fühlen sich die Geschäftspartner gut aufgehoben. Die menschlichen Werte, die das Riverside-Team vorlebt, schaffen Vertrauen im Umgang mit den Kunden. An diese kam man übrigens rasch und unkompliziert über das PSI und dessen Messe, wo Riverside 2007 erstmals mit einem Stand vertreten war. „Es ist schon erstaunlich,

wie schnell wir über dieses wunderbare Netzwerk im Werbemittelmarkt bekannt wurden und Kontakte von großer Qualität knüpfen konnten“, bemerkt Ina Kastorf.

ÜBERZEUGENDES SORTIMENT

Neben der gewinnenden Art des Riverside-Teams war es natürlich nicht zuletzt die Produktpalette des Unternehmens, die in kurzer Zeit viele Fachkunden zu überzeugen vermochte. Die langjährigen Kontakte und Erfahrungen im Importgeschäft kamen der jungen Firma dabei zugute. „Da wir selbst mit ganzer Überzeugung hinter unseren Produkten stehen, können wir unseren Kunden auch hochwertige, stets kontrollierte Qualitätsware garantieren, beginnend bei der verantwortungsbewussten, fairen Herstellung bis hin zur Auslieferung“, betont Astrid de Boer. Dabei beliefert Riverside auf dem direkten Weg, frei von zeitaufwendigem wie kostspieligem Zwischenhandel und immer transparent für den Kunden. Klassische Standardartikel des Riverside-Sortiments sind Yogamatten, Gymnastikbälle, Fitnessbänder und Igelbälle. Darüber hinaus entwickelt man gemeinsam mit den Kunden Custom-made-Lösungen, „bei denen nicht nur die Qualität, sondern auch der Preis stimmt“. Beispiele hierfür sind die Bereiche Yoga und Pilates, Small Fitness und Tubes, Weights und Workout, die sich im übersichtlichen Riverside-Katalog finden. Dieser ist speziell für den Handel auch in neutraler Form herunterladbar. Für das Jahr 2012 ist die Ausweitung des Angebots um Sporttaschen geplant. Gefertigt werden diese Taschen unter dem Gütesiegel Fair Plus, und ein Teil der Verkaufserlöse soll gezielt in die Förderung von Kinderprojekten fließen. Man/Frau darf gespannt sein! <



KONTAKT:

Riverside GmbH & Co. KG
Fichtenstraße 4
48455 Bad Bentheim
Tel. +49 5922 77666-90
Fax +49 5922 77668-10
info@riverside-web.com
www.riverside-web.com

aimfap



SI AÚN NO ERES MIEMBRO DE AIMFAP ESTÁS PERDIENDO VENTAJA COMPETITIVA

If you are not a member of Aimfap yet, you are losing competitive advantage
Si vous n'êtes pas encore membre d'Aimfap, vous êtes en train de perdre des avantages compétitifs.

Pabellón Aimfap en ferias europeas (Expo Reclam Madrid y CTCO Lyon)



Aimfap pavilion in european trade fairs (Expo Reclam Madrid and CTCO Lyon)
Pavillon Aimfap dans des salons européens (Expo Reclam Madrid et CTCO Lyon)

Road shows itinerantes por España y Portugal gratuitos



Free travelling road shows in Spain and Portugal | Road shows itinérants gratuits en Espagne et Portugal

Benefíciate de la base de datos de
4800 clientes reclamistas

Use the 4800 association's
clients database
Profitez de la base de données
de 4800 clients revendeurs



Y muchos más servicios a bajo coste
Contacta con Aimfap



And much more low cost
services for members.
For more information contact
with Aimfap.
Et de beaucoup d'autres
services à faible coût. Pour plus
d'informations contactez Aimfap

PERSONA DE CONTACTO (CONTACT PERSON)

Beatriz Sanz Tel. 0034 913013400 | Mobile 0034 671684744
aimfap@aimfap.com | www.aimfap.com



ARBOLEDA, 14 - LOCAL 41 • 28031 MADRID (SPAIN)
TEL./FAX: 0034 91 301 34 00 • www.aimfap.com • aimfap@aimfap.com

ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES, MAYORISTAS Y FABRICANTES DE ARTÍCULOS PROMOCIONALES
Association of Importers, Wholesalers and Manufacturers of Promotional Goods



SOCCER FIRST DESIGN GROUP

Das Team der Soccer First steht für optimalen Kundenservice.

10 JAHRE SOCCER FIRST NÜRNBERG

INNOVATIONSKRAFT IM ROLLEN

Das erste runde Jubiläum kann der Ballhersteller aus Nürnberg, die Soccer First Design Group, begehen. Seit nun 10 Jahren produziert das Unternehmen individuell gestaltete Bälle und vertreibt sie an seine Geschäftspartner in den Bereichen Werbemittel, Bundesliga-Merchandising und Vereinssport.

Ein wenig stolz zeigt sich der Gründer und Firmeninhaber, Axel Fraunholz, schon: „Am Anfang hätten wohl wenige gedacht, dass das Unternehmen überhaupt ein Jahr überstehen könnte“, so der Nürnberger Unternehmer. Mittlerweile hat sich

Soccer First als einer der führenden Ballanbieter im Markt etabliert.

OPTIMALER KUNDENSERVICE

„Die wichtigsten Merkmale sind Qualität, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und ein optimaler Kundenservice“, erklärt Fraun-

holz. Des Weiteren legt das Unternehmen besonderen Wert auf das Produktdesign sowie die Innovationskraft. Die 3D-Präsentation der Designs ermöglicht ein noch professionelleres Verkaufsangebot und erleichtert die Kundenentscheidungen. Ständige Weiterentwicklungen im Bereich Ballschnitte und Materialien unterstützen ein kundenorientiertes Angebot.

ZIEL: ZWEI WOCHEN LIEFERZEIT

„Wir analysieren die Marktentwicklungen und agieren entsprechend schnell mit unseren Neuerungen. Insofern haben wir auch auf der PSI 2012 wieder eine Neuheit vorgestellt, nämlich ein Schnell-Lieferprogramm“, so der Inhaber. Dabei wird es den Handelspartnern ermöglicht, Bälle in noch kürzerer Lieferzeit als bisher zu bekommen. Ziel der Nürnberger Ballspezialisten ist es, individualisierte Bälle innerhalb von maximal zwei Wochen zu liefern, und das auch im hochwertigen Siebdruck.

UNVERWÜSTLICHE INDIVIDUALISIERUNG

„Wir haben für einen Auftrag bereits 500 Bälle innerhalb einer Woche fertiggestellt, und das zur absoluten Zufriedenheit unseres Kunden. Jetzt werden wir dieses Konzept im Hinblick auf die EM 2012 weiter ausbauen“, ergänzt Fraunholz. Und um dem Ganzen noch eins draufzusetzen, hat er mit seinem Team eine neuen Idee der Veredelung vorgelegt: den Laser-Ball, der auch auf der Neuheitenpräsentation „THE WALL“ auf der 50. PSI Messe zu sehen war. Der Vorteil hierbei: die schnelle Umsetzung einer unverwüstlichen Individualisierung der Fußballbälle – ein weiteres gutes Argument, mit dem Soccer First in die nächsten zehn Jahre starten kann.

www.soccerfirst.de



À BIENTÔT AU **51^e SALON PSI 2013**

9. – 11. JANVIER 2013

www.psi-messe.com



**PLUS DE TENDANCES.
PLUS DE MARQUES.
PLUS DE CHANCES.**



iSi Pro Tongs: Robuste Zangen aus hochwertigem Edelstahl für den vielfältigen Einsatz.

ISI DEUTSCHLAND GMBH

KÜCHENZUBEHÖR MIT MARKENSTATUS

„Markenartikel liegen im Trend“, sagt Thomas Saatz, Geschäftsführer der iSi Deutschland GmbH. Das Unternehmen bietet seine hochwertigen Produkte aus dem Bereich Küchenzubehör seit einiger Zeit auch für den Werbeartikelmarkt an. Wir stellen Ihnen das Unternehmen und sein Portfolio vor.

ISi ist Spezialproduzent und Anbieter von hochwertigen und innovativen Produkten, die sowohl gut verkäuflich als auch von der Marge für den Handel interessant sind. Das Headquarter in Wien bietet weltweit maßgeschneiderte Lösungen für alle Anwendungen, in denen komprimierte Energie in Form von Druckgasbehältern benötigt wird wie z. B. in der Automobil-

industrie, in der Luftfahrt, im medizinischen Bereich und natürlich in den Bereichen von Haushalts- und Gastroartikeln.

QUALITÄTSRANGE

Die iSi Deutschland GmbH, Solingen, ist die deutsche Vertriebstochter des österreichischen Unternehmens und mit ihren Produkten im deutschen Fachhandel, den Warenhäusern, Verbrauchermärkten und

im Gastronomiehandel vertreten. „Markenartikel liegen im Trend. Kunden lehnen mittlerweile oft Billigware ab und suchen eine gewisse Wertigkeit zu einem vernünftigen Preis. Es wird vom Konsumenten wieder hochwertiges, Status bildendes Küchenzubehör gekauft“, sagt Thomas Saatz, Geschäftsführer der iSi Deutschland GmbH, die als Mitglied des PSI ihre Qualitätsrange für die Werbeartikelbranche auch mit Branding anbietet. Das Portfolio in Deutschland reicht von den Whips sowohl für den Haushalts- als auch den Profibereich inklusive einer Anzahl von Accessories über die ebenfalls von iSi produzierten Sodasiphons, Pro Tongs Edelstahlzangen, iSi Sahne-, Soda- und Bierkapseln bis hin zu den Multifunktionsboxen Lock & Lock, für die die iSi Deutschland GmbH im Handel das Alleinvertriebsrecht in Deutschland hat.

ÜBERZEUGENDE GERÄTE

Die Profigerätegeneration iSi Gourmet WhipPLUS (0,25, 0,5 und 1 Liter) und iSi Thermo WhipPLUS (0,5 Liter) – beide Profiserien komplett aus Edelstahl – sowie das 1-Liter-Standgerät iSi Thermo XPress Whip

Eine Renaissance erleben die iSi Soda Siphons aus Aluminium.



Die iSi-Premiumrange Boroseal mit der original Lock-&-Lock-Doppelkammer-Silikondichtung.

haben schon viele Anwender weltweit von der unkomplizierten Bedienung, dem wirtschaftlichen Arbeiten und der schonenden Verarbeitung von Lebensmitteln überzeugt. Espumas, Suppen, Soßen, Desserts, Fingerfood, Cocktails, Toppings, Sahnevariationen usw. können mit den iSi-Geräten zubereitet werden und bleiben mehrere Tage ohne Qualitätsverlust im Kühlschrank haltbar. Tolle Rezeptkreationen werden sowohl über die iSi-Rezepthefte als auch übers Internet angeboten.

ISI PRO TONGS

Die patentierten iSi Pro Tongs stehen in den Größen 22, 30 und 40 Zentimeter zur Verfügung und sind nach dem höchsten amerikanischen Standard NSF zertifiziert. Robuste Zangen aus hochwertigem, hochglanzpoliertem Edelstahl, die beim Kochen, Grillen und Servieren eingesetzt werden können.

ISI SODA SIPHONS

Eine Renaissance erleben die iSi Soda Siphons aus Aluminium, die in den Farben Schwarz, Rot und Alu angeboten werden und ganz aktuell jetzt auch in Edelstahl. Die Verbindung aus klassischem Design

und neuester Technologie macht den iSi Soda Siphon zum repräsentativen und zugleich umweltfreundlichen Lifestyle-Objekt.

MULIFUNKTIONAL

Das sehr umfangreiche Lock-&-Lock Sortiment (mehr als 80 verschiedene Formen und Größen von 100 Millilitern bis 21 Liter) sorgt überall für Ordnung und Übersicht. Die Boxen sind luft- und wasserdicht und das ideale Produkt für die Aufbewahrung von Lebensmitteln, die sich so erheblich länger frisch halten. Außerdem ist Lock & Lock aromafest, sodass auch intensiv riechende Speisen ohne störende Gerüche aufbewahrt werden können.

APPETITLICH UND DEKORATIV

Die speziell entwickelte original Lock-&-Lock-Doppelkammer-Silikondichtung bewirkt, dass der Deckel die Dosen hermetisch verschließt. Der Lock-&-Lock-Deckel wird mit vier patentierten Sicherheitsverschlüssen geschlossen und kann sich nicht von alleine öffnen. Die Modelle der Premiumrange Boroseal von Lock & Lock sind rechteckig, quadratisch und rund erhältlich mit unterschiedlichem Fassungsvermögen. Hergestellt aus qualitativ hochwer-



Thomas Saatz, Geschäftsführer der iSi Deutschland GmbH

tigem hitzebeständigem Glas vertragen die Unterteile sowohl große Hitze als auch plötzliche Abkühlung. In Boroseal zubereitete Speisen können direkt ohne Deckel dekorativ auf dem Tisch platziert werden. Gerade im Kunststoffbereich deckt iSi mit den Lock-&-Lock-Produkten ein großes, mittelpreisiges, hochwertiges Sortiment ab. Im Bereich Werbeartikelhandel können die iSi-Geräte ab einer Stückzahl von 500, die Lock-&-Lock-Multifunktionsboxen auf Anfrage gebrandet werden.

www.isideutschland.de





STICKEREI S. K. KIMMICH

UMFIRMIERUNG UND NEUES DESIGN

Seit Kurzem präsentiert sich die Stickerei S. K. Kimmich in einem völlig neuen Design. Nach 65 Jahren werden der Name, das Logo und die gesamte Außendarstellung durch einen zeitgemäßen Markenauftritt ersetzt. Ab sofort heißt das Unternehmen spessart – Die Textilveredler.

Anlass für die Weiterentwicklung der Marke und die Überarbeitung des Designs war der Veränderungsprozess, den die Stickerei in den vergangenen Jahren durchlaufen hat: Zunächst gestartet als reine Stickerei, hat sich das Familien-Unternehmen zu einem innovativen Textilveredler mit über 100 Mitarbeitern entwickelt. Der alte Unternehmensname war einfach zu eng geworden.

INDIVIDUELLE LÖSUNGEN

Spessart – Die Textilveredler bieten neben der klassischen Stickerei auch alle anderen Formen der Textilveredelung an: von der Be-

flockung über Embleme bis zu Sieb- und Transferdruck. Eine eigene Kollektion, Erfahrung im Textilhandel und umfangreiche Service- und Logistikleistungen runden das Unternehmensportfolio ab. Großkunden aus Industrie und Tourismus aus ganz Deutschland schätzen dies seit vielen Jahren. Als innovativer Textilveredler bietet das Unternehmen individuelle Lösungen für perfekt veredelte Textilien. Ob in Kleinstauflagen oder für Groß-Bestellungen: Auch komplizierte Motive und aufwendige Auftragsabwicklungen werden in kürzester Zeit realisiert – und das alles made in Germany.

Unterstützt wird der neue, von der renommierten Markenagentur Kiesewetter aus Freiburg entwickelte Markenauftritt des Unternehmens von der Kampagne „Ihr Motiv ist unsere Motivation“.

JEDE VEREDELUNGSART WIRD UMGESETZT

„Unsere Kunden sind vielfältig: aus der Industrie, der Werbebranche oder dem Vereinswesen, Arztpraxen, Hotels oder Schulen – jeder hat eigene Ideen und Ansprüche. Und wir finden für jeden die richtige Lösung. Wir visualisieren die Kunden-Ideen und setzen sie in jeder Veredelungsart um“, erklärt Geschäftsführer Hans Dieter Bittroff. „Das wollen wir auch in unserem Auftritt nach außen zeigen.“ Unterstützt wird der neue, von der renommierten Markenagentur Kiesewetter aus Freiburg entwickelte Markenauftritt von der Kampagne „Ihr Motiv ist unsere Motivation“.

GEBÜNDELTE IDEEN

Ob große Mengen mit einem speziellen Detail oder ein ganz bestimmtes Einzelstück: Anspruch war und ist es, normale Kleidungsstücke und Arbeitsbekleidung in etwas absolut Individuelles zu verwandeln. Als Systemlieferant bündelt spessart – Die Textilveredler die Ideen und liefert seinen nationalen und internationalen Kunden ein komplettes Rundum-Paket. 30 Stickmaschinen, ein vollautomatisches Siebdruckkarussell und ein Digitaldrucker sind dafür im Einsatz. An den Standorten Stockstadt und Schwerin kümmern sich qualifizierte Mitarbeiter darum, dass die Ideen der Kunden verwirklicht werden. Außerdem gibt es bei spessart – Die Textilveredler eine eigene Designabteilung, welche die Umsetzung der Wünsche überprüft oder neue Entwürfe kreiert.

NEUES LOGO

Die Kreativität und Authentizität des Unternehmens zeigt sich im neuen Logo in der künstlerisch stilisierten Form des Spechts. Dieser gehört unmittelbar zum Spessart und drückt damit auch die Verbundenheit zu der Region und zum deutschen Standort aus. www.kimmich.de



Mag Bag



DIE GANZE WELT DER BAGHANGER
IN PREMIUM QUALITÄT
THE WHOLE BAGHANGER WORLD
IN PREMIUM QUALITY



STANDARD STONES HEART



STANDARD HEART



BAG



PREMIUM ROUND



STANDARD STONES ROUND



PREMIUM STONES ROUND



STANDARD ROUND



PREMIUM HEART



BAG + STONES



MIRROR + PICTURE



PREMIUM STONES HEART



PREMIUM GIFT BOX



SIE SUCHEN DOMING-ETIKETTEN?

WIR BIETEN FOLGENDE DREI
DOMING TECHNOLOGIEN AN:

1. POLYURETHAN (AB 2.000 STÜCK)
2. UV-BASIS (AB 1.000 STÜCK)
3. DOMING AUF ROLLE (AB 10.000 STÜCK)



Kreutz®
fine Design

KREUTZ GMBH
OVERATHER STR. 22
51109 COLOGNE
GERMANY
TEL.: [+49] (0) 221-690 65 8 0
FAX: [+49] (0) 221-690 65 8 20
EMAIL: INFO@KREUTZ-ONLINE.DE

**ANGELIKA NEIBER**

„ICH MÖCHTE ETWAS BEWIRKEN“

Allein Produkte zu verkaufen, war Angelika Neiber von Anfang an nicht genug. So hat sie mit Penta in über 15 Jahren ein Unternehmen aufgebaut, das dem Kunden ein breites Leistungsportfolio zur Pflege seiner Geschäftsbeziehungen bietet. Inzwischen hat sie sich auf den Bereich kundenorientiertes Prämienmarketing spezialisiert und ist mit maßgeschneiderten Prämiensystemen erfolgreich. Mit einem eigenen Konzept für Bonusprogramme auf Punktebasis mit angeschlossenen Webshops geht Neiber neue Wege - und überzeugt damit mehr und mehr Kunden.

Angelika Neiber ist eine jener Frauen, die mit Leib und Seele Geschäftsfrau und gleichzeitig Mutter und Familienmensch sein können. In beiden, nicht gerade einfachen Jobs geht sie voll und ganz auf und scheint mit Leichtigkeit von einer Welt in die andere zu wechseln. Dass ihre beiden Welten in benachbarten Häusern liegen, macht das Ganze zwar organisatorisch weniger aufwendig, aber dennoch muss sie hier wie dort mit ganzer Kraft präsent sein. Erleichternd kommt in den letzten Jahren hinzu, dass drei der vier Kinder inzwischen erwachsen sind und mehr oder weniger ihre eigenen Wege gehen. Doch als sie vor rund 15 Jahren mit Penta an den Start ging, wurde sie noch von allen intensiv gebraucht, die jüngste Tochter war gerade mal drei Jahre alt. Doch sie hatte sich schon vor der Familienphase vorgenommen, sich auf eigene Füße zu stellen, und sobald die Familiensituation es erlaubte, setzte sie diese Idee in die Tat um.

AFFINITÄT ZUM GESUNDHEITSWESEN GENUTZT

Schon ihr früh verstorbener Vater war selbstständiger Kaufmann gewesen, und sich selbständig zu machen, war Ziel und Herausforderung zugleich. Als Jüngste von fünf Geschwistern im hessischen Geinsheim aufgewachsen – auch heute noch Wohn- und Firmensitz – absolvierte Angelika Neiber nach Abschluss der Realschule zunächst eine Ausbildung als Arzthelferin, später noch eine kaufmännische Weiterbildung. Nach Berufstätigkeit in Praxis und Klinik folgte die familienbedingte Auszeit. Dass es beim Berufs-Neustart um Werbeartikel gehen würde, war nicht geplant, das hat sich eher so ergeben. Zunächst hatte sie an eine Beratungsfirma für Lifestyle und Inneneinrichtung gedacht. Doch bei Recherchen, die ihr dieses Berufsfeld eröffnen sollten, kam sie in Kontakt mit einem PSI Lieferanten und über diesen Weg tat sich die ganze faszinierende Welt der Werbeartikel auf. Eine Welt, die sie sofort begeisterte, mit ihrer Vielfalt aus hochwertigen Markenprodukten, witzigen Ideen und einfach vielen schönen Dingen. Sie nutzte ihre bisherige Affinität zum Gesundheits-

wesen und zur Pharmaindustrie und verband das vorhandene Know-how aus der Medizinbranche mit ihrem neuen Business mit Werbeartikeln. Da sie ganz genau wusste, was in Kliniken und Praxen gefällt und was dort wirklich gebraucht und auch genutzt wird, fand sie die ersten Werbertikeln Kunden genau dort, im Medizinsektor. Dass sie den richtigen Riecher für das Werbeartikelgeschäft hatte, zeigte die stetig wachsende Zahl zufriedener Kunden, von denen ihr viele bis heute treu geblieben sind.

GESPÜR FÜR PRODUKTE UND QUALITÄT

Das Leistungsspektrum von Penta ist fast von selbst mit den Anforderungen der Kunden gewachsen. War es anfangs noch eher das klassische Handelsgeschäft, so erweiterte sich das Portfolio zusehends aus: Die Projekte wurden größer, komplexere Konzepte waren gefragt und anspruchsvolle Lösungen mussten gefunden werden. Die Erfahrung wuchs, und zunehmend wurden auch Sonderanfertigungen entwickelt – das Ganze wurde spannender. „Es gab nichts, was ich nicht möglich machen konnte, und das wurde von den Kunden honoriert“, erinnert sich Angelika Neiber heute. Von Anfang an war sie Mitglied im PSI: Die Lieferantenkontakte waren hilfreich, die günstigen Konditionen von Vorteil. Oft wurde sie nach der Mitgliedschaft gefragt, denn mit PSI Firmen wurde schon immer ein gewisser Qualitätsstandard verbunden. Qualität ist für Angelika Neiber ein ganz wichtiges und gleichzeitig sensibles Thema, das sie auf ihre Art ganz offensiv angeht, indem sie einfach keine Kompromisse macht: „Erstklassige Produkte zu bieten, ist für mich ein Muss, denn wo mein Name dahintersteht, das muss vom Besten sein. Ich schlage keine billigen Wegwerfartikel oder ökologisch zweifelhafte Produkte vor, achte auf hohen Nutzwert, Langlebigkeit und Funktionalität.“ Sie ist davon überzeugt, dass außer Branchen-Know-how, Erfahrung und Marktkenntnis auch die Fähigkeit, zuhören zu können, entscheidend für ihren Erfolg ist, und ergänzt: „Ich gehe mit offenen Augen durch die Welt und überlege mir dabei, was in die Konzepte meiner Kunden passen könnte. Auflage und

Material sind dabei nicht entscheidend, sondern es geht darum, den Kunden professionell bei der Pflege seiner Geschäftsbeziehungen zu unterstützen, indem man Zeichen setzt mit Qualität, zeitloser Eleganz und einem gewissen Gespür fürs Besondere.“ Mit diesem hohen Anspruch hat sich Penta, das bis letztes Jahr noch als Penta Werbekreationen firmierte, bundesweit einen guten Namen geschaffen.

EXPERTEN FÜR BEZIEHUNGSPFLEGE

„Experten für Beziehungspflege“ nennt sich das Penta-Team, und allein dieser Claim legt nahe, dass es um mehr geht als um reinen Werbeartikelhandel – und genau da wollte Neiber von jeher hin. Auch das Geschäftsfeld Prämienmarketing, wofür Penta mittlerweile als Spezialist gelten kann, ist ursprünglich aus der Aufgabenstellung eines Kunden erwachsen: Im Rahmen eines Projekts „Prämien für unfallfreies Arbeiten“ wurde erstmals 2001 ein Konzept erstellt, das Mitarbeitern, die sich im Bezug auf Arbeitssicherheitsmaßnahmen vorbildlich verhalten hatten, Anerkennung in Form von Sachprämien bot. Das Programm wurde von Penta kreiert und komplett betreut, inklusive Produktauswahl, Kataloggestaltung sowie Abwicklung und Versand. Diesem Projekt folgten viele weitere Prämienkonzepte und Motivationsprogramme für Mitarbeiter oder Handelspartner nach, sodass sich Penta inzwischen als Profi in Sachen Prämiensystemen positioniert hat. Eine besondere Chance, sich in diesem Geschäftsfeld zu profilieren, eröffnete ein vor drei Jahren in Angriff genommenes Projekt: Im Auftrag eines Kunden wurde ein Bonusprogramm auf Punktbasis mit angeschlossener IT-Lösung entwickelt. Außendienst-Mitarbeiter können damit ihre Bonuspunkte im Rahmen eines Online-Shops für Sachprämien einlösen, wobei sie die Möglichkeit haben, Punkte zuzukaufen, wenn sie ein bestimmtes, höherwertiges Teil erwerben möchten. Die Leistung von Penta in diesem Projekt umfasst den kompletten Service von der Produktauswahl und -zusammenstellung über die Erstellung des Online-Shops und die Punktekalkulation bis hin zu Abrechnung, Konfektionierung, Logistik und Ver-

ANGELIKA NEIBER IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?
Packen wir's an!

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?
Wenn ich effizient arbeiten kann und noch Zeit für meine Familie habe.

Was bringt Sie in Hochstimmung?
Die Freude am kleinen Glück im Alltag: das Lächeln eines Mitmenschen, die strahlenden Augen eines Kindes, die zarte Blüte am Wegesrand ...
Es gibt so viele Gelegenheiten, sich zu freuen, wenn man achtsam ist.

Und was bringt Sie auf die Palme?
Unehrlichkeit und Unpünktlichkeit.

Wie können Sie die Zeit vergessen?
Beim Bearbeiten spannender Projekte, beim Lesen, im Garten und in der Natur.

Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?
Entweder in die Berge oder ans Meer. Wichtig ist, dass ich mich in der Natur bewegen kann.

Wofür geben Sie gern Geld aus?
Für Bücher.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?
Wenn sie gut ist, dann kann es schon mal passieren.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?
Wenn er die gewünschte Botschaft übermitteln kann, ohne aufdringlich zu sein – und dabei hochwertig ist.

Der beste, den Sie je bekommen haben?
Mein Lieblingsschlüsselanhänger: der mit den vier ausgestanzten Ringen.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?
Schlechte Qualität, unästhetische Ausführung, plakative Aufdrucke.



sand. Abgerundet wird der Service durch den laufenden Support sowie Reklamations- und Garantieabwicklung. Auch begleitende Maßnahmen wie die Produktion von Flyern, Broschüren, Katalogen gehört dazu. Eine äußerst hilfreiche Zusatzleistung ist die Berücksichtigung der steuerlichen Aspekte, die für Arbeitgeber bei zusätzlichen Zuwendungen an Arbeitnehmer relevant sind. Anhand von Beispielrechnungen macht Neiber dem Kunden die steuerliche Absetzbarkeit der Zuwendungen transparent, so dass er auch seinen persönlichen Vorteil in dem Modell erkennt.

PROFESSIONELLES PRÄMIENMARKETING

Dieses Grundkonzept eines Prämienmarketingsystems wurde von Penta weiterentwickelt und kann prinzipiell an alle Branchen und Unternehmen angepasst werden, in denen Anreiz- und Belohnungssysteme Sinn machen, im B2C- ebenso wie im B2B-Bereich. Der Bereich Prämienmarketing ist äußerst anspruchsvoll und erfordert auch von den Lieferanten absolute Zuverlässigkeit – immerhin müssen die Artikel ein ganzes Jahr lang lieferbar sein und auch die Preisgestaltung ist in diesem Zusammenhang nicht ganz einfach. Doch hier kommt das gute und vertrauensvolle Verhältnis zu den Lieferanten zum Tragen: „Einfach kann jeder“, sagt Neiber selbstbewusst. „Der Profi zeigt sich, wenn Maßarbeit gefordert ist oder dann, wenn einmal etwas schiefgeht. Dann lösen wir das Problem gemeinsam mit dem Lieferanten und in enger Abstimmung mit dem Kunden. Aus meiner Erfahrung ist eine gut bearbeitete Reklamation die beste Kundenbindung.“ Dass Angelika Neiber ein Mensch ist, der offen und positiv in die Welt schaut und ehrlich und konstruktiv kommuniziert, ist in solchen Fällen sicher hilfreich.

PRÄMIENPROGRAMME WIRKEN

„Das Gesundheitswesen ist bis heute unser Schwerpunkt, nicht allein, weil ich mich darin gut auskenne, sondern auch deswegen, weil mir das Thema einfach am Herzen liegt. Wenn man unsere Prämienprogramme vernünftig einsetzt, zum Beispiel in der Gesundheitsvorsorge, etwa bei Krankenkassen oder im Reha-Bereich, dann können sie viel Gutes bewirken.“ Der Effekt wird noch verstärkt, wenn man Produkte wählt, die beispielsweise gesunde Ernährung oder Bewegung fördern, ist Neiber überzeugt. „Ich sehe immer den Menschen im Hintergrund, auch bei Mitarbeiterprogrammen. Wer sich anerkannt und motiviert fühlt, der arbeitet lieber und bleibt gesünder.“ Dass die Prämiensysteme tatsächlich etwas bewirken, kann sogar in Zahlen belegt werden: „Wie die Statistiken eines Kunden zeigen, sind wirklich weniger Arbeitsunfälle passiert, seit das System läuft – zum Beispiel weil die Sicherheitsvorschriften eingehalten und mehr Arbeitssicherheitsschulungen besucht wurden. Das ist für mich der größte Erfolg meiner Arbeit.“



Als bedeutender Hersteller in der Werbeartikel-Branche bieten wir Ihnen die Chance, am stetigen Erfolg unseres mittelständischen Unternehmens mitzuwirken. Wir suchen für unser Verkaufsgebiet Deutschland (PLZ 1-5) sowie für Schweden und Dänemark eine(n) ehrgeizige(n) und motivierte(n)

Kundenberater(in) im Außendienst

Sie können begeistern, vor allem Ihre Kunden, die Entscheider des Werbeartikelhandels. Produktvorteile und Einsatzmöglichkeiten unserer Innovationen und Klassiker vermitteln Sie mit viel Gefühl und Sympathie. Sie präsentieren nicht nur Produkte, sondern bieten mehr: kreative und effiziente Werbemaßnahmen mit professioneller Beratung.

Sie verfügen über Außendienstterfahrung (bevorzugt in der Werbeartikelbranche) und über gute Englischkenntnisse. Sie sind kontaktfreudig, gerne unterwegs, haben Spaß an aktiven Messeteilnahmen und deren Vorbereitung. Auch die administrative Seite im Büro erledigen Sie gerne.

Ein hohes Maß an Einsatzbereitschaft, Flexibilität und Organisationstalent setzen wir voraus.

Ihre Bewerbungsunterlagen mit Angabe des nächstmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellungen senden Sie bitte bevorzugt per E-Mail an: u.schneider@jung-europe.de

Natürlich behandeln wir Ihre Bewerbung vertraulich.



JUNG Bonbonfabrik GmbH & Co KG
Umlandstraße 36 • 71665 Vaihingen/Enz • Germany
Tel.: +49 7042/907-0 • u.schneider@jung-europe.de
www.jung-europe.de

PSI Messeneuheit verpasst?

ABSOLUT NEU!

BACHBLÜTEN in Baumwoll-Aromatüchern
zur äußerlichen Anwendung



Aktiver Morgen

Vitaler Tag

Entspannter
Abend

*Bachblüten gehören zu den wirksamsten
Heilpflanzen der Naturmedizin.*

Qualitätsprodukte aus dem Hause

Coolike®

Ihr **MUSTERSET** liegt für Sie bereit.
Stichwort: „Muster Bachblüten“: vw@coolike.de

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

remarkable
eco-friendly trade



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



Gyronimus

Der Werbeartikel mit drehenden Werbewalzen

- Bis zu 18 rotierende Werbeflächen
- und 216 Kombinationen



achilles® Bahnhofstraße 141
63263 Neu-Isenburg

www.gyronimus.de

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



SCHUTZ MIT SAMMLERWERT

Kondome mit individuellem Branding dienen schon lange nicht mehr allein ihrem ursprünglichen Zweck, sondern sind vielfach auch begehrte Sammlerstücke. Vier neue Variationen davon stellt CondomMessage über das Portal condommessage.com für den Werbemittelmarkt vor. Besonders aufmerksamkeitsstark ist dabei sicher das Kondom in der Kapsel, die optisch zunächst den Eindruck einer herkömmlichen Kaffee kapsel vermittelt. Bei den neuen Kondom- Wrappern sind die Möglichkeiten, eigene Werbebotschaften zu übermitteln, besonders ausgeprägt. Sowohl die Innen- wie die Außenseite der Verpackung kann individuell gestaltet werden. Zur Wahl stehen weiter die Bestückung mit je einem einzelnen oder zwei Kondomen und alternativ die Kombination von einem Kondom und einem Tütchen mit Gleitmittel.

47506 • Asha International - CondomMessage • Tel 0900 7233739
info@condommessage.com • www.condommessage.com

FÜHLBAR ANDERS

Die harte und glänzende Porzellanoberfläche bekommt jetzt mit der neuen Veredlung von Mahlwerck einen samtig anmutenden Touch. Velvety nennt der Hersteller die weiche und geschmeidige Oberfläche, die an eine Gummierung erinnert, trotzdem aber die Hand leicht darübergleiten lässt. Schon der Anblick der Becher animiert zum Anfassen und beschert dann den Aha-Effekt. Velvety kann über einen ein- oder mehrfarbigen Druck, auf Hydroglasur wie auch über einfarbigen Standarddruck appliziert werden. Die Oberfläche wird samtig, seidig matt. Zusätzlich lässt sich Velvety jeweils einfarbig bedrucken und auch eine Logogravur findet die perfekte Unterlage. Durch die neue Beschichtung wird selbst aus einem schlichten weißen Kaffeebecher ein viel beachtetes Trinkgefäß.

44833 • Mahlwerck Porzellan GmbH • Tel +49 8031 27470
info@mahlwerck.de • www.mahlwerck.de



KLEINER ROCKSTAR

Er ist klein, intuitiv bedienbar und bietet Platz für jede Menge toller Musik: Der iPod nano mit seinem Multi-Touch-Bedienfeld gehört sicher zu den coolsten Möglichkeiten, die persönliche Hitparade und vieles mehr ständig dabeizuhaben. Mit Speichergößen von 8 oder 16 Gigabyte

brauchen Anwender auch auf längeren Touren auf kein Lieblingslied zu verzichten, verspricht Anbieter Lehoff Im- und Export. Das 1,5 Zoll große Farbdisplay mit einer Auflösung von 240 x 240 Pixeln bietet viel Platz für großflächige Icons, die leicht und sicher auf der Multi-Touch-Oberfläche bedient werden können. Neben seiner Funktion als Musikplayer ist der iPod nano gleichzeitig der ideale Begleiter für das tägliche Fitnessprogramm: Er speichert Zeit, Geschwindigkeit, zurückgelegte Laufstrecke sowie den Kalorienverbrauch pro Tour.

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





SPIELE MIT DEM PLUS

Spiele mit elektronischer Unterstützung machen auch beim Ravensburger Spielverlag immer höhere Anteile am Gesamtumsatz aus. Neu im Programm ist in diesem Jahr das Kinderspiel „Schnappt Hubi“ und die Fortsetzung des Klassikers „Das Elektronik Labyrinth“. Für die Entwickler steht bei elektronisch unterstützten Spielen die Verbindung des klassischen Spiel-Erlebnisses in der Familie mit den lehrreichen und individuellen Möglichkeiten moderner Elektronik. Dass diese hierbei nicht zum schlichten Gimmick verkommt, ist oberste Priorität beim Spieledesign. Spielideen und Lerninhalte sollen sinnvoll erweitert werden, sagt Geschäftsführer Michael Tiesler. Ravensburger investiert daher auch stark in selbst entwickelte Produkte statt in Lizenzen, um entsprechende Qualität anzubieten.

46563 • Ravensburger Spielverlag GmbH • Tel +49 751 861722

gisela.horn@ravensburger.de • www.ravensburger.de



SICHERHEIT GEHT VOR

Einen kleinen Schutzengel mit vielen versteckten Qualitäten stellt Spranz im aktuellen Portfolio vor. Der Körper des Engels ist aus einem hochreflektierenden Material gefertigt und sorgt bei Dunkelheit für zusätzliche Sicherheit des Trägers. Angebracht an der Jacke, am Tornister oder am Rucksack ist der Engel schon von Weitem gut sichtbar. Der aus Mikrofaser gefertigte Kopf ist so weich, dass er gleichzeitig als Reinigungshilfe für Brille oder Handydisplay herhalten kann. Die kleine Anhängererkordel ist abnehmbar. Neben dem Schutzengel bietet der aktuelle Katalog des Unternehmens noch eine Reihe weiterer Designprodukte ohne Designzuschlag, so der Slogan des Unternehmens, an.

41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 984880

info@spranz.de • www.spranz.de

-Anzeige-

TOPPOINT®

Aktion Tassen Oslo

1 Farbe/1 Seite

Ab € 1,065 p/St

Inkl. 1-fbg. Druck!





SÜSSER BAUERNHOF

Den eigenen kleinen Bauernhof können sich Schokoladenfans zu Ostern aus den neuen Choco-Farm-Figuren von MM Brown Deutschland zusammenstellen. Die kugelrunden Figuren in Form von Kuh, Schaf und Schwein bestehen aus leckerer und weich schmelzender Vollmilchschokolade oder aus weißer Schokolade und sorgen als das fantastische Trio für einen starken Auftritt. Verstärkt wird dieser Eindruck durch die dekorative Schachtel, in der die drei Figuren beim Empfänger ankommen.

48316 • MM Brown Deutschland GmbH • Tel +49 69 25427127
info@chocolissimo.de • www.chocolissimo.de

ZEITLOSE ELEGANZ

Als Spezialist für die Konstruktion und Produktion personalisierter Uhren ist Sphere Time der richtige Ansprechpartner sowohl für einfache Chronographen als auch für exklusive High-Class-Modelle. Das Unternehmen produziert unter anderem auch High-End-Uhren für bekannte große Marken. Neu im Programm sind einige ausgesuchte Edelstahlmodelle mit bis zu drei Zusatzzeiger-Elementen. Alle sind mindestens bis fünf Meter Tiefe wasserdicht. Wahlweise werden die Uhren mit Lederarmbändern oder Edelstahlband angeboten. Alle Uhren verfügen über ein kratzfestes Mineralglas. Individuelle Uhrmodelle können auf Kundenwunsch bereits ab einer Mindestbestellmenge von 300 Stück hergestellt werden.

46493 • Sphere Time International S. A. • Tel +352 26 305708
info@sphertime.com • www.sphertime.com



GENUSSMOMENTE ERLEBEN

Kaffeekultur aus Italien ist ein Stück Lebensart. Um diese Genussmomente auch ansprechend auf den Tisch zu bringen, hat Le Creuset sein Kaffee- und Teesortiment um neue, formschöne Espressotassen erweitert. Zur Auswahl stehen neun ausdrucksstarke Farben, um das Kultgetränk in Szene zu setzen. Die Tassen in Ofenrot, Mandel, Cassis, Kiwi, Kobaltblau, Karibik, Kirschrot und Dijongelb versprühen pure Lebensfreude und lassen sich nach Belieben miteinander mischen. Das ofenfeste Steinzeug, aus dem die Tassen hergestellt sind, sorgt dafür, dass der Espresso lange heiß bleibt. Für das anschließende Bad in der Spülmaschine sind sie ebenfalls geeignet.

42959 • Le Creuset GmbH • Tel +49 7021 974923
marketing@lecreuset.de • www.lecreuset.de

NOS VEMOS EN LA 51ª FERIA PSI 2013

9 A 11 ENERO DE 2013

www.psi-messe.com



**MÁS TENDENCIAS.
MÁS MARCAS.
MÁS OPORTUNIDADES.**



Bild: © K.Wopen

NACHHALTIGKEIT IN DER TASCHE

Hochwertige Taschen, die auch ökologischen Anforderungen genügen, sind eine besondere Stärke von KW open. Der Produzent hat sich auf nachhaltige Werbemittel spezialisiert und stellt jetzt mit der sysBAGS-Linie ein weiteres umweltfreundliches Konzept vor. Auf PVC als Innenverstärkung wurde komplett verzichtet, dafür setzt man auf ein thermoplastisches Elastomer. Alle verwendeten Materialien entsprechen der EU-Reach-Verordnung. Dabei bleibt aber natürlich eine breite Palette von Veredelungsmöglichkeiten. Neben der großen Farbauswahl gibt es viele weitere Möglichkeiten, das CI des werbenden Unternehmens bei der Herstellung der Taschen zu berücksichtigen. Die Bandbreite der neuen Linie reicht von Rucksäcken über Laptop- und Businessaschen bis hin zu Trolleys und Reisenecessaires.

11790 • KW open promotion • Tel +43 5523 58090
office@kwopen.com • www.kwopen.com

PLÜSCH NACH WUNSCH

Vollkommen individuell und nach Vorgaben des Kunden entstehen bei Infanttoys Plüschtiere und andere Werbeideen. Das Unternehmen hat sich auf die Herstellung dieser sympathischen Werbebotschafter spezialisiert und bietet neben der Produktion auch die komplette Gestaltung und Umsetzung von Kundenideen an. Oft reicht eine einfache Zeichnung, um daraus ein ganz spezielles Plüschtier werden zu lassen. Die weitreichende Qualitätskontrolle im Unternehmen und die garantierte Qualität der verwendeten Materialien bieten für den Kunden ein hohes Maß an Sicherheit. Sämtliche Produkte entsprechen dem EN-71-Standard.

47431 • Infanttoys • Tel +34 93 3573941
infanttoys@infanttoys.com • www.infanttoys.com



STARKES STÜCK TASCHE

Schon seit der Markteinführung nehmen Mikrofaserartikel einen festen Platz mit steigender Resonanz in der Mixdline der mbw Vertriebsgesellschaft ein. Erweitert wurde das Sortiment jetzt durch spezielle Taschen für Tablet-PCs bis zur Größe von etwa 25 x 21 Zentimetern und für Smartphones bis zum Format 8 x 14 Zentimeter. Das weiche und doch strapazierfähige Material bietet nicht nur optimalen Schutz für die hochwertigen Hightech-Geräte, sondern ist gleichzeitig auch ein schmückendes Accessoire. Bei diesen Taschen erfolgt die Werbeanbringung im Digitaldruck. Bereits ab einer Auflage von 100 Stück kann eine komplette Individualisierung erfolgen.

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

-Anzeige-

TOPPOINT®

EXPRESS 24 HOURS & 3 5 8 DAYS

**100% Garantie,
ansonsten kostenlos!**

gilt nur für ausgewiesene Artikel



www.trendbagz.com

R&JP[®]
INTERNATIONAL

E: sales@rjpint.co.uk
T: +44 (0) 1296 436565
W: www.rjpint.co.uk



BE A WINNER WITH US!

„Immer zur Hand“

12 ml NO SKITO[®] SPRAY

Zuverlässiger Schutz vor Insektenstichen und Zeckenbissen

- Wirkstoff basiert
- Bis zu 8 Stunden gegen Mücken
- Bis zu 4 Stunden vor Zecken

Wirkstoff: 10,00 Gew. % p-Menthan-3,8-Diol
Reg.Nr.: N-48057



FRANCOs[®]

IMAGE - COSMETICS & MORE!

FranCos GmbH · Sternstraße 7 · D-59269 Beckum
Fon +49 25 21.82 55.10 · Fax +49 25 21.82 55.120
info@francos-gmbh.de · www.francos-gmbh.de



WELTWEIT PRÄMIEREN

Der Premium-Voucher-World von maxchoice ist die erste Währung für erfolgreiches Beziehungsmanagement, mit der Prämiieren jetzt auch weltweit möglich ist. Für Mitarbeiter wie auch für Kunden können die Vouchers als Anreizsystem, Motivation, Prämierung sowie als Dankeschön eingesetzt werden. Die Gutscheine können auf viele verschiedene Währungen ausgestellt werden und sind im Internet einlösbar. Lagerkosten und Personalaufwand für eigene Werbemittelösungen entfallen hier also komplett, verspricht der Anbieter. Die Gutscheine mit der nach Aussage von maxchoice längsten Gültigkeit am Markt sind TÜV-zertifiziert und können branchenübergreifend bei verschiedensten Händlern eingelöst werden.

47428 • maxchoice gmbh & co kg • Tel +49 2232 93920

info@maxchoice.de • www.maxchoice.de

LICHT IM REGEN

Regen ohne Ende und kein Lichtblick in Sicht? Das hat mit dem leuchtenden Regenschirm von Silverspot jetzt ein Ende, denn dieser neue Schirm bringt die Erleuchtung gleich mit. Am Griff des patentierten LED-Umbrella befindet sich eine kleine Leuchteinheit, in der sparsame LEDs für helles Licht sorgen. So wird die Suche nach dem Haustürschloss oder ein Blick in die Handtasche auch bei dunklem Regenwetter nicht mehr zur Suche in der Finsternis. Der leuchtende Regenschirm kann bereits ab einer Stückzahl von 250 Einheiten auf Wunsch individualisiert werden.

48123 • Silverspot Trading • Tel +31 20 7708350

info@silverspot.nl • www.silverspot.nl



PERFEKT DOSIERT

Neu im Sortiment „Werbung trifft Geschmack“ beim Süßwarenspezialisten Jung ist die Bonbondose Top-Can. Diese Innovation bietet das Unternehmen in zwei Größe mit vier verschiedenen Inhaltsvarianten an. Rundum gestaltbar ist der Behälter mit einem edlen Full-Body-Sleeve in Folienschumpftechnik, der die Dose und die Werbeanbringung in edlem Glanz erstrahlen lässt. Die möglichen Füllungen mit Premium-Pfefferminz, Solvens oder Fruchtmix machen die Top-Can zum begehrten Give-away auf Messen und zum erfrischenden Begleiter bei Seminaren und Meetings. Der Behälter ist wiederverschließbar und komplett in Weiß, alternativ aber auch mit grauem Deckel erhältlich.

41545 • Jung Bonbonfabrik • Tel +49 7042 9070

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



-Anzeige-

TOPPOINT®

Non Woven Taschen
38x42 cm

Ab € 0,46 p/St
Inkl. 1-fbg. Druck!



SMARTPHONE MAL KLASSISCH

Wer beim Telefonieren mit dem Smartphone den herkömmlichen Griff zum Hörer vermisst oder der möglichen Strahlung seines Handys aus dem Weg gehen möchte, ist mit dem Smartphone Handset TL600 von Sofrie gut bedient. Per 3,5-Millimeter-Klinkenstecker verbindet sich der klassische Telefonhörer mit dem Smartphone, Laptop, PC oder einem Tablet. Ein Spiralkabel sorgt für Abstand zum Empfangsgerät und selbst Apps und Kommunikationssoftware wie Skype, MSN oder Google Talk werden unterstützt. Bei Nichtgebrauch liegt der formschöne Hörer in einer Ablageschale auf dem Schreibtisch.

43917 • Sofrie S. A. • Tel +33 1 43112222

addex@sofrie.com • www.addex.com

-Anzeigen-



Reißverschlüsse
und die Werbung
im Griff mit dem
Zip Buddy Classic
von

vela®

info@vela.de
www.vela.de



VENCEREMOS

Werbemittel aus Papier

gedankenGUT.plus - exklusiv bei VENCEREMOS



www.werbemittelauspapier.de

WE ARE FROM

AUSTRIA





framsohn - Ihr Partner für Frottierwaren

Natur die berührt / www.framsohn.at

SMARTER STIFT

Eine Verbindung der analogen mit der digitalen Welt schafft der neue Druckkugelschreiber Smartball von Stabilo. Er verfügt über eine Touchscreen-Funktion zur Verwendung mit Smartphone und Tablet und ist als Geschenkset zusammen mit dem Druckbleistift Smartgraph erhältlich. Mit dem ergonomischen Griff sind beide Stifte für Rechts- und Linkshänder geeignet. Ein um 360 Grad drehbarer Clip sorgt zudem dafür, dass die angebrachte Werbebotschaft ständig im Blickfeld des Kunden liegt. Untergebracht sind beide Stifte zusammen in einem stylischen schwarzen Karton-Etui. Auch hier lässt sich eine zusätzliche Werbebotschaft anbringen.

43287 • Schwan-Stabilo Promotion Products GmbH & Co. KG • Tel +49 180 2215670 (D)
service@stabilo-promotion.com (D) • www.stabilo-promotion.com



SCHICK FÜR HEISS UND KALT

Ungemein praktisch und trotzdem ein echter Hingucker auf jedem Tisch: So lässt sich die PureAqua-Kanne von Spranz treffend beschreiben. Durch den innovativen, aufgeschraubten Edelstahlausgießer bleiben Eiswürfel, Limettenscheiben und andere Bestandteile des Getränkes in der Kanne zurück und ein mögliches Kleckern wird ausgemerzt. Die Karaffe ist auch für heiße Getränke bestens geeignet, verspricht der Anbieter. Als Universalbehälter für die kühle Erfrischung im Sommer oder einen wärmenden Schluck in der kalten Jahreszeit kann PureAqua damit sehr universell eingesetzt werden. Optional gibt es die Karaffe auch ohne den Water-Schriftzug, dafür aber mit einem Papier-Inlay.

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



DER GURT DENKT MIT

Der ständige Ärger mit auf dem Boden liegenden Gurten von Schultertaschen und anderen Gepäckstücken war die Quelle für eine Erfindung der besonderen Art bei Mathias Hiebl, dem Chef der Hiebl Unternehmensgruppe. Das Ergebnis, der Calligurt, geht jetzt seinen Weg auf den Markt. Der selbstaufrollende Gurt verhindert Stolperfallen und sorgt dafür, dass Anzug und Mantel nach dem Aufnehmen des Gepäckstückes sauber bleiben. Für noch mehr Bequemlichkeit beim Tragen ist der Aufrollmechanismus des Calligurtes auf dem Trägerband frei beweglich und drückt nicht auf der Schulter. Für den Einsatz als Werbemittel ist das Accessoire individuell personalisierbar.

Unternehmensgruppe Hiebl GmbH • Tel +49 89 63838538
mhiebl@unternehmensgruppe-hiebl.de • www.calligurt.de





SPASS MIT WISSEN

Ausmalen, Rätseln und Kombinieren: Das sind besonders beliebte Kinderbeschäftigungen, die auch ein spielerisches Lernen integrieren. Beim Tessloff Medienvertrieb hat man sich auf diese Zielgruppe ganz besonders eingestellt und das Angebot entsprechend gestaltet. Edukative Werbemittel für die junge Generation kommen richtig gut an und transportieren eine Menge positiver Emotionen, weiß man dort. Eine Verbindung des werbenden Unternehmens mit hochwertigen Produkten von Tessloff bleibt lange Zeit im Gedächtnis sowohl der Kinder selbst als auch bei den Eltern – ganz gleich, ob es sich dabei um „Mein schönstes Malbuch“, den „Was ist was“ Wissensschatz Fußball oder das „Logische Denkrätsel“ handelt.

48161 • Tessloff Medienvertrieb GmbH & Co. KG • Tel +49 911 39906970
tessloffmedien@tessloff.com • www.tessloff.com

Bunter shoppen.

Die neuen Colour Einkaufswagenchips

5 Designs

10 Farben

ab 500 Stück



Infos und Muster unter muster@goprom.de

Goprom Handelsgesellschaft mbH
Berliner Str. 88-94
44867 Bochum

Telefon: +49 2327 960 72 - 0
Telefax: +49 2327 960 72 - 22

FLEXIBLE PRODUKTSUCHE

PRODUCT FINDER 2.0: AB 2012 ALS MOBILE VERSION FÜR UNTERWEGS

Der Product Finder 2.0 erobert jetzt auch Smartphone & Co. Die beliebte Werbeartikel-Suchmaschine gibt es ab 2012 als mobile Version für unterwegs. Wann immer und wo immer Sie einen Werbeartikel suchen, mit einem mobilen Internetgerät und der Product-Finder-2.0-App haben Sie Erfolg. Auf der 50. PSI Messe 2012 konnte der „Product Finder 2.0 mobil“ bereits an zehn iPad-Demo-Stationen getestet werden. Machen auch Sie sich ein Bild von dem innovativen Tool. <



QR-Code nutzen und sich vom Product-Finder-2.0-App überzeugen lassen.

DIE BESONDERHEITEN DES PRODUCT FINDER 2.0 MOBIL

- Preise und Live-Lagerbestände sind auch auf dem mobilen Endgerät als Echtzeitdaten erhältlich.
- Nutzer können auch mobil mit smarten Suchfunktionen wie dem Relevanz-Ranking und der semantischen Suche arbeiten.
- Die Product Finder 2.0 App muss nicht im AppStore gekauft werden, sondern kann kostenlos über den Browser bezogen werden: www.psiproductfinder.mobi
- Das besondere Highlight zur PSI 2012: Im Product Finder 2.0 sind aktuelle Ausstellerinformationen zu finden.

REBOOKING FÜR DIE 51. PSI 2013

JETZT SCHON STANDFLÄCHE FÜR 2013 RESERVIEREN

Danach ist davor: Clevere Aussteller reservieren schon wenige Wochen nach der erfolgreichen PSI Messe ihre Standfläche für die Folgeveranstaltung vom 9. bis 11. Januar 2013. Eine zeitige Buchung bringt viele Vorteile mit sich: So können Budgets für das Jahr 2013 vorausschauend definiert werden. Zudem profitiert man von günstigen Rebookingpreisen und weniger Planungsaufwand. Und

das alles ganz ohne Risiko: Bis zum 31. März 2012 können Sie jederzeit kostenfrei wieder von Ihrer Anmeldung zur 51. PSI Messe 2013 zurücktreten. Informieren Sie sich jetzt über die Rebooking-Angebote und die kommende PSI, die unter dem Motto „Mehr Trends. Mehr Marken. Mehr Chancen“ steht. <

KONTAKT:

PSI-Messe-Team

Tel.: +49 211 90191 600

E-Mail: sales@psi-messe.com



PSI SUPPLIER FINDER 2012

NEUES DESIGN UND NOCH MEHR SERVICE

Für viele Händler ist der PSI Supplier Finder seit Jahren ein unverzichtbares Nachschlagewerk. Denn schon ein kurzer Blick in das Verzeichnis offenbart wichtige Informationen über die Lieferanten des PSI Netzwerkes. Um die Broschüre noch benutzerfreundlicher zu machen, ist der Supplier Finder überarbeitet worden. Im laufenden Jahr erscheint das Lieferantenverzeichnis im neuen Gewand und mit einem optimierten Konzept. Nur soviel sei bereits verraten: Der Supplier Finder wird modern und crossmedial. Um den Supplier Finder auch in puncto Datenqualität auf den neuesten Stand zu bringen, erhalten die PSI Lieferanten in Kürze per E-Mail eine Aufforderung zur Aktualisierung ihrer Kontakt- und Produktdaten auf www.psi-network.de/supplierfinder. Der Grundeintrag ist in der PSI Mitgliedschaft enthalten. Bei Eintragsabschluss bis zum 15. März 2012 gewährt das PSI einen Frühbucherrabatt von fünf Prozent auf alle Zusatzleistungen. Bei Rückfragen steht das PSI Verlagsteam gern zu Ihrer Verfügung. <

KONTAKT:

PSI-Verlagsteam

Tel.: +49 211 90 191 321

E-Mail: publishing@psi-network.de

51. PSI FUARINDA GÖRÜŞMEK ÜZERE 2013

9 – 11 Ocak 2013'de

www.psi-messe.com



**DAHA FAZLA TRENT.
DAHA FAZLA MARKA.
DAHA FAZLA FIRSAT.**

DER RITTERSCHLAG

Heute muss ich aufpassen, dass ich wegen der vielen, von Endorphinen hervorgerufenen Glücksgefühle nicht pathetisch werde. Freude und Enthusiasmus sind schöne Gefühle, die einen antreiben und die man gerne oft verspürt oder besser gerne öfter verspüren möchte. Der Grund für die momentane Hochstimmung: Die PSI Messe 2012 war ein wirklicher Erfolg. Das hat das überwältigende Feedback gezeigt.

Der Erfolg für die Branche lässt sich aber noch anders bemessen. Für diejenigen, die nicht auf der Eröffnungsveranstaltung waren, nochmals ein kleiner Rückblick auf die Inhalte der Reden der beiden Verbandssprecher: Patrick Politze, Vorsitzender des GWW, und Manfred Parteina, Geschäftsführer des ZAW. Die Vorstellung des GWW Monitors durch Patrick Politze hat mittlerweile schon Tradition. Die Prä-

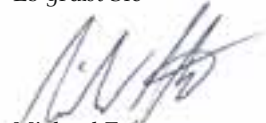
sentation der jährlichen Umsatzzahlen der Werbeartikelbranche ist elementar, um als Branche ernst genommen zu werden. Die Steigerung von 3,43 auf 3,46 Milliarden Euro Umsatz war eine gute und nachvollziehbare Nachricht. Spannender wurde es dann mit der Präsentation der ersten repräsentativen Werbewirkungsstudie für Werbeartikel. Neben generischen Daten wurden auch einzelne Kategorien untersucht. Das ist ein einmaliger Schritt nach vorne und das Ergebnis intensiver gemeinsamer Verbandsarbeit. Der Werbeartikelhandel bekommt damit ein Instrument an die Hand, um beim Kunden pro Werbeartikel argumentieren zu können. Er bekommt gleichzeitig ein Instrument, mit dem er gegen andere Werbeträger argumentieren kann. Er kann damit zeigen, wie in der Branche professionell gearbeitet und beraten wird.

Die Klimax wurde dann mit den Aussagen vom ZAW erreicht. Es war nicht nur die Würdigung des Werbeartikels und unserer Branche. Die Kernaussage, die ich schon als historischen Meilenstein bezeichnen möchte, war die Ankündigung, die ZAW-Statistik ab 2013 zu verändern. Verändern dahingehend, dass der Werbeartikel als Werbeträger mit in die Statistik aufgenommen werden soll! Das bedeutet, er wird anerkannt und er wird damit vergleichbar mit anderen Werbeträgern. Das lässt den Puls höher schlagen.

So ist der Eintritt des PSI in den ZAW als strategischer Schritt vor drei Jahren aufgegangen. Damit haben wir im GWW einen zentralen Meilenstein gesetzt.

Die Berichterstattung der Presse spiegelte diesen Meilenstein hervorragend wider. Neben den Berichten in TV, Tages- und Fachpresse kann sicher ein Artikel besonders hervorgehoben werden. Die doppelseitige Berichterstattung im Handelsblatt. Wenn das kein Ritterschlag für die Branche ist.

Es grüßt Sie



Michael Freter
Herausgeber PSI Journal
Geschäftsführer PSI
michael.freter@psi-network.de



» Der Eintritt des PSI in den ZAW als strategischer Schritt ist aufgegangen. Damit haben wir im GWW einen zentralen Meilenstein gesetzt.«

Inserentenverzeichnis/Index of advertisers:

PSI Nr.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
48055	Acar Europe GmbH	047
45561	achilles concept GmbH & Co. KG	097
	AIMFAP	087
47399	AMIGO Spiel + Freizeit GmbH	043
47411	badge4u	061
45202	BAGS BY RIEDLE	018+019
45934	bb med. product GmbH	051
41435	Böckling GmbH & Co. KG	041
49043	BWG e.V.	083
43811	CDH Computer Division Heinemann GmbH	060
45619	Clipy / Artur Begin, S.L.	037
46835	Concert-Merchandising GmbH	047
41421	Coolike Regnery GmbH	097
45081	CREAS Vertriebs-GmbH	081
47701	Culto GmbH	060
42819	Gustav Daiber GmbH	005
48462	DIE KUGELSPIRALE GMBH	075
46519	DNS Designteam Neth Schäflein GbR	041
41752	doppler H. Würflingsdobler GmbH	073
41875	TFA Dostmann GmbH	033
44886	DreiMeister Spezialitäten Hans Schröder GmbH & Co. KG	061
41430	Eckenfelder GmbH & Co KG	069
44127	Elektronica SM-Handels GmbH	007, 044
45340	Elliot Action and Fun	060
42480	ERGA s.r.l.	041
47128	E.T. Technologies Deutschland GmbH	033
43144	FARE - GUENTHER FASSBENDER GmbH	060
44389	Floringo GmbH	075
47628	Framsohn Frottier GmbH	105
47463	Francos GmbH	103
47595	freie-produktioner Münster/Osnabrück GmbH & Co.KG	067
45737	Giving Europe B.V.	082
46504	Globus Warenhandels GmbH	043
47707	Goprom Handelsgesellschaft mbH	107
45666	Halfar System GmbH	077
45383	Hanesbrands Europe GmbH	049
42765	Happy BVBA	082
41016	h e r i Geräte-Produktions-GmbH	073
45818	Golfvertrieb Hilbrand	073
42919	Siegfried Hintz	047
41118	Hoechstmass Balzer GmbH	031, 049
45302	ICO JSC	047
44740	Impliva B.V.	082
46924	INPRO SOLAR SYSTEMS	067
43540	Intraco Trading bv	032, 036, 040, 050, 071, 078
41170	JÜSCHA GmbH	077
41545	Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG	061, 097
46091	KAAl Kalender GmbH	061
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	029, 061
46232	Kandinsky Deutschland GmbH	077
43358	Kleen- Tex Industries GmbH	067
48215	Kornit Digital Ltd.	082
42087	Kössinger KG	051
41565	KP Plattner GmbH	049
46905	Braun-Heitmann GmbH & Co. KG	051
46591	Kreutz GmbH	093
42438	Lediberg GmbH	079
40717	Lensen Toppoint B.V.	051, 073
40717	Lensen Toppoint B.V.	034, 039, 042, 046, 068, 074, 080, 099, 102, 104
48100	Lufi Expressz Kft.	061
47002	MaCookie	047
48066	WIN BENELUX BV	047
40111	MARTOR KG	033
43332	MAXIMEX Import Export GmbH	079
48328	mentec GmbH	073
45946	Multimedia GmbH & Co Musikverlag KG	039
45974	Multiflower GmbH	067
48124	NEOFLEX Ltd. + Co. KG	060
46403	NoteDeco	061
44879	NOTES GmbH & CO. KG	111
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	065
40637	Plastoria	082
42332	Prodir SA	001
43952	PSI Niederlassung der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	035, 045, 089, 101, 109, U3
48340	Purple Zebra Products Ltd.	041
45612	Remarkable Eco-Friendly trade	097
44411	REXHOLM A/S	082
47620	Rheingold - Comet - Sports GmbH	081
44508	Ritter-Pen GmbH	047
42762	R&J International	103
47847	Rösler Ceramtec GmbH	060
43287	Schwan-STABLO Promotion Products GmbH & Co. KG	060
40529	Gustav Selter GmbH & Co. KG	051
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	U4
48311	sigikid	081
46405	SIPLAST Siegerländer Plastik GmbH	049
47466	SKINCOM AG	041
46325	Slodkie Upominki	077
42435	SNAP-Sportswear GmbH	002
47104	Softreflector LLC	082
41462	Spranz GmbH	049
41108	STAEDTLER MARS GmbH & Co. KG	060
42183	STANDARDGRAPH Zeichentechnik GmbH	041
45328	Stilolinea Srl	057
43053	SUCCESS - Dr. Rolf Hein GmbH & Co. KG	077
41831	te Neues Verlag GmbH & Co. KG	079
46991	Thermopatch Deutschland GmbH	033
44104	TM Trend Moden GmbH	079
48336	TRENDGAGZ GmbH	103
44970	TRIGON Deutschland GmbH	003
48334	TrinnoQ Europe	033
46311	TROIKA Germany GmbH	079
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	027
42161	VAERST UHREN	071
47000	VELA Promotion GmbH & Co. KG	105
43385	VELOFLEX Carsten Thormählen GmbH & Co.	081
42941	Venceremos GmbH	105
46622	Viva-Plus	061
44685	WAGUS GmbH	041
41253	Wild Design GmbH	067
40450	E. Wilhelm Etuis	047
41823	Kalenderwerk E. Zettler	041
44323	ZweiBrüder Optoelectronics GmbH	U2, 033
PSI Nr.	Beilagen / Inserts (*Teilaufage / *Part of Circulation)	
45619	Clipy / Artur Begin, S.L.	*
40823	klio eterna Schreibgeräte GmbH & Co. KG	*

Smart cut I + II neu, anders, kostengünstig

adNOTES® mit Smart cut I
(Konturstanzung Außen)

adNOTES® mit Smart cut II
(Innenausstanzung)



AKTUELLE MODETRENDS IM FOKUS

Was gestern angesagt war, ist heute wieder out. Wie schnell Trends kommen und gehen, zeigt insbesondere die Modebranche. Sie lockt Monat für Monat mit neuen Schnitten, Farben und Mustern. Auch die Macher von Werbetextilien richten sich nach diesen Trends. In der März-Ausgabe stellen wir Ihnen die neuesten Kollektionen der Branche vor. Sie werden durch Tools zur Verkaufsförderung ergänzt.

Bitte denken Sie schon jetzt an unser Titelthema der April-Ausgabe „Marken und Premiums“ sowie „Fair Trade-, Bio- und ‚grüne‘ Produkte“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 17. Februar 2012 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechemer@edit-line.de.



IMPRESSIONEN VON DER 50. PSI MESSE 2012

Trends, Innovationen und ein abwechslungsreiches Vortragsprogramm – auch in diesem Jahr hatte die PSI Messe wieder jede Menge zu bieten. In der März-Ausgabe gewähren wir einen Rückblick auf die Highlights der Branchenleitmesse. Lassen Sie die attraktiven Events und vielfältigen Aktionen der 50. PSI 2012 mit uns noch einmal Revue passieren.



DIE HALTERUNG, DIE KUNDEN HÄLT

In der März-Ausgabe stellen wir Ihnen die iClaw GmbH vor. Das junge österreichische Unternehmen, das von drei Fachleuten aus den Bereichen Branding und Produktentwicklung, Steuer und Wirtschaft sowie Vertrieb mit jeder Menge Herzblut geführt wird, hat seinen Ursprung in einer pffigen Produktidee: dem GLAGG, der kleinsten Universalhalterung der Welt.



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: Manon Freitag, Martin Höchemer,
Christian Jacob, Regine Krings, Werner Menzel,
Christoph Zimmermann

Chefvom Dienst: Martin Höchemer

Objektleitung: Anja Späker

Anzeigenleitung: Philipp Brück

Postleitzahlen: 0,1,2,9 / Regionen: Asien, Ozeanien, Südostasien, Österreich:

Simon Kibat, Tel.: +49 211 90191-192

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

Mimount El-Kaddouri, Tel.: +49 211 90191-113

Postleitzahlen: 3, 4 / Regionen: Naher und Mittlerer Osten, Irland, Baltikum, Finnland, Afrika:

Senija Menzel, Tel.: +49 211 90191-114

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

Postleitzahlen: 5, 6 / Regionen: Balkan, Osteuropa, Nord- und Südamerika, Skandinavien, Benelux, Portugal, Polen, Russland:

Katrin Blömer, Tel.: +49 211 90191-150

Karolina Mosdorf, Tel.: +49 211 90191-102

Postleitzahlen: 7, 8 / Regionen: Zypern, Griechenland, Schweiz: Armin Cyrus, Tel.: +49 211 90191-161

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

Spanien: Olga Pons, GPE S.L.

Tel.: +34 93 4244000

Italien: Arianna Carini, Reed Exhibitions ISG Ital S.r.l.

Tel. +39 2 43517048

UK: Barry Reid, Reed Exhibitions UK

Tel. +44 20 89107196

Frankreich: Marie-Rose Michel
Reed Exhibitions France, Tel. +33 1 41904667

Türkei: Ismail Sezen, Tel. +90 212 2758283

Gestaltung: Edit Line GmbH, Mainz
im Auftrag von PSI Promotional Product Service Institute
Niederlassung der Reed Exhibitions
Deutschland GmbH

Art-Direction: Stephan Weiß, Klaudia Mann

Fotos: Ursula Geppert, Martin Höchemer, Lars Behrendt
u.a. Titelmotiv und redaktionelle Beiträge teilweise unter
Verwendung von Fotos von www.fotolia.de

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

Druck: Kössinger AG
D-84069 Schierling

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 44 vom 1. Oktober 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

WIR SEHEN UNS AUF DER 51. PSI MESSE 2013

9. – 11. JANUAR 2013

www.psi-messe.com



**MEHR TRENDS.
MEHR MARKEN.
MEHR CHANCEN.**

MACHT MARKEN ZU HELDEN.



DER NEUE
CENTRIX.
GERMAN INNOVATION.

senator®

Ein Schreibgerät, auf dem Ihre Marke zum strahlenden Sieger wird.
Wie das möglich ist? Ganz einfach: Mit erstklassiger Qualität, modernen
Proportionen und prominenten Bedruckungsflächen.

Mehr unter: www.senatorglobal.com

designed to brand