

JOURNAL



Bernd Koch
Club Crawatte Crefeld
Vom Fuhrpark zur
textilen Eleganz



Rolf Daiber
100 Jahre
Gustav Daiber GmbH
Tradition ist gelebte
Innovation

Werbeartikel-Guide
Marken, Premiums,
Grün, Fair, Bio

terminic GmbH
75 Jahre
Dreimonatskalender

**Ceotra Vertriebs-
& Handels GmbH**
Aufregende Elektronik

Röhrs Werbeservice
14. Känguru-Werbetag:
Marken mit Sprungkraft



RISIKOANALYSE
QUALITÄT VON
ANFANG AN

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!



EDITORIAL

GOODBYE INTERNATIONALITÄT?

Die ersten Jahre des neuen Jahrhunderts standen extrem im Zeichen der Globalisierung. China bediente mehr und mehr die Welt. Schwellenländer wie Brasilien drängten nach vorne. Der Euro suchte seinen Platz unter den Leitwährungen und wer nicht international unterwegs war, dem haftete irgendwie etwas Altertümliches an. Auch die Akteure in der Werbeartikelwirtschaft waren in Europa, viele sogar in der Welt unterwegs.

Die Krise des Euros und der dramatische Niedergang einiger europäischer Wirtschaften scheinen dem ein Ende gesetzt zu haben. Sicher suchen Importeure auch heute noch in Asien nach Neuem. Was bleibt ihnen auch anderes übrig? Aber mehr und mehr rücken nationale und regionale Angebote wieder auf die Wunschlisten der Endkunden. Sind die Menschen etwa müde geworden, immer dem Neuesten und sicher auch dem Preiswertesten hinterherzujagen? Letzteres wäre ja nicht schlecht. Aber ist die Besinnung auf das Made in „Zuhause“ nicht auch ein Stück Suche nach Sicherheit, nach einer Sicherheit, von der es in so unsicheren Zeiten nicht genug geben kann? Warum Experimente machen, wenn Bewährtes vor der Haustüre zu finden ist? Mag sein und erklärbar ist es. Für eine kreative Branche wie die Werbeartikelwirtschaft mündet eine solche Entwicklung aber schnell in Langeweile. Wir müssen doch raus. Wir müssen Kreativität tanken, damit wir sie an unsere Kunden abgeben können. Was gibt es Schöneres, als mal in Madrid zu schauen, was der spanische Markt so zu bieten hat – in Istanbul, in Mailand oder in Coventry? Unverzichtbar auch das internationalste Schaufenster, die PSI. Wer in einem schwachen Markt, wie etwa in Spanien, aus der Masse erfolgreich hervorstechen will – für sich und seine Kunden –, der muss das Besondere suchen – das, was nicht bei ihm um die Ecke zu finden ist. Große und internationale Lieferanten argumentieren, dass man alles aus ihrer Hand beziehen kann. Kann man sicher, denn diese Häuser machen einen guten Job. Aber ist es nicht wichtig, seinem eigenen Unternehmen auch den eigenen Stempel aufzudrücken? Das heißt aber auch, Produkte und Sonderanfertigungen zu haben, die Alleinstellung am Markt schaffen. Nutzen wir also Bewährtes und machen wir uns aber gleichzeitig wieder mehr auf den Weg zu mehr Europa. Zu mehr Reisen und mehr Erfahrungsaustausch. Wir können in Europa alle voneinander lernen, dazu müssen wir uns aber begegnen. Das PSI wird attraktive Angebote kreieren, die Lieferanten, Händler und Berater international wieder mehr in „Bewegung“ bringen. Machen Sie sich mit auf den Weg.



Manfred Schlösser

In diesem Sinne

Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal



Das
Vergnügen
für
die Sinne.



Neue Ausdruckskraft für DS3.1
Erleben Sie den überraschend
sanften Klang des geschmeidigen
Drehmechanismus,
die stilvolle Impression durch
die neue gefrostete Oberfläche
und eine unglaublich fließende
Schreiberfahrung.

DS3.1 Frosted

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

Scent

makes a brand identity
more unique

Digital Customisation

raises the perception
of quality

Discover
the 4th dimension
in promotion

Pura Digtaly, scented
pen with High Resolution
Digital Print combines
scent to photo realistic
customization.

A new way of impressing
a company's brand
identity on the memory of
the consumer.



Request your free sample now at
editorial@ergaonline.com

Discover the wonders of digital print on
www.ergaonline.com

Erga S.r.l.
Strada del Cascinotto 119
10156 Torino Italy
+39 011 273 30 32

**EDEL UND GUT****18**

Hochwertige Werbeartikel sind heute mehr denn je gefragt. Dies zeigen auch die Ergebnisse des GWW-Werbestandmonitors. In unserem Product Guide stellen wir Ihnen edle Produkte vor, die sich dank ihrer guten Verarbeitung, ihres schicken Äußeren und hohen Nutzens schon mehr als bewiesen haben und die wieder einmal vor Augen führen, dass anspruchslose Billigware keine Chance hat.



TRENDS & BRANDS	Kaffeepause!	4
	Kalender – kontinuierlich sympathisch	6
FOKUS	Risikoanalyse entlang der Lieferkette: Qualität von Anfang an	8
JOURNAL	Nachrichten aus Wirtschaft, Politik und Business	14
MARKEN UND PREMIUMS	Edel und gut	18
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	46
	Röhrs Werbeservice GmbH: Marken mit Sprungkraft	54
	Plan Concept Dr. Lichtenberg GmbH: Business in historischem Ambiente	56
	top display International GmbH: Frischer Start ins Jubiläumsjahr	58
	zipOn: SAP kann jetzt auch stecken	60
	„Session by Impression“-Tour: Erfolgreiche Premiere	62
GRÜN, FAIR, BIO	Mit reinem Gewissen	64
UNTERNEHMEN	terminic GmbH: 75 Jahre Dreimonatskalender	82
	Gustav Daiber GmbH: Tradition ist gelebte Innovation	86
	Ceotra Vertriebs- & Handels GmbH: Aufregende Elektronik	90
PORTRAIT	Bernd Koch: Vom Fuhrpark zur textilen Eleganz	92
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	96
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	108
MEINUNG		110
IMPRESSUM		112

RISIKOANALYSE: QUALITÄT VON ANFANG AN

8



Qualität ist längst kein Luxus mehr, sie wird immer mehr zur Notwendigkeit. Denn der Druck auf die Lieferanten und Hersteller wächst: Verschärfte Vorschriften und erweiterte Strafen auf der einen Seite, aber auch das höhere Qualitäts- und Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher, die sichere Produkte fordern, zwingen zum Handeln. Daher ist das Thema Risikoanalyse ein Dauerbrenner – auch in der Werbeartikelwirtschaft.

75 JAHRE DREIMONATSKALENDER

82



Vor 75 Jahren entstand der Kalender und Werbeträger, der heute aus keinem Büro mehr wegzudenken ist: Der Dreimonatswandplaner erblickte das Licht der Welt. Anlass war ein Auftrag der Unterweser Reederei AG an die Bremer Druckerei B. C. Heye & Co., die heutige terminic GmbH.

TRADITION IST GELEBTE INNOVATION

86



2012 feiert der Promotionwear-Spezialist Daiber sein 100-jähriges Bestehen und damit auch 100 Jahre textile Kompetenz. Am 1. Februar 1912 schlug die Geburtsstunde des heute global agierenden Unternehmens aus dem schwäbischen Albstadt. Wir lassen ein Jahrhundert Firmengeschichte Revue passieren.

VOM FUHRPARK ZUR TEXTILEN ELEGANZ

92



Seit mehr als 40 Jahren steht Club Crawatte Crefeld, kurz CCC, für maßgeschneidertes Corporate Design. Einer, der den Weg des Unternehmens zu einem der führenden Hersteller textiler Accessoires mitgestaltet hat, ist Bernd Koch. Seit 1998 agiert der gelernte Speditionskaufmann bei CCC, davon seit 10 Jahren als Geschäftsführer. Mit viel Gespür für aktuelle Trends und unternehmerischem Weitblick hält er die Geschicke der Firma in sicheren Händen.



Frische Ideen in Plüsch!

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



Promotion!

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



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



**KAFFEE-AUTOMAT LATTE
SELECT VON SENSEO**
Lehoff Im- und Export GmbH
PSI Nr.: 41259
www.lehoff.de



FEINSTES MARZIPAN
J. G. Niederegger GmbH & Co. KG
PSI Nr.: 46376
www.niederegger.de



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



**PRAKTISCHES UND
SCHÖNES KAFFEE-SET**
Mid Ocean Brands B. V.
PSI Nr.: 40641
www.midoceanbrands.com



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

KAFFEEPAUSE

Wer kennt das Bild nicht? Schick gekleidete Leute auf dem Weg zur Arbeit – in der Hand einen Cappuccino „to go“. Der schnelle Kaffee zwischendurch liegt voll im Trend. Seit einiger Zeit erfreut sich das Traditionsgetränk besonderer Beliebtheit. 160 Liter Kaffee trinkt der Durchschnittsdeutsche jährlich. Und das, obwohl Kaffee doch als ungesunder Wachmacher verschrien ist. So sollen die sattbraunen, duftenden Bohnen etwa das Herz schädigen und dem Körper Wasser entziehen. Immer mehr Studien widerlegen nun allerdings die Mär vom schädlichen Heißgetränk. Wie die Zeitung „Die Welt“ jüngst in einem Artikel aufzeigte, soll Kaffee sogar eine positive Wirkung haben und vor chronischen Erkrankungen wie Diabetes und Parkinson schützen. Gesunde Menschen können also ohne Bedenken zur Kaffeetasse greifen, solange sich der Konsum in Maßen hält. Für alle Liebhaber von kräftigem Espresso, schaumigem Latte Macchiato und aromatischem Cappuccino bietet die Branche eine Reihe an nützlichen und schönen Produkten. Lassen Sie sich von einer Auswahl inspirieren.

LOW COST PROMOTIONS

Are you looking for low cost promotional items?

Mid Ocean Brands has a collection of promotional products perfectly suitable for big promotions. The range offers large stock availability and great branding possibilities at the lowest price available.



Discover our Low Cost Promotions items collection (page 71 - 89) and over 1200 promotional gifts in our New Catalogue GIFTS 2012.

Mid Ocean Brands is an international company with more than 40 years of experience in our industry. We are a leading importer and wholesaler of business gifts and premiums, supplying a product range of approximately 3,000 different promotional items. The company is present all over Europe with 8 regional offices and 3 strategically located logistics and distribution centers in the Netherlands, Spain and Poland. Mid Ocean Brands can also personalize your promotional items with your company logo. A team of experts, offering printing services across several countries, will advise you on the best way to personalize your gift.

HOCHWERTIGER WAND-KALENDER MIT MOTIVEN DES MALERS EUGEN STROSS

Korsch Verlag GmbH & Co. KG
PSI Nr.: 40786
www.korsch-verlag.de



QUALITATIVER DREIMONATSKALENDER

Kaai Kalender GmbH
PSI Nr.: 46091
www.kaai-werbekalender.de



PRAKTISCHER BUCHKALENDER

Geiger Aktiengesellschaft
PSI Nr.: 41615
www.geiger.ag



KALENDER – KONTINUIERLICH SYMPATHISCH

Die Kalendersaison 2013 ist eröffnet. Neue humorvolle Geburtstagskalender, praktische Timer und malerische Kunst- und Fotokalender laufen somit aktuell wieder über die Produktionsstraßen der „Kalender-Schmieden“. Wir haben bei Corinna Reum vom Korsch Verlag nachgefragt, welche Kalendermodelle den Zeitgeist treffen.

Droht Kalendern eine Verdrängung durch die elektronischen Medien?

Der Bildkalender ist den elektronischen Kalendern gegenüber resistent. Denn er dient nicht primär Organisationszwecken, sondern wird als Wandschmuck oder Dekorationsartikel eingesetzt. Anders ist es bei Termin- bzw. Buchkalendern, die vornehmlich als Organisations- und Planungsmittel Verwendung finden. Meiner

Ansicht nach gibt es in diesem Bereich eine Verdrängung zu Gunsten der elektronischen Medien. Gleichzeitig ist gerade in diesem Segment auch eine Art Gegenbewegung zu hochwertigen, schönen Notizbüchern und Terminkalendern festzustellen. Die Freude am Schreiben mit edlen Stiften auf wertigen Kalendern und Notizblocks scheint zuzunehmen.

Der Korsch Verlag bietet stets ein vielfältiges und abwechslungsreiches Kalenderprogramm. Wie spüren Sie Jahr für Jahr die Trends der neuen Kalendersaison auf?

Der Korsch Verlag ist mit seinem Kalenderprogramm sowohl im Fachhandelsbereich als auch im B2B-Bereich vertreten. Kalendertrends spürt man hautnah im Fachhandel an den Abverkäufen. Hier zeigt uns natürlich ganz klar der Endver-

braucher, wo die Reise hingeht. Zudem führen wir sowohl im Fachhandel als auch im Werbemittelbereich regelmäßige groß angelegte Befragungen durch. Die Impulse für Neuheiten kommen daher überwiegend vom Kunden selbst – welche dann von unseren kreativen Profis im Haus professionell umgesetzt werden.

Können Sie uns schon jetzt einen kleinen Tipp geben: Wie sieht die „Kalendermode 2013“ aus?

Das Kalenderprogramm 2013 ist ja bereits fertig und die Kalender liegen schon zu 80 Prozent auslieferbereit auf Lager. Soviel können wir bereits verraten: Tolle Drucktechniken sowie exquisite Bildauswahl sorgen dafür, dass die neuen Korsch-Bildkalender ein wahrer Augenschmaus sind. Lassen Sie sich überraschen und fordern Sie unseren Katalog an.

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



Die Bewertung der Risiken entlang der Lieferkette ist ein Balanceakt zwischen Verantwortung und Wirtschaftlichkeit. Die Qualität bleibt dabei allzu oft auf der Strecke.

RISIKOANALYSE ENTLANG DER LIEFERKETTE

QUALITÄT VON ANFANG AN

Qualität ist längst kein Luxus mehr, sie wird immer mehr zur Notwendigkeit. Denn der Druck auf die Lieferanten und Hersteller wächst: Verschärfte Vorschriften und erweiterte Strafen auf der einen Seite, aber auch das höhere Qualitäts- und Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher, die sichere Produkte fordern, zwingen zum Handeln. Daher ist das Thema Risikoanalyse ein Dauerbrenner – auch in der Werbeartikelwirtschaft.

Es gibt kaum ein Gespräch in der Branche, ob mit Lieferanten oder Händlern, in dem nicht irgendwann das Thema Qualität auf den Tisch kommt. Meist im Zusammenhang mit aktuellem oder gerade überstandenen Ärger mit Fernost-Herstellern oder gar eigenen Lieferanten aus der Branche. Den vielleicht wirkungsvollsten Anstoß zu verantwortungsvollerer Produktion gibt die latente Angst vor dem

GAU, der da heißt: Durch fehlerhafte Produkte kommen Menschen in großem Stil zu Schaden. Blauäugigkeit gibt es noch, aber die Angst vor den Konsequenzen steigt, denn es ist die berechtigte Angst vor dem Aus. „Wenn wirklich mal was passiert ...“ – diese Verantwortung möchten immer weniger Firmen übernehmen, zumal viele diesen Fall wirtschaftlich nicht überleben würden. Ein ernstes Thema, lei-

der immer wieder und immer noch. Und ein Grund, uns noch einmal die wichtigsten Risikofaktoren entlang der Wertschöpfungskette bewusst zu machen, in der Hoffnung, sie früher oder später eliminieren zu können. Dabei betrachten wir nicht nur die Sicherheitsrisiken, sondern auch wirtschaftlich relevante Risikofaktoren. Nur wer weiß, auf was er achten muss, kann Fehler wirkungsvoll vermeiden.

RISIKOANALYSE: ÜBERSICHT

RISIKOANALYSE PRODUKT

Zielvorgabe

- Identifizierung unsicherer/sicherer Produkte
- Identifizierung gesetzlicher/optionaler Vorgaben
- Implementierung geeigneter Qualitätssicherungsmaßnahmen

Risikofaktoren

- Produktgruppe
- Design
- Materialien
- Bestimmungsgemäßer Gebrauch, vorhersehbare Fehlanwendung

RISIKOANALYSE HERSTELLER, LIEFERANT

Zielvorgabe

- Identifizierung von Haupt- und Nebelieferanten
- Identifizierung kritischer und unkritischer Lieferanten

- Reduzierung der Geschäftstätigkeit mit kritischen Lieferanten
- Schulung und Aufbau kritischer Lieferanten
- Ausbau der Geschäftstätigkeit mit unkritischen Lieferanten

Risikofaktoren

- Geographische Herkunft
- Rohstoffmanagement
- Maschinenpark, Herstellungsprozess
- Mitarbeiter, Ausbildung, Kinderarbeit, Umweltschutz

RISIKOANALYSE VORGABEN

Zielvorgabe

- Identifizierung gesetzlicher Vorgaben
- Export- und Importbestimmungen
- Identifizierung Kundenvorgaben, öffentliche Meinung
- Implementierung geeigneter Qualitätssicherungsmaßnahmen

Risikofaktoren

- Gesetzliche Vorgaben
- Kundenvorgaben
- NGOs / Öffentlichkeit
- Produktqualität

RISIKOANALYSE ZEIT

Zielvorgabe

- Identifizierung der zur Verfügung stehenden Zeit

Risikofaktoren

- Vertragliche Absprachen
- Werbung
- Mitbewerber

Quelle: Intertek Holding Deutschland, www.intertek.com

RISIKEN DEFINIEREN

Wer sich mit Mitarbeitern von Prüfinstituten und Zertifizierungsunternehmen unterhält, dem wird schnell klar, dass auch Risiken kein Schicksal sind, sondern dass sich Produktgruppen und Materialien in Wahrscheinlichkeitsklassen zusammenfassen lassen, die bereits auf ein erhöhtes Risiko hinweisen. Dabei kann grob gelten: Je näher das Produkt dem Körper kommt, desto höher das potenzielle Risiko, das von ihm ausgehen kann. Auch die Materialien können nach Gefährlichkeit eingeordnet werden: Hier stehen Chemikalien und deren Zubereitungen am oberen Ende der Skala (s. Abb. S.10)

VOR DER PRODUKTION BEGINNEN

Viele Risiken kann ein Hersteller von vornherein ausschließen, wenn er das Produkt von einem professionellen Produktdesigner entwerfen lässt. Denn der Designer sorgt bereits im Designprozess dafür, dass alle Auflagen in Bezug auf Sicherheit und Konformität erfüllt sind. Design macht aus ei-

ner Idee ein marktfähiges Produkt und ist der wesentliche Faktor bei der emotionalen Kaufentscheidung. Gutes Design schafft daher Alleinstellungsmerkmale und ist zudem ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu sicheren Produkten. Jeder Designer und Hersteller sollte schon bei der Produktentwicklung überlegen, ob das Produkt nur in der vorgesehenen Art und Weise benutzt oder eingesetzt werden kann. Voraussehbare Fehlanwendungen müssen ausgeschlossen werden, nicht zuletzt muss der bestimmungsgemäße Gebrauch mit einer Bedienungsanleitung oder einem Produktblatt sichergestellt werden. Dass ein Produkt den gesetzlichen Vorgaben sowie der vorab mit dem Kunden festgelegten Qualität entsprechen muss, sollte selbstverständlich sein. Referenzmuster aus dieser Phase dienen der späteren Absicherung. Ebenso müssen die in dieser Phase wichtigen Dokumente auf ihre Gültigkeit, Echtheit und Vollständigkeit hin überprüft werden. Schon bevor die Produktion be-

ginnt, muss der Hersteller unter die Lupe genommen werden. Ist der dem Auftrag gewachsen und hat er ausreichend Erfahrung und Know-how vorzuweisen? Oft lassen schon Produktionsstandort und -umfeld, der Umgang mit Arbeitskräften, Rohstoffen und Nachhaltigkeitsaspekten darauf schließen, was man von dem Produzenten zu erwarten hat in puncto Qualität, Zuverlässigkeit und Lieferfähigkeit. Deswegen ist zu hinterfragen, ob die Kapazitäten ausreichen – auch dann noch, wenn größere Stückzahlen geordert werden und eine kürzere Lieferzeit zugesagt worden ist.

PRODUKTIONSRISEN MINIMIEREN

Risiken während der Produktion ergeben sich schon von Anfang an. Fragen, die in dieser Phase anstehen: Sind die Termine und Mengen eindeutig festgelegt, hat man einvernehmlich einen verbindlichen Qualitätsstandard definiert? Welche chemischen, elektrischen oder mechanischen Risiken ergeben sich möglicherweise aus den Pro-

RISIKOANALYSE PRODUKT

 Risiko hoch Risiko gering			
	C	HERKUNFT	PRODUKTGRUPPE
		Nicht-EU-Länder	Lebensmittel
			Lebensmittelkontakt
			Körperkontakt
	B	EU-Länder	Spielwaren
			Elektro
	A		Zubehör
		MATERIAL	
			Chemikalien, Zubereitungen
			Kunststoff, weich / hart Silikon, Gummi, Latex Textilien, Leder
			Glas, Keramik
			Metall Messing, Kupfer, Aluminium, Chrom Edelstahl

Quelle: Intertek Holding Deutschland, www.intertek.com

RISIKOANALYSE PRODUKTGRUPPEN

 Risiko hoch Risiko gering		PRODUKTGRUPPE
	C	Lebensmittel, Futtermittel Farben, Lacke, Klebstoff Kosmetik, Körperpflege, Zubereitungen Gebrauchsgegenstände mit Lebensmittelkontakt, elektrisch Gebrauchsgegenstände mit Lebensmittelkontakt, nicht elektrisch
	B	Gegenstände mit länger andauerndem Hautkontakt Spielwaren, Textilien, Schuhe Haushaltsartikel, Heimwerkerbedarf, elektrisch Haushaltsartikel, Heimwerkerbedarf, nicht elektrisch EDV-Zubehör, Video-, Audiozubehör, batteriebetriebene Geräte
	A	Sport-, Camping-, Freizeitartikel, Gartenartikel, nicht elektrisch Möbel, Gartenmöbel Schreibwaren, Taschen, Koffer, Rucksäcke, Schirme

Quelle: Intertek Holding Deutschland, www.intertek.com



Gefahren lauern in allen Stadien der Wertschöpfungskette, vor allem, wenn in Drittweltländern produziert wird: Fehlerhafte Maschinen, unsichere Arbeitsbedingungen, Kinderarbeit, aber auch der unverantwortliche Umgang mit Schadstoffen und Chemikalien.

dukten selbst, welche entstehen im Laufe des Produktionsprozesses und wie kann man sie in den Griff bekommen? Entscheidend ist hierbei unter anderem der Zustand des Maschinenparks – die Anlagen sollten sauber und funktionsfähig dastehen. Auch was uns selbstverständlich erscheint, ist es nicht immer und so sollte geklärt werden, ob auch ausreichend Energie zur Verfügung steht. Ein großes Risiko geht von den Arbeitskräften aus. Gerade in Billiglohnländern oder dort, wo große Fluktuation am Arbeitsmarkt herrscht, sind die Menschen den anstehenden Aufgaben oftmals nur unzureichend gewachsen, da sie nicht über eine geeignete Ausbildung verfügen. Auch die sozialen Bedingungen können sich auf die Produkte auswirken. Ausgebeutete, überlastete und kranke Arbeiter in einem ungesunden Umfeld werden sich schlecht konzentrieren können und entsprechende Arbeit abliefern. Im gesamten Produktionsprozess müssen Auftraggeber die Produktqualität, das Vorhandensein oder den Umgang mit Schadstoffen sowie Sicherheitsaspekte im Auge behalten. Und wie steht es mit REACH und RoHS?

RISIKEN NACH DER PRODUKTION

Ist der Auftrag abgewickelt, zeigt sich, ob alle Vorgaben hinsichtlich Menge und Qualität erfüllt worden sind. Nun müssen die Waren verpackt, korrekt gekennzeichnet, ggf. richtig gelagert und für den Transport vorbereitet werden. Die Prüfung der Dokumente nimmt hier einen großen Raum ein. Für die Weiterverarbeitung gelten die gleichen Risiken wie für die Produktion. Beim Transport muss auf schonende und genaue Verladung in geeignete Transportmittel geachtet werden. Die Ware muss gut gesichert sein und darf während des Transports nicht verunreinigt oder feucht werden. Und nicht zuletzt: Kommt die Ware unbeschädigt, vollständig und rechtzeitig am Zielort an? Dort muss sie wieder ordentlich entladen, gelagert und gegen Diebstahl und Verunreinigung gesichert werden.

RISIKOANALYSE IM ZIELMARKT

Ist die Ware in der EU angekommen, kommt ein ganzes Bündel an Aufgaben auf den Inverkehrbringer zu, die sich erst kürzlich mit dem neuen Produktsicherheitsgesetz nochmals verschärft haben. Hier muss der Inverkehrbringer die Verantwortung dafür übernehmen, dass seine Produkte den ge-

setzlichen Anforderungen und den Kriterien der Produktsicherheit entsprechen. Auch die Entsorgung muss geregelt werden. Kommt er seinen Pflichten nicht nach, trägt er das volle Haftungsrisiko. Im Falle, dass er für Mängel, Umwelt- oder Gesundheitsschäden in Haftung genommen wird, muss unter Umständen die Wirtschaftlichkeit des ganzen Projekts infrage gestellt werden. Um die neuen Bestimmungen der Produktkennzeichnung umzusetzen, kann es in dieser Phase bereits zu spät sein. Gerade bei kleinen und komplizierten Produkten sollten die Möglichkeiten der Kennzeichnung bereits in der Entwicklungsphase mit bedacht werden. <

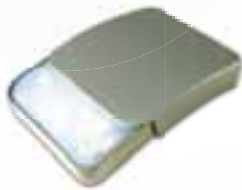
WEITERE INFORMATIONEN

Intertek Holding Deutschland GmbH
Stangenstraße 1
D-70771 Leinfelden-Echterdingen

Martin Muendlein
Director Global Project & Service
Management
martin.muendlein@intertek.com
Tel.: +49 711 27311255
www.intertek.com



The
Peppermint
Company



All tins are individually sealed
Self produced
high quality
Peppermints!



ECHA LAUNCHT C&L INVENTORY

HILFE BEI DER EINSTUFUNG CHEMISCHER STOFFE

Die Europäische Chemikalienagentur (ECHA) hat das neue Einstufungs- und Kennzeichnungsverzeichnis (C&L Inventory) veröffentlicht. In der Datenbank sind Informationen zu mehr als 100 000 chemischen Stoffen enthalten. Aus den Angaben wird klar ersichtlich, ob ein Stoff oder ein Gemisch gefährlich ist und



Gesundheits- oder Umweltschäden hervorrufen kann. Damit ist es nun insbesondere auch Kleinunternehmen möglich, Stoffe und Gemische leichter einzustufen und zu kennzeichnen. Das Einstufungs- und Kennzeichnungsverzeichnis ist über die Internetseite der ECHA abzurufen: <http://echa.europa.eu> <

ARBEITSZEIT

FLEISSIGE DEUTSCHE

Das Klischee vom fleißigen Deutschen ist offenbar nicht aus der Luft gegriffen: Die Arbeitnehmer in Deutschland arbeiten deutlich länger als ihre Kollegen in den meisten anderen EU-Ländern. Das meldet der Nachrichtensender n-tv und bezieht sich dabei auf eine Untersuchung des Pariser Wirtschaftsforschungsinstituts Coe-Rexecode. Demnach verbrachten die Deutschen im Jahr 2010 durchschnittlich 1904 Stunden am Arbeitsplatz. Französische Angestellte und Arbeiter kamen im Vergleich dazu beispielsweise nur auf 1679 Stunden. Auch andere EU-Staaten wie Großbritannien, Spanien oder Italien liegen bei der durchschnittlichen Arbeitszeit hinter Deutschland. Erheblich mehr gearbeitet wird in Ländern wie Rumänien (2095 Stunden), Ungarn (2021) und Griechenland (1971 Stunden). <

MARKETING

GESCHLECHTSSPEZIFISCHE ONLINE-WERBUNG

Für die Unternehmen der Werbeatikelbranche, die auf Online-Werbung setzen, bietet eine Studie der InteractiveMedia nützliche Erkenntnisse. Die Untersuchung des Telekom-Vermarkters hat klare Unterschiede bei der geschlechtsspezifischen Wahrnehmung und Wirkung von Online-Werbung festgestellt und damit die Voraussetzungen für eine noch erfolversprechendere Gestaltung der Formate geschaffen. Laut InteractiveMedia legen Frauen großen Wert auf ästhetisch gestaltete, ganzheitliche Werbekonzepte mit emotionaler Komponente. Daher empfiehlt der Vermarkter, Display Ads, die sich an weibliche Internetnutzer richten, visuell besonders ansprechend und stimmig zu gestalten. Der männlichen Zielgruppe ist bei Online-Werbung die Abgrenzung von Content und Werbeinhalten besonders wichtig. Zudem bewerten sie ihre persönliche Entscheidungsfreiheit beispielsweise bei Contentüberlagerungen höher als Frauen. Daher sollten klassische Display-Werbeformate für männliche Zielgruppen klare Werbebotschaften enthalten und transparente Steuerungsmöglichkeiten bieten, so die Empfehlung von InteractiveMedia. <



UNTERNEHMENSGRÜNDUNGEN IN DEN G-20-STAATEN

SCHLECHTE BEDINGUNGEN IN DEUTSCHLAND

Die Startbedingungen für Unternehmensgründer sind in Deutschland viel schwieriger als in anderen G-20-Ländern. Das geht aus der aktuellen Ernst-&Young-Studie „Entrepreneurs speak out – A call to action for G20 governments“ hervor. In der Untersuchung gaben 22 Prozent der befragten deutschen Unternehmer an, im eigenen Land die besten Bedingungen für ihren Start ins Unternehmertum zu finden. Im G-20-Durchschnitt liegt der Anteil bei 35 Prozent. Ein Grund für die skeptische Einstellung deutscher Unternehmer sei die hohe steuerliche Belastung der Start-ups. Hier biete Deutschland im internationalen Vergleich unterdurchschnittliche Bedingungen – und landete entsprechend auf Rang 13 der Umfrage. In Deutschland seien zudem die „Start-up-Kosten“ hoch: Mit neun Verwaltungsvorgängen, die zur Gründung eines neuen Unternehmens notwendig sind, liege Deutschland im Vergleich zu anderen Industrieländern weit über dem Durchschnitt, der bei 5,7 liege. Insgesamt bietet Kanada mit deutlichem Abstand die besten Rahmenbedingungen für Entrepreneure. Das zeigt sich laut Studie unter anderem an der Zahl der tatsächlichen Unternehmensgründungen. So sei der Anteil der Gründungen in Kanada und Großbritannien rund neun Mal so hoch wie in Deutschland. Nur in einigen Schwellenländern wie zum Beispiel in Mexiko und in Argentinien sei die Zahl neu gegründeter Unternehmen noch geringer als in Deutschland. An der Studie „Entrepreneurs speak out – A call to action for G20 governments“ beteiligten sich 1001 Jungunternehmer aus allen G-20-Ländern. <

KERRY GUM

LIFESTYLE KAUGUMMI IN PREMIUM QUALITÄT

GUMBOX

MIT INDIVIDUELLEM UMLAUFENDEM ETIKETT UND DECKELETIKETT
WITH CIRCUMFERENTIAL LABEL AND CAP LABEL



DIE IDEALE ERFRISCHUNG IM AUTO, IM BÜRO ODER AUF DEM MESSESTAND UND KONFERENZTISCH...
IDEAL FOR THE CAR, OFFICE, BOOTH AND CONFERENCE TABLE...

3D-CAP



PERFEKT GEEIGNET FÜR SPORTEVENTS ETC.
SONDERFORMEN JEDER ART SIND MÖGLICH.
PERFECTLY SUITABLE FOR SPORT EVENTS ETC.
SPECIAL SHAPES OF ANY TYPE ARE AVAILABLE.

„BLACK“ GUMBOX



SCHWARZE GUMBOX FÜR
AUSSERGEWÖHNLICHE DESIGNS.
EXCLUSIVE BLACK GUMBOX
FOR EXTRAORDINARY DESIGNS.

GUMPOCKET



KLEIN UND PRAKTISCH FÜR SPORT-
EVENTS, MESSEN ETC.
SMALL AND PRACTICAL FOR SPORTS
EVENTS, EXHIBITIONS ETC.

GUMBLISTER



DER PERFEKTE BEGLEITER FÜR HAND-
UND HOSENTASCHE.
THE PERFECT COMPANION FOR HANDBAG
AND POCKET.

PREMIUM LIFESTYLE CHEWING GUM

SIE SUCHEN DOMING-ETIKETTEN?
YOU LOOK FOR DOMING LABELS?

WIR BIETEN FOLGENDE DREI
DOMING TECHNOLOGIEN AN:
WE USE THREE DIFFERENT TECHNOLOGIES:

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



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



Kreutz®
fine Design

MARKETING-MIX

MESSEN WICHTIG IN DER B2B-KOMMUNIKATION

Im Marketing-Mix von Unternehmen spielen Messen eine große Rolle. Laut dem aktuellen Messtrend des Ausstellungs- und Messeausschusses der Deutschen Wirtschaft e. V. (AUMA) haben Messen für Unternehmen sogar eine größere Bedeutung als der Außendienst. In der B2B-Kommunikation stehen sie nach der Homepage an zweiter Stelle. Laut Umfrage möchte knapp ein Drittel der befragten Unternehmen in diesem Jahr mehr Geld in den eigenen Messeauftritt investieren. Attraktivität und Qualität des Messestands spielen hierbei eine große Rolle. Alle weiteren Ergebnisse des AUMA-Messtrends gibt es unter www.auma.de

WIRTSCHAFTSWACHSTUM

CHEFS PESSIMISTISCH

Die Vorstandschefs der weltweit größten Unternehmen haben wenig Hoffnung auf ein allgemeines Wirtschaftswachstum. Das geht aus einer aktuellen Studie der Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) hervor. Demnach rechnet fast jeder Zweite der 1258 befragten Top-Manager in den kommenden zwölf



Monaten mit einer Eintrübung des globalen Konjunkturklimas. Nur 15 Prozent erwarten eine freundlichere Wirtschaftsentwicklung. Die Perspektiven für das eigene Unternehmen schätzt die globale Wirtschaftselite dagegen überraschend optimistisch ein: Immerhin knapp vier von zehn Befragten gehen von steigenden Erlösen im Jahr 2012 aus.

PROGNOSE FÜR 2012**EIN GUTES JAHR FÜR DIE WELTWERBEBRANCHE**

Der globale Werbemarkt soll in diesem Jahr weiter an Fahrt gewinnen. Das meldet das Portal für Marketing, Werbung und Medien horizont.net und bezieht sich dabei auf eine Prognose des amerikanischen Beratungsunternehmens Strategy Analytics. Demnach sollen die weltweiten Werbeausgaben bis 2012 um 4,9 Prozent auf 465,5 Milliarden US-Dollar wachsen. Bei einem Blick auf die Mediengattungen zeigt sich ein Hoffnungsschimmer für Print. Laut der Prognose sollen die Printausgaben weltweit um ein halbes Prozent ansteigen. Für TV hingegen prognostizieren die Experten einen globalen Anstieg der Spendings um 5 Prozent. Andere traditionelle Formate wie Kino, Außenwerbung und Radio steigen um vier Prozent. Die weltweite Online-Werbung steigt im Jahr 2012 um 12,8 Prozent auf 83,2 Milliarden US-Dollar, was 18 Prozent der Gesamtausgaben ausmacht. Online-Werbung werde weiterhin stark wachsen, nicht zuletzt deshalb, weil die Emerging Markets mehr Geld für Werbung in sozialen Netzwerken und Online-Videos bereitstellten, so die Einschätzung von Ed Barton, Direktor für Digitale Medien-Strategien bei Strategy Analytics.

**WETTBEWERBSFÄHIGKEIT IN DEUTSCHLAND****LOHNSTÜCKKOSTEN WEITERHIN SEHR HOCH**

Das Lohnniveau im deutschen verarbeitenden Gewerbe ist seit 1999 nicht gestiegen. Trotzdem weist der Standort im internationalen Vergleich das fünfthöchste Lohnstückkostenniveau auf. Das zeigen aktuelle Berechnungen des Instituts der Deutschen Wirtschaft (IW). Demnach sind mit Großbritannien, Frankreich und Italien zwar gerade die anderen großen europäischen Volkswirtschaften teurer als Deutschland. Doch weitere wichtige Lieferanten von Industriegütern haben deutlich niedrigere Lohnstückkosten. In den USA und Japan etwa beträgt der Abstand zur deutschen Industrie jeweils rund ein Viertel. Insgesamt habe die ausländische Konkurrenz einen Lohnstückkostenvorteil von 12 Prozent, heißt es. Die Lohnstückkosten drücken aus, wie viel Lohn – einschließlich der Lohnnebenkosten – für ein Produkt oder eine Dienstleistungseinheit bezahlt werden muss.

MACHT MARKEN ZU HELDEN.



reddot design award
winner 2012

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



MARKEN UND PREMIUMS

EDEL UND GUT

Schon längst zählen Markenprodukte zum unverzichtbaren Bestandteil dreidimensionaler Werbung – und dies mit wachsendem Erfolg. Denn renommierte Labels signalisieren Qualität, Vertrauen und Akzeptanz – allesamt Eigenschaften, die der Werbebotschaft Dauer verleihen.

Erlauben Sie uns, dieser Präsentationsstrecke ein bekanntes, wenn auch leicht abgewandeltes Zitat des Dichters Goethe voranzustellen: „Hilfreich sei der Werbeartikel, edel und gut.“ So zumindest der Idealfall, dem sich die Realität indes immer weiter annähert. Denn die Erkenntnis, dass gute Verarbeitung, Nutzen und schönes Äußeres eines Produkts weit besser und länger werben als anspruchslose Billigware, spricht sich in Entscheiderkreisen des Marketings immer mehr herum. Wenn hinter der Qualität eines Produkts auch noch der Name eines bekannten Labels steht, kann die damit transportierte Werbebotschaft nur gewinnen. Heute sind hochwertige Werbeartikel mehr denn je gefragt. Und oft stehen dahinter auch starke Marken. Dass sich deren Produkte auch hervorragend als Werbeträger eignen, hat die Branche schon früh erkannt. Einer seiner Verbände, der Arbeitskreis Werbemittel (AKW) widmet sich ganz speziell dieser Aufgabe. Wie viel Chancen Markenprodukte als Werbeartikel eröffnen, wie viel Mehrwert sie bieten und wie vielfältig sie sind, führen wir in den folgenden Seiten vor Augen. <



SICHTBARE ANERKENNUNG

Wer seine Mitarbeiter motivieren oder ihnen eine Anerkennung zukommen lassen will, muss nicht immer tief in die Finanzkiste greifen. Oftmals sind es die kleinen Dinge, die wohltuende Akzente setzen, wie zum Beispiel der Motivations-Spiegel von team-d. Der hochwertige Designartikel mit dem Aufdruck „Life is too short to be scared“ ist nicht nur außergewöhnlich, sondern spornt dazu an, Unsicherheiten im Alltag zu bewältigen. Die Größe des Spiegels gibt team-d mit 45 x 25 Zentimetern an. Der magnetische Turmspringer lässt sich auf der Metallablage beliebig platzieren.

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

HART ODER WEICH?

Neu und vor allem interessante Artikel hat die Bredemeijer Group in den Katalog 2012 aufgenommen, unter anderem eine Eieruhr, mit der die Frage „Hart oder weich gekocht?“ sicher beantwortet werden kann. Der Korpus der Uhr ist aus rostfreiem Edelstahl gefertigt und hat auf beiden Seiten eine Minutenanzeige sowie rutschfeste Noppen. Als Clou ist die Sandfarbe ab einer bestimmten Stückzahl sogar frei wählbar. Der Artikel eignet sich bestens für die Anbringung eines Logos durch verschiedene Verfahren wie Druck oder Gravur, was auch für die anderen neuen Produkte der Marken Bredemeijer, Leopold und Zilverstad gilt, die von der Bredemeijer Group angeboten werden. Leopold Vienna steht für alle Produkte rund um Bar, Wein, Küche, Grill, Kaffee und Tee. Zilverstad liefert versilberte Geschenkartikel in den Bereichen Bilderrahmen, Kinderartikel und gedeckter Tisch. Die Firma Bredemeijer ist dagegen auf die Lieferung hochwertiger Tee-Accessoires sowie trendige For-Life-Konzepte spezialisiert. Das Sortiment der Gruppe stellt daher eine gelungene Kombination zur Erfüllung verschiedener Kundenanforderungen dar.

43702 • Bredemeijer Group • Tel +49 491 45417915
info@bredemeijergroup.com • www.bredemeijergroup.de



INDIVIDUALITÄT ALS TRUMPF

Bei B&C setzt man 2012 voll auf die neue Rebel Collection, die durch freche, individuelle Schnitte, frische Farben und stylische Outfits aus dem Rahmen fällt. Außerdem hat man bei B&C dafür gesorgt, dass die Kleidungsstücke für beide Geschlechter gleichermaßen zu haben sind. Die Schnitte zeichnen sich durch ihre moderne, figurbetonte Linie aus. Eine sorgfältige Auswahl der Stoffe und die hervorragende Verarbeitung sorgen für Pflegeleichtigkeit und ein langes Leben der Artikel.

45235 • B&C – The Cotton Group S.A./N.V • Tel +32 235 21100
info@bc-collection.eu • www.bc-collection.eu

-Anzeige-





HOCHWERTIG UND SICHER

Die Firma Gimex sieht sich als kompetenter Ansprechpartner, wenn es um hochwertige Produkte aus 100 Prozent Melamin-Kunststoff, Polycarbonat oder anderen Kunststoffen geht. Die Produkte werden auf eigenen Werkzeugen gefertigt, wobei Sonderproduktionen nach Kundenwünschen zu den Stärken des Unternehmens gehören. Kunden werden von der Produktidee bis zum fertigen Produkt von fachkundigen Mitarbeitern begleitet. Gimex-Produkte entsprechen den aktuellen Richtlinien der EU-Kommission. Zusätzlich belegen Zertifikate bekannter Instanzen wie TÜV oder SGS die hohe Sicherheit aller Artikel. Die Firma Gimex ist Mitglied der IHK und des Fachverbandes pro-K.

47578 • Gimex Melamin plus GmbH • Tel +49 2204 402922
gimex@gimex.de • www.gimex.de

DER KÄLTE GETROTZT

In der kalten Jahreszeit kann der Besuch eines Fußballspiels für den Fan schon mal zu einer ungemütlichen Angelegenheit werden, wenn der Sitz eiskalt ist. Abhilfe schaffen da die hochwertigen, patentierten Superhotpad-Thermo-Kissen von Boschagroup. Die freie Gestaltbarkeit der Tasche mit aufwendigem Logo-Stick macht sie zum idealen Werbeträger für Sponsoren und Vereine. Dabei vereint das Superhotpad den Nutzen für den Anwender mit den Anforderungen an ein wirkungsvolles Werbemittel in idealer Weise. Ab einer Bestellmenge von 250 Stück kann der Artikel mit Wunschlogo und -farbe geliefert werden.

41855 • Boschagroup GmbH & Co. KG • Tel +49 9222 600
service@boschagroup.com • www.boschagroup.com



BEREIT FÜR DIE EM

Das Jahr 2012 steht für alle Fußballfans ganz im Zeichen der Europameisterschaft, die in Polen und der Ukraine ausgetragen wird. Da heißt es, Flagge zeigen für das eigene oder favorisierte Team, beispielsweise mit den Pen Drives der Marke Goodram. Zu haben sind verschiedene Modelle der Wilk-Hausmarke, alle mit Fußballmotiven und wenn gewünscht mit einem Kundenlogo bedruckt. Auch der populäre Twister kann ab sofort mit dem offiziellen Emblem der EM und einer Werbotenschaft geliefert werden. Bei der Gestaltung hilft das erfahrende Design-team von Wilk sehr gerne.

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



-Anzeige-





Neu und mutig.

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

ES2





DOPPELWIRKUNG

Sorgfältig ausgewählte Kundengeschenke sind ein Zeichen größter Wertschätzung. Geschenk-Spezialitäten aus dem Schweizer Traditionsunternehmen Lächerli Huus sind deshalb die ideale Wahl, sich bei Kunden und Geschäftspartnern in Erinnerung zu bringen oder einfach nur Danke zu sagen. Die sympathischen Werbeträger transportieren die Botschaft über die Sinne in das Bewusstsein, sozusagen Werbung mit Doppelwirkung. Ob bei Events, Messen oder Mitarbeiteranlässen, die Köstlichkeiten von Lächerli Huus sorgen dafür, dass das werbende Unternehmen in aller Munde bleibt.

48595 • Lächerli Huus AG • Tel +41 61 26423

info@laeckerli-huus.ch • www.laeckerli-huus.ch

FARBIGE AKZENTE

Wer sagt, dass Arbeitskleidung einen altbackenen Alltagslook haben muss? Die Designer von Hultafors jedenfalls nicht, denn mit der Workwear der Marke Snickers hat man ordentlich Farbe ins Spiel gebracht. Handwerker haben ab sofort die Möglichkeit, ihre Kleidung in Chilli, Ozean oder Olive zu tragen. Aber nicht nur an modische Farbnuancen haben die kreativen Köpfe gedacht, auch in Sachen Funktionalität lassen die Hosen, Jacken, Sweat- und T-Shirts nichts zu wünschen übrig. Einmal mehr beweist Snickers Workwear, dass man zu den absoluten Trendsettern gehört.

46478 • Hultafors Group Germany GmbH • Tel +49 5228 9570

info@hultaforsgroup.de • www.hultaforsgroup.de



-Anzeige-



HALFAR

Starke Taschen.

Exklusivvertrieb über den
Werbemittelhandel
www.halfar.com



ZEHN NEUE DESIGNS

Gleich zehn neue Designs finden sich im aktuellen Angebot von BagBase, Hausmarke von Beechfield Brands. Drei davon weisen völlig neue Verarbeitungsmerkmale auf, darunter einfach zu bedruckende Styles in PU-Verarbeitung. Die farbenfrohe Taschenlinie führt außerdem das neue Key-Colours-Konzept ein, das einen Teil des großen Produktprogramms für das Jahr 2012 ausmacht. Mit im Sortiment sind auch wieder Artikel im Retro-Style (wie zum Beispiel Reportertaschen) oder Reisetaschen im zeitlosen Outfit.

46002 • Beechfield Brands Limited • Tel +44 161 7629444

sales@beechfield.com • www.beechfield.com • www.bagbase.com



KÜHLES BLONDES GEFÄLLIG?

Es dauert nicht mehr lange und die ersten Garten-, Grill- und Balkonfeiern stehen an. Da ist es gut, wenn man seinen Gästen ein gut gekühltes Bier aus dem Partyfass anbieten kann. Die neue Isolierbox Freez XS der ants & friends GmbH leistet dabei mit ihren hervorragenden Isolierwerten gute Dienste. Ein vorgekühltes Fünf-Liter-Fass lässt sich lange Zeit auf optimaler Temperatur halten, so zum Beispiel fünf Stunden bei einer Außentemperatur von 25 Grad Celsius. Als Material wurde der Kunststoff EPP gewählt, der wasserfest, leicht zu reinigen und lebensmittelverträglich ist. Die Box kann per Doming individualisiert werden, auch die Farbe lässt sich Kundenwünschen anpassen.

48545 • ants & friends GmbH • Tel +49 421 64369919

lambertz@antsandfriends.com • www.antsandfriends.com

-Anzeige-



Frische Ideen in Plüsch!

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



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



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



ERFOLGREICHER KÜCHENASSISTENT

Bei Lehoff ist eine Küchenhilfe zu haben, mit der ein duftender Kuchen oder das leckere Dessert garantiert gelingen. Das Gerät mit dem Namen KitchenAid Classic ist aufgrund seiner Vielseitigkeit, der exzellenten Verarbeitung und dem markanten Design längst zum Verkaufsschlager geworden. Es besitzt einen Knethaken, einen Flachrührer und einen Schneebesen, ist also für alle Aufgaben bestens ausgerüstet. Für absolut hygienische Verhältnisse – da pflegeleicht und 100 Prozent rostfrei – sorgt die Edelstahlschüssel mit einem Fassungsvermögen von 4,3 Liter. Die Maße gibt Lehoff mit 35,2 x 35,7 x 22,1 Zentimetern an.

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

HAPPY TÖRTCHEN

Mit Stil und Wertschätzung Kundenkontakte herstellen und pflegen: Der feine Kuchenriegel von Kalfany Süße Werbung mit gaumenschmeichelnder Schoko- oder Caramel-Cremefüllung, lippenzartem Schokoladenüberzug sowie integrierter Festtagskerze ist ein perfektes Medium für aktive Kundenakquise und erfolgreiche Kundenbindungsprogramme. Lieferbar sind die persönlichen Happy Törtchen (à 32 Gramm) mit integrierter Kerze in sechs verschiedenen Farben und werden dem Kunden in einer individuell gestalteten Werbekombipackung der Größe 92 x 27 x 41 Millimeter überreicht.

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



EDLES FLEISCH ALS EXKLUSIVE GABE

Geschenkpakete von Gourmetfleisch.de zeugen von Fantasie und Aufgeschlossenheit. Hierbei geht es um ein exklusives Sortiment edler, frischer Fleischspezialitäten aus aller Welt, die hochwertig verpackt direkt zum Kunden verschickt werden. Spezielle Verpackungen mit aktiver Kühlung garantieren eine durchgängige Kühlkette. Die Anlieferung erfolgt binnen 48 Stunden, bei Expressversand sogar innerhalb 24 Stunden. Mit den wertigen Präsenten von Gourmetfleisch ist Schluss mit langweiligen konventionellen Give-aways. Gourmetfleisch.de ist allen wichtigen Zertifizierungs- sowie Qualitätssicherungssystemen in Deutschland angeschlossen (ISF International Food Standard, DLG Deutsche Landwirtschaftsgesellschaft) und gewährleistet somit allerhöchste Fleischqualität.

48469 • Gourmetfleisch.de • Tel +49 2166 968649
ml@gourmetfleisch.de • www.gourmetfleisch.de

-Anzeige-



Sweets so sweet



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

www.magna-sweets.de



Sweets and more



FLORALE DEKORE

Die Luxembourg-Serie der aktuellen Cacharel-Kollektion von Plastoria bezieht ihren besonderen Reiz aus floralen Dekoren für verschiedenste Produkte, inspiriert durch die berühmten Pariser Luxembourg-Gärten. Zu den Highlights gehören zweifellos die Kopfhörer in hoher technischer Qualität und attraktivem Design. Die auch mit weiteren Accessoires von Plastoria gut zu kombinierenden Produkte, die für optimale Klangerlebnisse stehen, werden in einer edlen Cacharel-Geschenkbbox geliefert.

40637 • Plastoria S.A. • Tel +32 2 5219782

info@plastoria.be • www.plastoria.be

STILVOLLER GENUSS

Wellnuss-Premium-Snacks sind ein Garant für knackige Nüsse, fruchtiges Trockenobst und verführerische Schokolade. Pur oder raffiniert kombiniert überzeugen alle 18 Sorten mit Premium-Qualität und stilvollem Genuss. Die Verpackung erfolgt in edlen Beuteln mit Sichtfenster und diese wiederum sind in einer hochwertigen Box aus Birkenholz verstaut. Spitznamen wie „Glücksbringer“, „Energie-spender“ oder „Seelenmassneur“ sorgen für zusätzliche Sympathiepunkte. Ein Kundenlogo kann wunschgemäß in den Deckel der Birkenholzbox eingebrannt werden.

48508 • wellnuss Premium Snacks GmbH • Tel +49 40 18073158

kontakt@wellnuss.de • www.wellnuss.de



IDEALE BEGLEITUNG

Bei der Nachtwanderung, auf dem Heimweg oder bei der Gartenparty, eine leistungsfähige Leuchte muss dabei sein, sollte aber durch ihr Gewicht nicht zur Belastung werden. Mit lediglich 300 Gramm ist das Leichtgewicht namens Rainbow von Ampercell der ideale Begleiter. Doch die robuste Lampe, die auch auf dem Gartentisch für ausgesprochen gutes Licht sorgt, kann mehr. Mit ihren sechs weißen LEDs gibt sie nicht nur angenehm sanftes Outdoor-Licht, es kann auch ein laufender Farbwechsel eingestellt werden. In gleitendem Übergang wechseln die Farben über die ganze Skala des Regenbogens und das bis zu 65 Stunden lang.

42333 • Ampercell Vertriebsges. für elektrotechnische Erzeugnisse mbH • Tel +49 6171 704 10

info@ampercell.com • www.ampercell.com

-Anzeige-



WWW.INTRACO.NL



EXKLUSIVE EYECATCHER

In Folge der Zusammenarbeit der Firma The Box mit dem italienischen Unternehmen Nuova sind sechs neue, exklusive Dosen-Serien von berühmten Designern ins aktuelle Angebot aufgenommen worden, die man zu Recht als wahre Eyecatcher bezeichnen kann. Die Dosen in Designs von Maitres Chocolatiers, Coffee, Les Fruits Botaniques, Route des Thés, Paris und Tea Company schließen nahtlos an die bestehende Nuova-Palette R2S an, das heißt, sie passen perfekt zu Teetassen, Bechern, Schalen und anderen Produkten dieser Serie.

46429 • The Box B.V. • Tel +31 55 3603851

info@theboxnl.com • www.theboxnl.com



EINMAL PRINZ SEIN...

Kekse der Marke Prinzenrolle haben ihren Siegeslauf schon vor langer Zeit angetreten und sind heute zur festen Größe geworden. Magna sweets bietet die original Mini-Prinzenrolle ab sofort in einer sechseckigen Werbekartonage an. Fünf der leckeren Kekse befinden sich in der Originalverpackung und werden in einer Zusatzkartonage verpackt, die mit einer Werbebotschaft wunschgemäß bedruckt werden kann.

41617 • Magna sweets GmbH • Tel +49 8146 99660

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



VICTORINOX



Tools
with a lasting
impression

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

MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE



WENN EINE REISE TUT...

Die Odyssée-Collection von Nina Ricci, erhältlich bei Plastoria aus Belgien, lässt Frauenherzen höher schlagen. Die prestigeträchtige Gepäckstück-Serie ist vollständig aus Leder gefertigt und überzeugt durch klassisches Design. Die Dokumenten-Mappe eignet sich etwa zum stilvollen Transport von Tablet-Computern und Kleinaccessoires. Für den Laptop steht eine etwas größere Variante zur Verfügung. Vervollständigt wird das Trio mit der geräumigen Reisetasche. Alle Taschen sind mit einem Reißverschluss sowie einem extra Frontfach für kleinformatige Dokumente ausgestattet.

40637 • Plastoria S.A. • Tel +32 2 5219782

info@plastoria.be • www.plastoria.be

OPTIMAL AUSGELEUCHTET

Wer gut sieht, kann besser und ergonomischer arbeiten. Das findet auch Topico und präsentiert eine LED-Schreibtischlampe namens Illumination, die den Arbeitsplatz optimal ausleuchtet. Für eine ausgezeichnete Leuchtkraft sorgen 25 weiße Leuchtdioden. Zudem macht der flexible Leuchtarm da Licht, wo es gebraucht wird. Auch die Lichtintensität lässt sich dank der integrierten Dimmfunktion den Bedürfnissen anpassen. Die Lampe reagiert auf Berührung am Standfuß und wird per Fingertipp an- und ausgeschaltet.

44327 • Topico Handels-GmbH & Co. KG • Tel +49 421 6965470

sales@topico.de • www.topico.de



LECKERER BROTTGENUSS

Wer liebt ihn nicht, den Duft von frisch gebackenem Brot? Mit dem Präsent-Set von Römer kann dieser jetzt ganz einfach ins Haus geholt werden, denn darin findet sich eine wunderschön verpackte Backmischung (500 Gramm) für das selbst gebackene Brot. Dazu gibt es Gewürze, ein Glas Oliven, ein hochwertiges Brotschneidebrett aus Buchenholz inklusive Gittereinsatz und ein Rezept. Im schwarzen Geschenkkarton verpackt, wird das Set zum echten Hingucker.

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

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



-Anzeige-

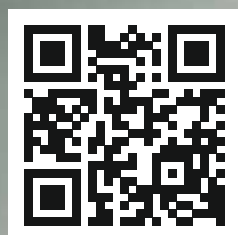
Tailor-made
promotional
gadgets



IntracoTrading
www.intraco.nl



Follow me



paperbags-**RIESA**.com





FILIGRANES SCHRIFTBILD

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

41108 • Staedtler Mars GmbH & Co. KG • Tel +49 911 9365514

info@staedtler-promotional.de • www.staedtler-promotional.de

KALENDARIUM NACH WUNSCH

Unter der Marke iName It können bei der Prime Print Group Tagebücher bestellt werden, die den Kundenwünschen angepasst sind. So kann gewählt werden, wann der Startmonat oder das Startdatum sein soll, was bei vom Kalenderjahr abweichenden Geschäftsjahren ganz praktisch ist. Frei wählbar sind auch die Gestaltung der Kalenderseiten, die eingetragenen Fixdaten oder die Sprache des Kalendariums. Alle Kalender lassen sich mit Kundenlogos personalisieren.

48421 • Prime Print Group Ltd. • Tel +44 1623 499949

sales@primegroup.co.uk • www.primigroup.co.uk



ERHELLENDE BOTSCHAFTEN

Ab sofort bei Spranz erhältlich ist eine hochwertige LED-Lampe von Metmaxx, eine europaweit exklusive Marke und Serie, die für souveräne Formensprache, exklusive Verpackungen, verlässliche Qualität und ein optimales Preis-/Leistungsverhältnis steht. Optische Kühlrippen, eine geschützte Werbefläche und eine Cree® 3 Watt Marken-LED machen aus der kompakten, unter der Artikelnummer 655 geführten Lampe ein Top-Produkt. Sie ist ausgestattet mit optischer Fokussierlinse sowie stufenloser Lichtbündelung und drei Betriebsarten: 100 Prozent, 50 Prozent sowie Warnlicht/Strobo. Dabei leuchtet die mit einem vor Spritzwasser geschützten Flugzeugaluminiumkorpus ausgestattete, mit Gürtelclip und Batterien gelieferte Lampe auch rundherum seitlich.

41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 98488-0

info@spranz.de • www.spranz.de



ZURÜCK ZU DEN WURZELN.
FÜR ALLE, DIE GUTE QUALITÄT
UND EDLES DESIGN ZU
SCHÄTZEN WISSEN...



EUROSTYLE®
Leather & more. Since 1899.

MADE IN GERMANY

Emil Kreher GmbH & Co. KG Lederwarenfabrik
Dieselstraße 5 · D-95448 Bayreuth · Tel. (+49) 921/78952-0 · www.eurostyle.eu

SOCKEN INDIVIDUELL

Ob Logos oder Schriftzüge –
wir fertigen nach Ihren Vorgaben und
sorgen so für den einheitlichen Look –
jetzt auch am Fuß.

**Ideal für Corporate Fashion,
Merchandising und Werbeaktionen!**



Work



Rapid Air

**NEU
SOCKEN
MIT LOGO**



Socle „Thermo Air“

brecht®
PROFASHION

Wenn Sie Fragen haben, stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung
Alte Wilhelmstr. 17 • 75015 Bretten • Tel. 07252/79 00
www.brecht-profashion.de • info@brecht-profashion.de

Top-Can®

Die “fällt-auf-wie-verrückt-weil-sie-einfach-klasse-und-innovativ-aussieht”-Werbe-Giveaway-Idee.



Mehr dazu!



**Werbedose mit
atemerfrischem Inhalt.**

Rundum 4-c individuell schon
ab kleinen Mengen gestaltbar.



DAS AUGES IST MIT

Süße Leckereien wie etwa eine Nougat-Torte mit Bildmotiv und andere kleinere, essbare Präsente mit Logo, allesamt liebevoll verpackt, gibt es bei Ben Robertsens. Die essbaren Fotos bezieht Firmeninhaber und Konditor Christian Sens bei „Sugar-Art – Torte, Bild und Worte“, einem Spezialisten für essbare Drucke in allen Formen und Größen. Die besondere Spezialität der Kuchenbäcker aus Sachsen ist eine baumkuchenähnliche, in Schichten gebackene Torte, die drei Monate lang ohne Kühlung haltbar ist und auch am letzten Tag noch wunderbar schmecken soll.

Kostproben gibt es unter www.ben-robertsens.de.

48543 • Ben Robertsens Deutschland e. K. • Tel +49 37601 3355

info@ben-robertsens.de • www.ben-robertsens.de

NEUES FAMILIENMITGLIED

Neben den burger swiss pen Erfolgsmodellen Beo und Delta stellt die burger pen AG einen weiteren Drehkugelschreiber der Markenfamilie „swiss pen“ vor, nämlich den „Beolino“. Dieses neue Modell mit Kunststoffspitze wird in einem attraktiven Preissegment angeboten und verkörpert alle bekannten Stärken der burger swiss pen Produkte, wie zum Beispiel die Langlebigkeit der Mine mit einer Schreiblänge von 6000 Meter. Der Beolino ist in zwei opaken und sieben attraktiven Farben mit auf Hochglanz polierter Oberfläche zu haben. Druck auf Clip und Schaft garantieren einen großflächigen Transport der Werbebotschaft.

45956 • burger pen AG • Tel +41 26 4959470

info@burgerpen.com • www.burgerswisspen.com



KLASSIKER MIT KULTSTATUS

Auf der ganzen Welt haben Kinder nachhaltig Spaß an und mit Seifenblasen aus Deutschland – sie spielen mit Pustefix von Success, längst das moderne Synonym für ein komplettes Genre. Der seifenblasende gelbe Bär auf blauem Grund ist seit 1948 eine Kult-Marke, die zu jedem Zeitgeist passt. Pustefix ist darüber hinaus einer der größten deutschen Export-Schlager, wie das TV-Magazin „Abenteuer Leben“ attestiert. Gründe für den weiterhin wachsenden Erfolg sind schnell gefunden: hohe Sympathiewerte, herausragende Qualität, geprüfte Sicherheit und die hohe Flexibilität bei der Produkt-Diversifikation, ohne den Markenkern zu verwässern.

43053 • Success Dr. Rolf Hein GmbH & Co. KG • Tel 49 7071 78898

seifenblasen@pustefix.de • www.pustefix.de/success

-Anzeige-



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



OUTDOOR & INDOOR

- * Picknickdecken
- * Fleecedecken
- * Microfaser-Decken
- * Heim- und Kuscheldecken



- * Picknick-Rucksäcke
- * Fahrrad-Picknick-Kühltaschen
- * Picknick-Kühltaschen



- * Picknickkörbe
- * Mommy & Kids Bag
- * Lunch Sets



Individuelle Fertigung



Meinzer GmbH • An der Leith 15 • D-92339 Beilngries
Tel. + 49 (0) 8461-70233 • Fax + 49 (0) 8461-7470
e-mail: info@ambiente-meinzer.de
www.ambiente-meinzer.de

UMA
Die Handschrift
der Werbung

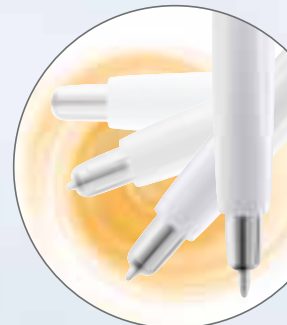
It's magic!



MAGIC DUO
0-2642



MAGIC DUO B
0-2647 B



www.uma-pen.com

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

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



NEUE GRAVURTECHNIK

Eine neue Personalisierungstechnik stellt Deonet vor: DeoChrome. Dies ist eine einzigartige Gravurtechnik, die der Gravur einen metallischen Effekt gibt. Das Ergebnis ist ein schönes, reflektierendes Firmenlogo, eine Website oder jede mögliche andere Personalisierung. Das erste Deonet-Produkt, das mit dieser neuen Technik personalisiert wird, ist der Deonet Superior Pen. Dies ist ein zeitgemäßer schwarzer Kugelschreiber, welcher in zwei Varianten erhältlich ist: Standard und Mini. Durch die gummierte Oberfläche liegt dieser luxuriöse Metallkugelschreiber gut in der Hand.

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

MAGISCHE WIRKUNG

Steine sollen heilende Wirkungen haben, behaupten jedenfalls viele Naturheilkundler. Einer, der eigentlich gar keiner ist, sondern Millionen Jahre altes Harz von Bäumen, übt schon immer magische Kräfte aus: Bernstein. Da ist es nicht weiter verwunderlich, dass die Geldbörsen von Jaguar mit solchen urzeitlichen Zeugen verziert werden. Die Artikel selbst sind aus bestem Leder gefertigt. Applikationen aus echtem Sterling-Silber unterstreichen deren Wertigkeit zusätzlich.

48154 • Jaguar • Tel +48 63 2743211
sprzedaz@jaguargift.com • www.jaguargift.com



DURCHBLICK IM RETRO-LOOK

Eine große Auswahl an Schutzbrillen im Retro-Look bietet die Kasper & Richter GmbH. Die stylischen Brillen sollten unter anderem bei Oldtimerfans guten Anklang finden, denn die Modelle Aviator C und Road RG erinnern stark an die Zeiten der Männer mit den fliegenden und fahrenden Kisten. Andere Modelle wie die Brille Glacier C sind dagegen den Bergpionieren gewidmet. Durch den hohen Anteil an Handarbeit werden die historischen Brillen allen Qualitätsansprüchen gerecht, wobei Look & Style vor Funktionalität gehen. Das heißt, die Modelle sind nicht für den professionellen Arbeitseinsatz gedacht.

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



Werbekugelschreiber



Druckkugelschreiber

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

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



EXQUISITE LIPPENPFLEGE

Glanzvolle Erweiterung der Premium-Linie bei KHK ist der elegante Lippenpflege-stift Lipcare Deluxe in einer hochglänzenden Metallhülle. Hochwertig veredelt mit einer Gravur, werden mit diesem Produkt in erster Linie die Wünsche anspruchsvoller Kunden erfüllt. Verfügbar sind die Farben Gold und Silber glänzend beziehungsweise Silber matt. Wie alle anderen KHK-Artikel auch, unterliegt der Lipcare Deluxe strengsten Prüfungen hinsichtlich Inhaltsstoffen und Qualität.

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

PURER LUXUS IN HÖCHSTER PERFEKTION

Der Ulmer Spezialschirmhersteller Eberhard Göbel, der sich in zweiter Generation der Weiterentwicklung des Schirmhandwerks verpflichtet fühlt, produziert dem aktuellen Trend folgend absolut hochwertige Schirme, wie sie bisher noch nie hergestellt wurden. Es handelt sich dabei um Luxus-Artikel in perfekter Ausführung bis in die Schirmspitze. Die Erfolgsstory der Brillant-Luxusschirme ist schnell erzählt, denn der Hersteller verwendet nur wertvolle und edle Rohmaterialien. Diese verbindet er mit Funktionsteilen, die mit Hilfe innovativer Produktionsmethoden, wie unter anderem CNC-Technik, perfekt verarbeitet sind. So sind die Holzstöcke aus einem Stück gefertigt. Die Zusammenführung dieser Komponenten wird durch Schirmmacher vollbracht, die ihr Handwerk noch von Grund auf beherrschen. Die einzelnen Modelle der Brillant-Luxusschirme gibt es für Damen und Herren. Bei allen Schirmen besteht zusätzlich die Möglichkeit der Individualisierung durch Gravur oder Laserung.

43420 • Eberhard Göbel GmbH + Co. • Tel +49 731 140130
info@euroschild.com • www.euroschild.com



FASZINIERENDE OPTIK

Eine elegante und außergewöhnliche Optik bietet der hochwertige Flaschenkühler aus dem Hause Adoma. Veredelt mit einem Ring aus gebürstetem Edelstahl und dem besonderen Crushed-Ice-Effekt in der Kühlsohle wird jeder Flaschenkühler zum Designobjekt. Durch Schütteln erhält man immer wieder neue Formationen der Füllung – einfach faszinierend. Das Medium im Inneren des Kühlers wirkt zusätzlich als Isolierung, was zu einem proaktiven Kühleffekt führt. Eine Werbeaussage wird auf den Mantel gelasert oder aufgedruckt.

43999 • Adoma GmbH Kunststoff- und Metallverarbeitung • Tel +49 75 22 971 60
info@adoma.de • www.adoma.de

-Anzeige-

2% extra
discount
when ordering
online



IntracoTrading
www.intraco.nl



EINFACH SPIELEN

Sofort losspielen durch schnell verständliche Regeln: Die neue Spiele-Serie von Ravensburger „Einfach spielen“ setzt einen neuen Trend. Ein Würfelspiel und zwei Legespiele werben mit der Botschaft: „Lass uns einfach mal wieder spielen!“ Ob mit der Familie oder mit Freunden: Schon geht's los, ohne großen Zeitaufwand. Für zwei bis fünf Spieler ab acht Jahren gedacht ist „Der Große Wurf“. „Kreuz & Quer“ für einen bis vier sowie „5 vor 12“ für zwei bis vier Mitspieler sind die aktuellen Highlights der Schwaben, die für Abwechslung und sinnvollen Zeitvertreib sorgen.

46563 • Ravensburger Spielverlag GmbH • Tel +49 751 861722

michaela.magin@ravensburger.de • www.ravensburger.de

-Anzeige-



*“MULTI
TALENT”*

multicargo



ATTRAKTIV UND FUNKTIONAL

Struktura heißt das vielseitige Taschenwerkzeug unter den Classic Tools von Richartz. Die Edelstahlgriffe mit den markanten Gumminoppen umschließen eine Vielzahl von nützlichen Funktionen. Neben einer gegossenen Profizange, einer Klinge, einer Säge und vielem mehr wurden zwei neue Funktionen entwickelt: der Notfall-Glasbrecher mit einzigartiger Verriegelungstechnik, der gleichzeitig als Aufnahme eines Bitadapters für neun verschiedene Bits dient. Neu ist zudem ein Cutter mit auswechselbarer, extrem scharfer Solinger Klinge.

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

KUNSTVOLLE LEUCHTMITTEL

Mit den kunstvoll gestalteten Leuchtmitteln Light Shadows präsentiert Textet erstmals und nur für kurze Zeit für das Werbeartikel-Premium-Segment seine mit modernster Lichttechnik ausgerüsteten Leuchtkörper der schwedischen Glasmanufaktur Orrefors. Acht Motive zieren die von Hand geschliffenen, überdimensionalen Glaskörper, in denen sich eine umweltfreundliche 18 Watt Halogen-Lampe befindet. Alle Leuchtmittel des traditionellen Hoflieferanten des schwedischen Königshauses passen in jeden E27-Anschluss. Jedes Objekt spielt harmonisch mit Licht und Schatten und ist durch die kunstvolle Handarbeit ein Unikat.

46329 • Textet GmbH • Tel +49 4262 95984-0
guido.deppen@texeteurope.com • www.texeteurope.com



JETZT AUCH MIT GROSSER LEUCHE

Wer eine Mag-Lite Stableuchte im Etui mit Batterien oder im Set mit einem Schweizer Victorinox-Messer verschenken wollte, konnte bisher nur auf die handlichen kleinen Modelle zugreifen. Seit Kurzem bietet die Firma Siegfried Hintz auch attraktive Sets mit den klassischen großen Stableuchten mit zwei beziehungsweise drei Babyzellen an, wahlweise mit LED oder herkömmlicher Glühlampe. Das Baukastenprinzip macht es möglich, wunschgemäße Kombinationen zusammenzustellen.

42919 • Siegfried Hintz • Tel +49 611 186890
info@s-hintz.de • www.s-hintz.de

LIPCARE BY KHK NEWS 2012



LIPCARE ORIGINAL
HEISSFOLIENPRÄGUNG

LIPCARE
DELUXE

LIPCARE
GLOSS

LIPCARE DELUXE

Eleganter Lippenpflegestift in edler Metallhülle.
Farben: Gold oder Silber glänzend, Silber matt.

LIPCARE GLOSS

Transparent schimmerndes Gloss in zwei Farben.
Kappe in den Farben: Gold glänzend, Silber matt,
schwarz und weiß.

HEISSFOLIENPRÄGUNG

Rundum-Veredelung für Lippenpflegestifte mit
hochglänzender Folie. Folienfarben: Gold, Silber,
schwarz, weiß, rot-metallic, blau-metallic.

LIPPENPFLEGE VON HÖCHSTER QUALITÄT

Nach Ihren Wünschen kombiniert und bedruckt
Produziert von KHK in Köln

KHK GMBH

Ringstrasse 9-11, D-50996 Köln
Tel. +49 221 98 54 73-0
info@lipcare.de, www.lipcare.de





SCHLICHTES DESIGN - HERVORRAGENDE TECHNIK

Die Marke Philips steht nicht nur für hervorragende Leistungen, sondern auch für stylische Designs und das zu angemessenen Preisen. Erneuter Beweis dafür ist der 19 Zoll LCD Fernseher, der zum Angebot der Firma Lehoff gehört. Mit seinem schlichten, aber wirkungsvollen Design und seiner Technik sowie den benutzerfreundlichen Anschlüssen liefert das HD Ready-Gerät digitales Fernsehen in bestechender Crystal Clear Bildqualität. Dazu verfügt der Fernseher über das Clear Sound System, mit dem jedes Wort verstanden werden kann. Die Maße sind 462,8 x 297,4 x 149,3 Millimeter.

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

PERFEKT UND PREISWERT

Die neue Arbeitsleuchte aus der e-quip-Serie von HNC überzeugt mit einem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis. Das robuste Gehäuse, gefertigt aus bestem Flugzeug-Aluminium, hält so einiges aus. In den Lampenkopf sind sieben superhelle LED integriert, die Arbeitsleuchte weist sogar 18 weiße LED auf. Im Bedarfsfall können die fünf roten LED der eingebauten Warnleuchte eingeschaltet werden. Der praktische Gummigriff wird nicht nur beim Einsatz in der Kälte als sehr angenehm empfunden. Am Lampenende ist ein Magnet integriert, so hat man beispielsweise bei einer Autopanne die Hände frei.

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



SCHARFE SACHEN

Victorinox steht für wertvolle Qualitätsprodukte mit praktischem Nutzen, inspiriert von der Vielseitigkeit des original Swiss Army Knife. Ob Taschenmesser, Kleinwerkzeuge, Uhren, Gepäck, Bekleidung oder Düfte – sie alle besitzen die seit 1884 unveränderte DNA des Urtools und tragen so zum Erfolg von Victorinox in mehr als 125 Ländern der Erde bei.

44281 • Victorinox AG • Tel +41 41 8181211
261@victorinox.ch • www.victorinox.com



HEITER BIS WOLKIG

Mit seiner hochwertigen Wetterstation WS6600 aus der Premium Collection bringt technoline neuen Glanz in das bewährte Sortiment. Die Quarzuhr mit wahlweise 12- oder 24-Stunden-Anzeige verfügt über Datums- und Wochentagsanzeige, Weckalarm mit Schlummerfunktion sowie die Vorhersage von Wettersituationen. Letztere werden in Form von in Glas gelaserten 3D-Wettersymbolen angezeigt und je nach aufkommender Wettersituation mit weißem LED-Licht angestrahlt: Dargestellt wird dabei neben der Innen- und Außentemperatur auch der Grad der Luftfeuchtigkeit.

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

-Anzeige-



**Schon als wir die Ersten waren,
wollten wir die Besten sein...**
www.dieErsten.eu



CHARAKTERVOLLER HANDSCHMEICHLER

Eines muss man der neuen Porzellantasse Solid von Senator lassen: Sie ist in Sachen Design und Nutzen bestens aufgestellt. Aufgrund ihres geschützten Designs beweist die Tasse markante Eigenständigkeit und bietet so ideale Voraussetzungen für Veredelungen. Als charaktervoller Handschmeichler weiß sie genau, worauf es ankommt: unendliche Vielfalt bei außerordentlicher Individualisierbarkeit, wofür Senator alle modernen Technologien bereit hält.

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

info@senatorglobal.com • www.senatorglobal.com

AUSGEFEILTE WERBEIDEEN

Die im Markt bewährten Saphirfeilen von Hermann Flörke sind ab sofort auch in neuen, frischen Formen erhältlich. Die Feilflächen gehören in die Kategorie der original Solinger Qualitätsstahlwaren. Die Griffe lassen sich individuell im vierfarbigen Druck veredeln. Flörke gilt seit 35 Jahren als Traditionshersteller für Profi- und Saphirfeilen sowie Männer- und Klappfeilen.

44294 • Hermann Flörke GmbH • Tel +49 6104 73373

info@floerke.de • www.floerke.de



PERFEKT DOSIERT

Neu im Sortiment der Jung Bonbonfabrik GmbH, das unter dem Slogan „Werbung trifft Geschmack 2012“ läuft, ist die innovative Bonbon-Dose Top-Can. Diese handliche und praktische Verpackung wird in zwei Größen und sechs Inhaltsvarianten angeboten. Rundum gestaltet wird der Behälter durch einen edlen Full-Body-Sleeve (Folienschrumpftechnik), der die Dose einschließlich Werbeanbringung in individuellem Glanz erscheinen lässt. Als Inhalt stehen beispielsweise Mentos-Kaugummis, Starmint-Pastillen, Premium-Pfefferminz, Solvens oder Fruchtmix-Bonbons zur Auswahl.

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

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

KLEINES AUS SOHO

Moderne Kunst und bemerkenswertes Design: Der im New Yorker Stadtteil Soho gelegene MoMA Design Store wartet mit zahlreichen Leckerbissen auf. Seit mehr als 50 Jahren produziert und vertreibt das dem Museum of Modern Art angegliederte Geschäft ausgesuchte Dekor- und Gebrauchsgegenstände. Wer nicht extra nach New York reisen möchte, kann es auch einfacher haben, wie ein Blick in den Katalog der timedesign GmbH beweist. Das in Mannheim ansässige Unternehmen bietet zahlreiche Artikel für den europäischen Markt an, die aus dem MoMA Design Store stammen, wie zum Beispiel Satellite Bowl. Ins Deutsche übersetzt bedeutet Satellite Bowl „Satellitenschale“. Eine Schale ist das Wohnaccessoire, das gut als Kunstwerk durchgehen könnte, im eigentlichen Sinne aber nicht, eher ein Korb. Auf jeden Fall setzt Satellite Bowl simples Tischgut dramatisch in Szene. Auch andere Artikel aus dem timedesign-Angebot wie die Chalkboard Vase, der Perpetual Calendar oder der Sky Umbrella stellen perfekte Botschafter aus Soho dar.

45399 • timedesign GmbH • Tel +49 621 709058

info@timedesign-ad.de • www.timedesign-ad.de



ÜBERZEUGENDER SCHREIBKOMFORT

Professionelle Viel-Schreiber mit hohem Design- und Komfort-Anspruch werden von den neuen Schreibgräten der COM4-Linie von Schwan-Stabilo begeistert sein. Der stylische Zwei-Komponenten-Look und die Funktionalität sind von der Sport-Industrie inspiriert. Die ergonomisch geformte Griffzone ermöglicht eine komfortable Handhaltung und ermüdungsfreies Schreiben. Das rutschfeste Material der Schreiber bietet sicheren und entspannten Halt. Zur neuen COM4-Reihe gehören ein Kugelschreiber und ein Gel-Rollerball, beide mit Druckmechanik und in vier Schreibfarben zu haben.

43287 • Schwan-Stabilo Promotion Products GmbH & Co. KG • Tel +49 911 5673455

service@stabilo-promotion.com • www.stabilo-promotion.com

-Anzeige-

SHORTY
MADE IN GERMANY





DICKENS ZU EHREN

Am 7. Februar 1812 wurde einer von Englands berühmtesten Schriftstellern geboren: Charles Dickens. Pünktlich zum 200. Jubiläum dieses Geburtstages hat die Firma Giving Europe einen edlen Kugelschreiber kreiert, der den Namen Charles Dickens auf dem Clip und dem Metallring im Schaft eingraviert hat. Der Schreiber kann in Schwarz oder Weiß bestellt werden, auch die Mine ist wählbar (schwarze oder blaue Tinte). Abgerundet wird das außergewöhnliche Präsent durch die hochwertige schwarze PU-Box.

45737 • Giving Europe B.V. • Tel +31 344 640500
contact@givingeurope.nl • www.givingeurope.nl

GLASKLARER SIEG

Stiefelmayer Contento führt ab Lager ein breites Sortiment an handgeschliffenen und -polierten Trophäen, Pokalen und weiteren Glas-Objekten für die Würdigung besonderer Leistungen. In Glas lassen sich über die vielseitige Technik der Laser-Innengravur die verschiedensten Logos oder Objekte zu aufmerksamkeitsstarken Kundenpräsenten umsetzen. Die edlen Accessoires kommen insbesondere im Rahmen von Wettbewerben, Firmenveranstaltungen, Jubiläen oder Prämierungen zum Einsatz.

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



HIGHTECH-WINZLING

Perfekt für alle, die oft unterwegs sind, ob beim Sport, auf einer Wanderung, am Strand oder auch beim Stadtbummel: das stylische Minihandy S40 von Seecode passt in jede Tasche. Dabei bietet der Hightech-Winzling alles, was man von einem modernen Multimedia-Handy erwartet: Volltastatur, Recorder/Player für Audio/Video, FM-Radio, Internetbrowser, Facebook Client, zwei Kameras und alle anderen Zusatzfunktionen, die zum Standard eines modernen Handys gehören. Das nach Aussage des Herstellers wohl kleinste Multimedia-Handy mit Volltastatur der Welt kann mit zwei üblichen SIM-Karten gleichzeitig betrieben werden.

47983 • Seecode Technology • Tel +49 221 9895237
se@seecode.de • www.seecode.de



-Anzeige-

**your partner in
promotional gadgets**



IntracoTrading bv
www.intraco.nl



ROBUSTER TRANSPORTER

Katapultiert Kundenlogos ganz nach vorne: die Tasche Moonraker von Halfar. Bei dieser Neuheit kommt die Lkw-Plane als verwendetes Material ihrer eigentlichen Bestimmung wieder ganz nahe: Sie schützt und transportiert Waren. Auch wenn der Lkw-Planen-Shopper seine Fracht zugegebenermaßen eher in Kilos als in Tonnen auf die Straße bringt, ist seine praktische Seite doch unumstritten. Im geräumigen Hauptfach mit Reißverschluss finden größere Einkäufe oder selbst ein Laptop Platz. Im hängenden Organizer lässt sich Persönliches und Wertvolles sicher verstauen. Und die breiten Handgriffe sowie der Schultergurt sorgen dafür, dass alles bequem zu Hause ankommt. Zum echten Statement wird Moonraker in den Versionen mit weißer Front und schwarzen Seitenteilen und Gurten oder komplett in Schwarz. Per Siebdruck, Stick oder Doming finden Logos hier zudem einen echten Bühnenplatz.

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

info@halfar.com • www.halfar.com

www.terminic.eu

Jetzt mit Kalenderkonfigurator.



2012

... und 75 Jahre später -
unser Anspruch: Best in Class!

SENATOR GMBH & CO. KGAA

FERTIGUNG GANZ NACH DEUTSCHLAND VERLEGT

Die Senator GmbH & Co. KGaA schließt ihren Produktionsstandort Polen und verlegt ihre Fertigung vollständig nach Deutschland. Mit diesem Schritt folgt das Unternehmen seinem Leitsatz „Innovation made in Germany“ und realisiert einen wichtigen Meilenstein in der Optimierung der Supply Chain. „Durch die Konzentration der Produktion können wir unsere Investitionen lokal zentrieren und so die Innovationskraft unserer Produkte und Leistungsangebote schlagkräftig ausbauen“, so Michael Nick, Geschäftsführer von Senator. „Die Prozesse werden effizient verschlankt, und die Auslastung am Stammsitz in Groß-Bieberau kann weiter erhöht werden.“ Dort verfügt Senator über eine eigene, hoch spezialisierte Produktion für Kunststoffschreibgeräte. Von der Konstruktion über die Produktion, Montage, Druck bis hin zur Logistik bildet Senator die gesamte Wertschöpfungskette im eigenen Haus ab. In den vergangenen Monaten hat das Unternehmen den Logistikprozess optimiert und eine hocheffiziente Supply Chain geschaffen. Damit ist Senator in der Lage, flexibel und in kürzester Zeit die weltweiten Märkte aus Deutschland heraus zu bedienen. Die Tochtergesellschaft in Polen bleibt als Vertriebsstandort bestehen. Dazu habe man sich entschlossen, da der polnische Markt und angrenzende Länder bereits seit Jahren erfolgreich aus Polen betreut werden, heißt es aus dem Unternehmen. www.senatorglobal.com



Der Stammsitz in Groß-Bieberau, Deutschland.

SWIWA UND SWIPRO

ROMANA PRAËL IST NEUE MARKETINGLEITERIN

Als neue Marketingleiterin engagiert sich seit Jahresanfang 2012 Romana Praël bei der Swiwa-Gruppe, München. Romana Praël verfügt über eine langjährige Erfahrung im



Romana Praël

Bereich Marketing und Vertrieb und war zuletzt in verantwortlichen Positionen internationaler Unternehmen tätig. Bei Swiwa ist Romana Praël für die strategische Entwicklung neuer Produkte und innovatives Design mitverantwortlich. Gleichzeitig soll sie die Marktposition des Unternehmens, insbesondere in Ost-Europa, ausbauen.

www.swiwa.de – www.swipro.de

HERZOG PRODUCTS GMBH

JÖRG-PETER HELMERS VERTRITT ZOGI



Jörg-Peter Helmers

Jörg-Peter Helmers vom Handelsunternehmen Brand-IDcompany übernimmt ab sofort die Handelsvertretung des Unternehmens Herzog Products GmbH und dessen Eigenmarke ZOGI.

ZOGI steht für trendige Produkte im Elektronikbereich, Multimedia und vieles mehr – bis hin zu made in Germany. Über interessante Produkt-Konzepte bis zum „normalen“ Stick findet der Werbemittelhandel hier zahlreiche Anregungen für die erfolgreiche Promotionsaktionen.

Kontakt: Mobil: +49 160 90685574

Tel.: +49 2841 8814233

E-Mail: helmers.brand-id@email.de

www.herzog-products.de

DOPPELTES GLÜCK BEI JUNG

SILKE UND SILKE

Beim Vaihinger Süßwarenspezialisten Jung Bonbonfabrik ergibt sich im Vertrieb für das PLZ-Teilgebiet 8 sowie für die Länder BE, PL, HU, RO, GR, RUS, SL sowie Asien und Afrika eine personelle Veränderung: Nach über zehn Jahren beispielhafter



Silke Hinger (r.) übergibt an Silke Gutjahr.

Mitarbeit bricht ein neuer Lebensabschnitt für Silke Hinger an – sie wird sich fortan ihrer Mutterrolle widmen. Zum 13. Februar übergab sie deshalb ihr Verantwortungsbereich an Silke Gutjahr, die nach verkürzter, zweieinhalbjähriger Ausbildungszeit bei Jung und intensiver Einarbeitung in der Vertriebsabteilung gut gerüstet ist. Die Kontaktdaten verändern sich nur beim Namen und damit bei der E-Mail-Adresse (s.gutjahr@jung-europe.de), Telefon- und Faxnummer übernimmt Silke Gutjahr von Silke Hinger. www.jung-europe.de

KÖSSINGER AG

OLIVER WEFERS NEUER
BETRIEBSLEITER

Oliver Wefers ist neuer Vertriebsleiter der Kössinger AG aus Schierling. Das neue Mitglied des Führungsteams kommt aus dem Lösungsgeschäft und verantwortete dort den Bereich Vertrieb und Marketing. Er verfügt über eine langjährige und von nachhaltigem Erfolg geprägte Vertriebserfahrung. „Der Ausbau von effizienten Strukturen sowie höchste Kundenzufriedenheit mit zahlreichen Mehrwerten für den Händler in Deutschland, Österreich, der Schweiz und im gesamten europäischen Ausland stehen auf meiner Agenda an erster Stelle“, so Oliver Wefers. In seiner Position als Vertriebsleiter PSI hat er zum 1. Februar 2012 die Leitung sämtlicher Vertriebsaktivitäten von seinem Vorgänger Hans-Georg Nientiedt übernommen.

www.koessinger.de



Oliver Wefers

KMS KAFITZ MEDIENSERVICE GMBH
NEUER PROFI BEI KMS

Shahin Imani ist bei KMS Kafitz Medienservice der neue Ansprechpartner für die Werbeartikelbranche. Der 35-jährige Key Account Manager konnte sich seit 1996 in vielen Ausbildungs- und Berufsjahren ein umfangreiches Wissen im betriebswirtschaftlichen Bereich aneignen. „Bei der KMS handelt es sich um ein Familienunternehmen. Dieser Umstand und das persönliche Gespräch mit der Geschäftsleitung war ausschlaggebend für mein Engagement“, so Imani. www.kms.eu



Shahin Imani

ERFOLGREICHE SPENDENAKTION

HILFE FÜR KINDER MIT SCHWERSTBEHINDERUNG

Lobenswert, wenn Unternehmen mit ihrem Engagement gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen und etwas vom eigenen Erfolg weitergeben: Insgesamt 2000 Euro überreichten die Firmen Club Cawatte Crefeld, easy Gifts, elasto form, Eurostyle, Kalfany Süße Werbung, Macma sowie World of Textiles im Anschluss an ihre erfolgreiche Spendenaktion dem Verein Elternhilfe für Kinder mit Rett-Syndrom in Deutschland e.V. Das Rett-Syndrom ist eine genetisch bedingte geistige und körperliche Schwerstbehinderung. Die sieben Unternehmen, die Ende 2011 im Rahmen ihrer Roadshow an insgesamt acht Standorten in Deutschland, Österreich und Tschechien dem Werbemittelhandel Einblicke in ihr Portfolio gewährten, hatten sich kurzerhand zu dieser Spendenaktion bereiterklärt und mit Hilfe der vielen Besucher über 1600 Euro zusammengetragen. Anschließend griffen alle Beteiligten noch einmal ins eigene Portemonnaie und rundeten den Spendenbetrag auf glatte 2000 Euro auf, die anschließend an die Verantwortlichen des gemeinnützigen Vereins weitergeleitet wurden. Das gesammelte Geld kommt zu 100 Prozent den Familien mit am Rett-Syndrom erkrankten Kindern zugute.



WELCOME HOME 2012

TERMINE STEHEN FEST

Die neuen Termine für die Eventserie Welcome Home stehen fest. 2012 geht die erfolgreiche Veranstaltung für Werbemittel-Enthusiasten bereits ins dritte Jahr. Erneut laden acht renommierte Werbeartikellieferanten zu sich nach Hause ein. An fünf Firmenstandorten sowie in Hamburg und München halten die Welcome-Home-Partner eine Vielzahl an spannenden Angeboten bereit. Schon vor der PSI Messe haben Interessierte die Möglichkeit, Neuheiten des kommenden Jahres zu begutachten, bei ausführlichen Führungen Hintergrundinformationen über die Partnerfirmen zu sammeln und neue Produktionstechniken zu bestaunen. Bei Leckereien aus der Region können in entspannter und persönlicher Atmosphäre intensive Gespräche geführt und Kontakte belebt werden. Besucher der Welcome-Home-Events profitieren außerdem vom 1100-Euro-Bonus, der auf alle gezeigten Neuheiten angewendet werden kann. Das exklusive Bonusangebot gilt jetzt sogar bis zum 15. September 2013, und dies für jeden einzelnen Besucher.

www.welcome-home-2012.de

TERMINE UND STANDORTE

04.12.2012	Senator GmbH & Co. KGaA, Groß-Bieberau
05.12.2012	München, Eventlocation
06.12.2012	Jung Bonbonfabrik GmbH & Co KG, Vaihingen/Enz
10.12.2012	Hamburg, Eventlocation Edelfettwerk
11.12.2012	Senator GmbH & Co. KGaA, Lemgo
12.12.2012	LM Accessoires GmbH, Köln
13.12.2012	Geiger Aktiengesellschaft, Wiesbaden
Die Veranstaltungen beginnen um 12 Uhr.	

BWL NEWSWEEK 2012



Vom 3. bis 15. Mai 2012 machen sich rund 90 Lieferanten anlässlich der 10. Newsweek des Bundesverbandes Werbeartikel-Lieferanten (BWL) auf den Weg zu einer Deutschland-Tournee, um Werbeartikelhändler und deren Kunden über aktuelle Trends und innovative Produkte zu informieren. Am 19. und 20. Juni 2012 folgen dann erstmals auch zwei Österreich-Auftritte. An insgesamt zehn Orten öffnen sich für die Gäste jeweils von 10 bis 18 Uhr ausnahmslos attraktive, verkehrsgünstig gelegene Locations. Den Beginn der Newsweek-Tournee markiert der Handelstag, der im Frankfurter The Square stattfindet, dem neuen Bau über dem Fernbahnhof am Frankfurter Flughafen. Hier gibt es ausreichend Zeit zur Vorabinformation, sei es um einen Überblick über Produktneuheiten zu gewinnen, die Gelegenheit zu Gesprächen mit den Lieferanten zu nutzen oder als Partneragentur die Besuche mit den Kunden detailliert vorbereiten zu können.

WACHSENDE RESONANZ

Das Konzept der Newsweek stößt von Jahr zu Jahr auf eine immer größere Resonanz. Jeder zweite der teilnehmenden Handelspartner nutzt die Newsweek inzwischen erfolgreich zur Neukundenakquise. Als Veranstalter übernimmt der BWL die gesamte Organisation und unterstützt die Handelspartner in allen Belangen. Den Teilnehmern stehen ein zweistufiges individualisiertes Mailing, ein Gästemanagement, eine Produktdatenbank und zahlreiche weitere Werbemaßnahmen zur Verfügung. Des Weiteren sorgt der BWL für einen individualisierten Messestand. Die Höhe des Kostenbeitrages bestimmen die teilnehmenden Händler selbst: Sie haben die Wahl, ob sie gegen Zahlung einer Pauschale oder aber über den Kauf von zumindest drei Eintrittskarten an der Newsweek teilnehmen und Industriekunden in ihrem Namen einladen. Die Zahlung einer Pauschale beinhaltet ein Kontingent von mindestens 50 Eintrittskarten, personalisierte Mailings, individuell gestaltete Empfangscounter und weiteres Equipment. Diejenigen, die die Veranstaltung lediglich mit einigen wenigen Kunden besuchen möchten, haben die Möglichkeit, eine beliebige Anzahl an Eintrittskarten – zumindest jedoch drei zum Paketpreis von 120 Euro – für sich und ihre Kunden zu kaufen. Jede weitere Eintrittskarte kostet 40 Euro. Kontakt: info@bwl-lieferanten.de. www.bwl-lieferanten.de <

BARTENBACH MARKETING SERVICES
ZWEI NEUZUGÄNGE

Der Werbemittelgroßhandel Bartenbach Marketing Services aus Mainz bekommt Vertriebs-Verstärkung durch Burkhard Bordiehn und Michaela Oesterle. Der 33-jährige Burkhard Bordiehn steigt als Sales Manager für den Bereich



Burkhard Bordiehn

Beratung und Vertrieb ein und blickt auf eine Karriere bei einem Werbemittelgroßhändler im Innen- und Außendienst sowie Erfahrungen im Anzeigenmarketing der Rhein-Main-Presse zurück. Bei der Bartenbach Marketing Services wird er Key-Account-Kunden übernehmen und sich um das Neugeschäft kümmern. Michaela Oesterle unterstützt das Team als Projektmanagerin und im Innendienst. Nach



Michaela Oesterle

Tätigkeiten als Printproduktionerin und Sachbearbeiterin in Druckereien in Frankfurt fungierte die 43-jährige zuletzt als Projekt-Managerin Werbemittel bei der Dewekon GmbH, dem Deutschen Werbemittelkontor in Schlagenbad. www.bartenbach.de <

GIVING EUROPE

OSCAR CABANELAS GONZALES
VERTRIEBSLEITER IN SPANIEN

Der europaweit tätige Werbeartikellieferant Giving Europe mit Hauptsitz in Tiel, Niederlande, hat den 33-jährigen Oscar Cabanelas Gonzales zum Vertriebsleiter seiner spanischen Niederlassung Giving Iberia in Barcelona ernannt. Cabanelas Gonzales blickt auf zehn Jahre Erfahrung in der Werbeartikelbranche zurück. Er war bereits für Antalis und BIC Graphic in verantwortlichen Positionen tätig und dabei unter anderem zuständig für Großbritannien, Skandinavien, Benelux



Oscar Cabanelas Gonzales

und Osteuropa. Die vergangenen beiden Jahre betreute er dort den spanischen und portugiesischen Markt. Cabanelas Gonzales ist in den Niederlanden aufgewachsen, spricht fließend Spanisch und ist bestens mit der südeuropäischen Kultur und Mentalität vertraut. „Aufgrund seiner umfassenden Branchenerfahrung und der Begeisterung für seine neue Aufgabe bin ich überzeugt, dass er die richtige Person ist, Giving Iberia in Zusammenarbeit mit dessen erfahrenem Team weiter erfolgreich voranzubringen. Trotz der momentan schwierigen wirtschaftlichen Situation stellt Giving Iberia seine Legitimation in Spanien und Portugal weiterhin unter Beweis. Die Niederlassung geht nun ins zehnte Jahr ihres Bestehens“, sagt Stef van der Velde, Geschäftsführer von Giving Europe. www.givingeurope.nl <

NEUE BRANCHEN-AWARDS

AUSZEICHNUNGEN FÜR MEHR QUALITÄT

Reed Exhibitions Iberia und Veredictas Internacional haben einen neuen Award für die Werbebranche sowie die Werbeartikel-Industrie ins Leben gerufen. Die Recordia Awards stehen für internationale Anerkennung herausragender Ideen und Werbemittel in Europa. Die neuen Awards sollen Auszeichnung sein für den hohen Qualitätsstandard in der europäischen Werbemittelindustrie. Aus diesem Grund haben die Expo Reclam als wichtige Plattform der Werbemittelbranche in Südeuropa und Veredictas Internacional, eine führende Agentur im Bereich der Qualitäts-Zertifizierung, ein gemeinsames Projekt gestartet, das der Branche ein internationales Symbol für beste Produktqualität und -Beratung bietet. Die Bezeichnung Recordia entstammt der Idee, die Begriffe „recall“ und „being remembered“ zusammenzuführen, Begriffe, die für Wiedererkennungswert und Nachhaltigkeit stehen. Das Logo ist eine Hommage an eine historische Werbekampagne der Marke Cinzano aus dem Jahr 1960. Ziel der Recordia Awards ist, nicht allein die Vorzüge eines Werbeprodukts als solches herauszustellen, sondern zudem die wechselseitigen Beziehungen zwischen Produkt und Werbeaussage, Innovation, Einbindung von Werbemitteln in eine Kampagne sowie weiterer strategischer Aspekte zu berücksichtigen. Die Recordia Awards werden daher in zwölf Kategorien vergeben, die verschiedene Arten der Werbung und Werbeartikel würdigen. Die Auszeichnungen werden erstmals im Rahmen der Expo Reclam 2013 vergeben. www.exporeclam.es <



MANUFACTURAS ARPE S.L.

HOHER BESUCH BEI ARPE

Im Februar dieses Jahres durfte sich die Geschäftsführung von Arpe sl, im spanischen Arenys de Munt beheimateter Spezialist für die Herstellung von personalisierten Leder- und Mikrofasereinigungstüchern, über hohen Besuch freuen: Jordi Pujol, der ehemalige Präsident und Gouverneur der Region Katalonien, suchte in Begleitung seiner Gattin, Marta Ferrusola, das Unternehmen auf, um sich vor Ort ein Bild vom Unternehmen und der Produktpalette zu machen. Pujol, in den Jahren von 1980 bis 2003 Oberhaupt des Unternehmens, nahm insbesondere die auf Qualität und Innovation ausge-



(V.l.n.r.): Joan Pera, Montse Pera, Jordi Pujol, Magdalena Gallemí, Marta Ferrusola sowie Joan Pera.

richtete Fertigung mit großem Interesse in Augenschein. Vor dem Hintergrund der in Spanien herrschenden Wirtschaftskrise zeigte sich das prominente Paar erfreut über die hohe Motivation, mit der die bei Arpe Beschäftigten und die Geschäftsführung des Unternehmens die künftigen Aufgaben angehen. www.arpe.es <

50. PSI MESSE

T-SHIRTS FÜR EINEN GUTEN ZWECK

Wer die 50. PSI Messe über den Nordeingang betreten wollte, kam auf dem Weg zur Halle 9 unweigerlich an einem Stand vorbei, an dem reges Treiben herrschte. Hier wurde nämlich gedruckt und zwar das PSI T-Shirt 2012. Für nur fünf Euro konnte ein bedrucktes Shirt in allen Größen für Kinder und Erwachsene erstanden werden. Die Einnahmen sind für das Kinderhospiz Regenbogenland in Düsseldorf gedacht. Diese Einrichtung ist ein Haus für Kinder, die wegen einer unheilbaren Erkrankung oder einer schweren Behinderung nur eine eingeschränkte Lebenserwartung haben. Die Kinder sagen schon jetzt allen Beteiligten herzlichen Dank, denn die Charity-Aktion war ein Gemeinschaftswerk mehrerer Sponsoren. Angefangen von den Druckmaschinen über das Personal und die Shirts bis hin zu den Farben – alles wurde von verschiedenen Firmen kostenlos zur Verfügung gestellt.



PSI MEDIA LOUNGE

INFORMIEREN, KOMMUNIZIEREN, RELAXEN

Auch in diesem Jahr wurde die PSI Media Lounge wieder von Mahlwerck Porzellan unterstützt, erstmals in einem etwas größeren Rahmen. Wer eine kurze Pause vom Messetrubel benötigte, konnte am gemeinsamen Stand von PSI und dem Spezialisten für Werbeporzellan in der Halle 9 Platz nehmen und wurde mit einer kostenlosen Tasse Kaffee verwöhnt. Außerdem waren hier die wichtigsten internationalen Fachmagazine der Werbeartikelindustrie wie z. B.



Counselor, dedica, display, PSI Journal, Regal Difussyo oder TVP zu haben. Serviert wurde der Kaffee in einem hochwertigen Porzellan- oder Coffee2Go-Becher von Mahlwerck, für den fünf Euro Pfand erhoben wurden. Da nicht alle Becher zurückkamen, konnte sich Ingo Möller, Creative Director und Brand Strategist von Mahlwerck, freuen, dem Verein für Menschen in Nürnberg wieder etwas Geld zur Verfügung stellen zu können. Aber nicht nur Kaffee und Informationsmaterial gab es, den Besuchern war es auch möglich, an kleinen Tischen Platz zu nehmen und in aller Ruhe ihre Mails zu checken. PSI hatte hierfür einen kostenlosen WLAN-Anschluss bereitgestellt.

MICX – MEDIA IN CONCEPT – GMBH & CO. KG
HANDELSPARTNER 2011 GEKÜRT

Traditionell im Rahmen der PSI Messe hat die micx – media in concept – gmbh & co. kg ihren „Handelspartner des Jahres“ gekürt. Diesmal ging die Auszeichnung an das Team der Gunnar Sprinkmann GmbH aus Bad Soden. „Die Würdigung kennzeichnet herausragende Leistungen in der Zusammenarbeit“, so Ingo Kaemper, der geschäftsführende Gesellschafter von micx. „Dabei bemessen unsere Bewertungskriterien zur Preiswürdigung nicht nur allein Umsatzvolumen, sondern gewichten auch die konzeptionelle und projektbezogene Beratungskompetenz unserer Handelspartner.“ Um so erfreulicher, dass Uwe König, als projektbetreuender Kundenberater der Gunnar Sprinkmann GmbH, die Trophäe in beiden Katego-



Ingo Kaemper (r.) überreicht den Preis an Uwe König.

rien entgegennehmen konnte und damit gleichzeitig auf die Piste zum micx-Ski-Event 2012 eingeladen wird. „Wir freuen uns über diese Auszeichnung, denn sie ist Bestätigung unserer konzeptionellen Leistung und unterstreicht unsere erfolgreiche Beratungskompetenz“, so Uwe König. www.micx-media.de

WIR SEHEN UNS AUF DER 51. PSI MESSE 2013

9. – 11. JANUAR 2013

www.psi-messe.com



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

LENSEN TOPPOINT MOBILER MESSESTAND



Außen Truck, innen Messestand: Der Lensen Toppoint-Truck.



Mit einem außergewöhnlichen „Messestand“ wartete Lensen Toppoint auf der diesjährigen PSI Messe auf. Auf dem Außengelände neben der Halle 12 stand ein blau-weißer Truck, der über einen Vorraum betreten werden konnte. Innen entpuppte sich das Ganze als einladender Präsentationsraum, in dem alle aktuellen Toppoint-Artikel präsentiert wurden. Der Toppoint-Truck fährt ansonsten durch ganz Europa, um diese Produkte zu zeigen, wobei ausgewählte Haltepunkte wie Messen, Hotels oder auch größere Kunden angefahren werden. So entstand die Idee zu diesem mobilen Messestand: Die Marketingexperten von Toppoint

hatten festgestellt, dass es Kunden oft nicht möglich ist, in den Firmensitz nach Holland zu kommen, und somit fährt eben Toppoint zu seinen Kunden. Der Produktionsprozess wird auf Monitoren gezeigt und es gibt außerdem Möglichkeiten, mit dem Toppoint Extranet zu arbeiten. Ein besonderer Gag: Wer den Truck irgendwo in Europa sieht und ein Foto davon einschickt, nimmt an einer Verlosung teil und kann einen attraktiven Preis gewinnen.

KMS KAFITZ MEDIENSERVICE GMBH ZEHN GLÜCKLICHE GEWINNER AUF DER PSI

Drei intensive Tage, zehn Gewinner: So lautet die vorläufige Bilanz der KMS-Messepräsenz auf der PSI in Düsseldorf. An den ersten beiden Tagen zog die „KMS-Glücksfee“ je fünf Gewinner. „Zwei Glückspilzen haben wir noch am Stand den Gewinn überreichen können“, freute sich Shahin Imani, der neue Key Account Manager für die Werbemittelbranche. Und dieser Gewinn konnte sich im wahren Sinne des Wortes sehen und hören lassen: Das KMS-Messteam lobte insgesamt zehn design- und formschöne Bluetooth-Boxen aus, die in den Düsseldorfer Messehallen ein wahrer Blickfang waren. Alle Gewinner, die nicht mehr direkt am Stand von ihrem Glück erfahren haben, bekommen ihren Gewinn nun per Post zugestellt. www.kms.eu



Ulrike Sistig von KMS überreicht dem glücklichen Gewinner Frank Szezan von idwerbung den Gewinn.

TECHNOLOGY FORUM IN HALLE 9 WIE KOMMT DAS FOTO AUF'S SHIRT?

Im Technology Forum in der Halle 9 der 50. PSI präsentierten verschiedene Aussteller aktuelle Techniken, Anwendungsbeispiele und Einsatzmöglichkeiten im Werbeartikelbereich, zum Beispiel zum Thema Siebdruck. Special Guest war erstmals der US-Amerikaner Charlie



Taublieb, seit über 20 Jahren Experte und Autor im Bereich des Siebdrucks. In „Charlie's Corner“ bot er Vorführungen und Vorträge und zeigte Möglichkeiten der Werbeanbringung auf. Als besonderes Highlight durften Besucher unter den Augen des weltweit anerkannten Experten ein eigenes T-Shirt bedrucken. Doch nicht nur Drucktechniken standen im Fokus des Technology Forums. Im Bereich der Prägung, Bestickung, Beflockung, Gravur oder auch Laserbeschriftung informierten ausstellende Firmen an ihren Ständen über neue Verfahren für dauerhafte und hochwertige Ergebnisse.



Gemeinsam erreichen wir mehr!



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

Weiterbildung für **alle** Branchenprofis

FORUM 2012

VON KOLLEGEN – FÜR KOLLEGEN – MIT KOLLEGEN

3.-5. Mai 2012 · Heilbronn



**Teilnahme auch für
Nichtmitglieder und Lieferanten
möglich!**

3. Mai

Exklusiv für bwg-Mitglieder:

Betriebsbesichtigung beim
Kalenderhersteller Baier & Schneider
mit anschließender
Nachtbesichtigung der Audi A6-Produktion

4.-5. Mai

Für alle Branchenprofis Seminare für Firmeninhaber & Mitarbeiter:

Social Media

Was? Wann? Warum? Wieso überhaupt?

Wirkt langanhaltend!

Die Kraft von **Unternehmenskultur**

Service & Qualität

Kann ich unseren Firmen-Erfolg beeinflussen?

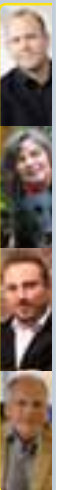
Branchen-EDV

Wie sieht die Entwicklung in 10 Jahren aus?

JETZT ANMELDEN

info@bwg-verband.de

Weitere Infos unter www.bwg-verband.de



Warum Mitglied werden?

- ➔ Netzwerk mit Kollegen
- ➔ Praxisnahe Weiterbildung
- ➔ Lobbyarbeit für den Werbeartikel
- ➔ Kostenlose Rechtsberatung

bwg Geschäftsstelle - Heinrich-Brüning-Str. 1a, 50969 Köln - info@bwg-verband.de



Gemeinsam mit 35 Ausstellern servierte Röhrs Werbe-Service beim 14. Känguru WerbeTag seinen Kunden einen Beutel voller Ideen.

RÖHRS WERBE-SERVICE GMBH

MARKEN MIT SPRUNGKRAFT

Qualifizierte Beratung rund um starke Marken – mit diesem Konzept inszenierten Horst Holzschneider und sein Team von der Ratinger Röhrs Werbe-Service GmbH 2012 den nunmehr 14. KänguruWerbeTag in bewährter Umgebung in Düsseldorf.

Seinen Kunden ideenreich auf die Sprünge zu helfen, ist seit jeher Motto von Horst Holzschneider, Geschäftsführer der in Ratingen nahe Düsseldorf beheimateten Röhrs Werbe-Service GmbH. Als Location für die traditionsgemäß zu Jahresbeginn initiierte Hausmesse war be-

reits zum fünften Mal nach 2008 das komplette dritte Stockwerk des modernen Gebäudes der Stadtparkasse Düsseldorf am Saum der mondänen Königsallee erste Wahl. Doch mit dem 14. KänguruWerbeTags 2012 endet diese Win-win-Beziehung: „Es ist an der Zeit, im nächsten Jahr et-

was Neues zu machen“, so Holzschneider, der sich indes nicht entlocken ließ, wo die 15. Auflage seiner Erfolgsveranstaltung dann residieren wird.

GUTE RESPONSE

Nachdem im Vorfeld rund 2000 Einladungs-Mailings an die Kunden gegangen waren, hatten sich schließlich 125 Firmen mit knapp doppelt so vielen Personen angesagt. Wie in den Vorjahren zogen wieder 35 Aussteller alles aus dem Beutel des pinkfarbenen Kängurus, was die Branche an Bewährtem, Originellem und Neuem zu bieten hat. Ein variantenreiches Angebot, das den Fachberatern rund um das Thema Werbeartikel an den Ausstellerständen schon am Vormittag den gewünschten Zulauf bescherte. Große Nachfrage gab es also allenthalben, besonders stark gefragt bleiben laut Holzschneider aber neben Dauerbrennern wie Taschen aus Lkw-Plane oder Notiz- und Kalenderprodukten etwa auch die Segmente Elektronikartikel, hochwertige Schreibgeräte und Textilien. Produkte zur Fußball-

EM standen indes nicht im Mittelpunkt: „Polen und die Ukraine sind einfach zu weit weg, das funktioniert nur, wenn eine EM oder WM im eigenen Land stattfindet wie 2006“, so Horst Holzschneider. Manch einer verteilte seine Interessen auf mehrere Felder: „Wir investieren in Produkte rund um die Schwerpunkte Freizeit, Technik und Berufsausbildung“, verrät Thomas Skambraks, seines Zeichens Hauptmann bei der Gruppe Personalgewinnung im Personalamt der Bundeswehr in Köln. Schließlich werden jährlich immer noch rund 17 000 junge Menschen für den Dienst bei der Bundeswehr rekrutiert.

POSITIV INS JAHR

Dass sich die Kundschaft in Sachen Werbebudget zurückhalten werde, wie vielfach etwa im Rahmen der PSI vermutet wurde, konnte Holzschneider für seine Veranstaltung nicht bestätigen: „Die Firmen machen immer noch genug Geld locker“, so der Geschäftsführer. „Das Orderverhalten hat sich, wie in den Jahren zuvor auch schon, leicht verändert, sodass statt 100 000 Schreibern vielleicht nur noch 30 000 sofort geordert werden, weitere Mengen folgen dann jedoch später im Jahresverlauf.“ Ganz gleich also, wonach gesucht wurde, bei Röhrs wurde König Kunde fündig, kompetent beraten und wie gewohnt mit feinem Catering verwöhnt. So traten am Abend etliche Kunden nach qualifizierter Beratung mit dem richtigen Partner im Gepäck die Heimreise an. <



Reges Interesse der Kunden: In der Stadtparkasse Düsseldorf hatten die Aussteller alle Hände voll zu tun.

HORST HOLZSCHNEIDER IM GESPRÄCH

Herr Holzschneider, wie schätzen Sie zu Jahresbeginn die Stimmung beim Industriekunden ein?

Sehr positiv. Die Leute machen ihr Geld locker und investieren wieder in Werbeprodukte. Man kommt zwar von den Großmengen etwas ab, ordert dafür aber mehrfach im Jahr.

Eine gute Marktlage aktuell also, an die sie hohe Erwartungen für das Geschäftsjahr 2012 knüpfen?

So kann man das nicht unbedingt sagen, schließlich wissen wir alle natürlich noch nicht, was sich wirtschaftlich in diesem Jahr noch ereignen wird. Ich persönlich aber, das ist richtig, bin positiv gestimmt und hoffe, dass wir im Vergleich zu 2011 etwas zulegen werden.



Horst Holzschneider





In der Umgebung des Essener Colosseum-Theaters trifft Alt auf Neu – ebenso wie im imposanten Innenraum der Event-Location.

PLAN CONCEPT DR. LICHTENBERG GMBH

GESCHÄFTIGES BUSINESS IN HISTORISCHEM AMBIENTE

Wenn die Planer von Plan Concept Dr. Lichtenberg etwas planen, kommt zumeist etwas Großes dabei heraus. So wie zuletzt im historischen Bau des Essener Colosseum-Theaters mit einer spektakulären Werbeartikel-Hausmesse, die sich über 500 Industriekunden nicht entgehen lassen wollten.

Mit dem Colosseum-Theater in Essen fiel die Wahl für die traditionelle, ein-tägige Hausmesse der Plan Concept Dr. Lichtenberg diesmal auf einen Ort, der die Kunden in eine atemberaubende Welt der Industrieromantik entführte. Über 500 Kunden von rund 340 Firmen hatten ihr Kommen zugesagt. Das großzügig bemessene Foyer bot den 46 Ausstellern die perfekte Plattform für eine motivierte Präsentation der Neuheiten im Sektor. Professionalität

auf hohem Niveau, in einer der schönsten Locations in Nordrhein-Westfalen. Moderne und Vergangenheit verschmelzen hier stilistisch zu einem atemberaubenden Raumeindruck – kühle Stahlkonstruktion und warmes Ambiente bilden die perfekte Symbiose aus bestaunenswerter Größe und gleichzeitiger Behaglichkeit.

GESCHÄFTIGES TREIBEN

Vom Start weg pulsierte das Geschäftsleben im Bauch des Gebäudes, in dem

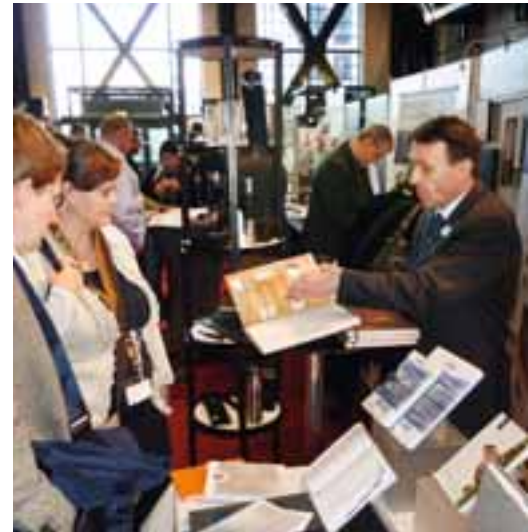
die Veranstaltung diesmal keines Mottos bedurfte: „Dieser Standort steht und spricht für sich und ist bereits für die nächsten drei Jahre fest gebucht – mit Option für weitere zwei Jahre“, so Christoph Ruhrmann, gemeinsam mit Stephan Speckbrück Leiter der Geschicke des Werbeartikelspezialisten. Längst ist die Produktschau der Essener und ihrer Lieferantenpartner fest im Markt etabliert. Das Konzept: Nähe zum Kunden schaffen über

ein breites Angebot an angesagten, originellen Werbemitteln und eine umfassende, kompetente Beratung im Full-Service. Gleich, ob die Kundschaft auf der Suche nach Standards wie Schreibgeräten oder Haftnotizen war oder sich eher auf das Angebot an Textilien, Elektronikartikeln oder Süßwaren fokussiert hatte, das Angebot ließ keine Wünsche offen. Für besonderes Interesse sorgten innovative Präsente, die mittels Lasertechnik komplexe Motive wie Städteansichten, Sportarten oder den Wald als kulissenartig hintereinander angeordnete Einzelmotive darstellen und diese so zu dreidimensionalen Bildkompositionen werden ließen. Und im Rahmen einer Präsentation modernster Drucktechnik bekam König Kunde darüber hinaus einen Einblick in das, was an werblicher Individualisierung heute möglich ist. Ein erstklassiges Catering rundete schließlich einen in jeder Hinsicht vielversprechenden Messetag ab.

MOTIVIERT UND OPTIMISTISCH

Mit entsprechender Lagerhaltung, Full-Service, Dependancen in Stuttgart für den süddeutschen sowie Münster/Osnabrück für den norddeutschen Raum und Ritzenhoff als Industrie-Vertretung ist die „Speckbruck-Ruhrmann-schaft“ bestens aufgestellt. Positiv für das Geschäftsjahr stimmt die hohe Zahl an Streckenkunden mit durchlaufenden Posten, mit denen Plan Concept Dr. Lichtenberg seit Jahren gute Umsätze verzeichnet: „Ich bin sehr optimistisch für dieses Jahr, was vor allem mit dem Team zu tun hat, das mit Lust an der Arbeit an die Sache herangeht und mich richtig stolz auf den Laden macht“, blickt Stephan Speckbruck bereits voraus. Nicht zuletzt übertreffe auch der erst vor sechs Monaten ins Leben gerufene Online-Shop die in dieses Geschäft gesetzten Erwartungen. Im nächsten Jahr feiert das Unternehmen 20-jähriges Bestehen. Man darf gespannt sein und sich darauf freuen, was Ruhrmann, Speckbruck und Co. dann wieder aus dem Hut zaubern werden.

www.werbeartikel.tv



Große Produktvielfalt und kompetente Beratung: Die 46 Aussteller hatten viel zu tun.

CHRISTOPH RUHRMANN UND STEPHAN SPECKBRUCK IM GESPRÄCH

Wie schätzen Sie derzeit die Stimmung beim Industriekunden ein?

Christoph Ruhrmann: Gut, läuft alles normal. Nach vorangegangenen Krisen wie 2008 stumpft der Mensch ab und begegnet neuen Krisen mit Langmut. Wir sind natürlich auf einen starken Binnenmarkt angewiesen, der das eigene Geschäft mit Werbung ankurbeln muss.

In welchem Produktsegment gab es rückblickend auf 2011 besonders starke Zuwächse?

Stephan Speckbruck: Süßigkeiten. Das war prägnant. Wir hatten hier signifikant stärkere Umsätze, auch hinsichtlich Sonderanfertigungen. Und diese nicht nur zum Weihnachtsgeschäft.

Beim Vergleich zwischen Produkten „made in Germany“ und der Asien-Produktion – Asien ist preisbewusster geworden, ergo teurer – sind deutsche Produkte im Aufwärtstrend?

Christoph Ruhrmann: Ich würde eher sagen, dass europäische Produkte im Aufwärtstrend liegen, nicht allein deutsche. Aber auch in Osteuropa sind die Lohnkosten gestiegen, ähnlich wie in Asien, wo die deutlich gewachsene Nachfrage im Binnenmarkt sich nachteilig auf das Exportgeschäft ausgewirkt hat, mit höheren Preisen und verschlechterten Lieferbedingungen.

Ihre Erwartungen für das Geschäftsjahr 2012?

Stephan Speckbruck: Ich bin da sehr optimistisch. Das hat mit der Lust an der Arbeit und unserem Team zu tun. Wir sind sehr stolz auf den Laden.



Die Macher von Plan Concept Dr. Lichtenberg: Christoph Ruhrmann (l.) und Stephan Speckbruck.



25 JAHRE TOP DISPLAY

FRISCHER START INS JUBILÄUMSJAHR

Mit Displays fing alles an. Und diese erinnern im Firmennamen noch an die Anfänge. Im Verlauf des vergangenen Vierteljahrhunderts hat sich das Hamburger Unternehmen top display indes längst zum renommierten Werbemittelspezialisten gemausert. Mit „SpringView“ startete man nun erfolgreich ins Jubiläumsjahr.

Noch größer als auf den zurückliegenden Hausmessen waren Andrang und Interesse bei der jüngsten Veranstaltung in den eigenen Räumlichkeiten. 150 Kunden aus 102 Unternehmen haben die 16 top-display-Werbeartikelhersteller und zehn Mitarbeiter von morgens bis abends

gefordert. Auch diesmal setzte das Team von top display auf typisch hanseatisches Understatement. Konzeption und Ausführung kommen ohne vordergründige Effekte oder im Trend liegende Stilelemente aus und finden vielleicht gerade deswegen so großes Echo bei den Geschäftspartnern.

LIEBE ZUM DETAIL

Stilvoll und mit viel Liebe zum Detail hatte man zum „SpringView 2012 – frische Ideen & neue Produkte“ Büros und Präsentationsflächen am Firmensitz im Winterhuder Weg 82 in attraktive Ausstellungsräume verwandelt. Überall prangte dezent, doch wohl platziert dem Motto entsprechend bunter Flor vor dessen Hintergrund die kooperierenden Lieferanten ihre blütenfrischen Neuheiten zeigten und erläuterten. Auch diesmal gab es Stationen, an denen die Besucher mit den Herstellungswie Individualisierungstechniken der Produkte vertraut gemacht wurden. So erfuhr man zum Beispiel, dass ein „gewöhnlicher“ Schirm aus immerhin 200 Einzelteilen zusammengesetzt ist, die in einer Vitrine anschaulich nebeneinander platziert waren. Einheitlich auf das Flower-Power-Ambiente abgestimmte Give-aways rundeten den stimmigen Gesamteindruck ab.

UNMITTELBARER KUNDENKONTAKT

Die Art und Weise der speziellen top-display-Präsentation hat Methode und kommt an – und zwar bei Ausstellern wie Besuchern. „Wir sind der Überzeugung und erfahren es auf unseren Veranstaltungen stets aufs Neue, dass der persönliche Kontakt mit unseren Kunden hier im vertrauten Arbeitsumfeld viel unmittelbarer, ja unkomplizierter verläuft als in einer externen Location. Die Atmosphäre ist spürbar lockerer, gelöster als in fremder Umgebung“, so Gordon Daub, der mit Beginn des Jubiläumsjahres die Geschäftsführung von seinem Vater Hans Daub übernommen hat.

STIMMIGES KONZEPT

Erfolg und Stimmung bestätigen die Einschätzung des neuen top-display-„Steuermanns“: „Zwar haben wir im Vorfeld schon ordentlich ‚getrommelt‘, aber der enorme Zuspruch hat uns dann doch überrascht. Bereits am frühen Nachmittag hatten wir die gesamte Gästezahl unserer Hausmesse vom letzten Herbst überschritten. Trotzdem bleibt genügend Zeit, uns mit den Kunden zielgerichtet über neueste Produkte, Trends und Werbekonzepte auszutauschen.“ Ideen, Anregungen und Anreize dazu gab es jedenfalls genug auf der

top-display-Gründer Hans Daub (Mitte) mit seinem Nachfolger. Gorden Daub weiß auch schon genau, wo's langgeht.



Das Jubiläumsteam von top display zusammen mit den Lieferantenpartnern.

„SpringView“. Ein Gewinnspiel, bei dem es die Anzahl der Dekoblumen zu schätzen galt, versprach attraktive Preise. Und eine „Katalogkarte“, auf der die Gäste ihre Favoriten markieren konnten, erleichterte den Umlauf im wahren Wortsinn, denn die gewünschten Produktregister wurden so erst bei der Verabschiedung in die Tasche gepackt.

VERLÄSSLICHER PARTNER

„Erstmals in der noch jungen Geschichte unserer Hausveranstaltungen haben Kunden auf der Veranstaltung erste Aufträge platziert“, freut sich Geschäftsführerin Barbara Söhngen. Von Ausstellerseite war die Bewertung der Hausveranstaltung einstimmig: Die Vielzahl interessierter Kunden und die Qualität der Beratungsgespräche bestätigen aus ihrer Sicht das Konzept der „top display Hausveranstaltungen“. Für das neue Geschäftsführungsteam Gorden Daub und Barbara Söhngen war es ein gelungener Start ins Jubiläumsjahr, das noch ei-

niges erwarten lässt. „Mit frischem Wind werden wir im Jubiläumsjahr weitere Überraschungen präsentieren“, so Gorden Daub. „Zunächst jedoch steht die Bearbeitung der platzierten Aufträge und der Vielzahl von Anfragen und Angebotserstellungen von der Veranstaltung im Vordergrund. Mit unserer Beratungskompetenz, kundenorientiertem Denken und Kreativität werden wir unser Leistungsangebot kontinuierlich ausbauen. Wir wollen nicht nur weiterhin für unsere Kunden und Hersteller ein verlässlicher Partner sein, sondern zukunftsorientiert neue Kunden gewinnen und erfolgversprechende Geschäftsfelder erschließen“, erklärt Gorden Daub seine mittelfristige Zielsetzung für die Entwicklung von top display. Am Ende des Jahres soll eine weitere Veranstaltung mit dem Thema „top display – unerwartet & anders“ folgen und einen würdigen Abschluss des Jubiläumsjahres bilden. Man darf gespannt sein.

www.top-display.de



Hans Daub überreichte seinem Sohn Gorden Daub zur Übernahme der Geschäftsführung symbolisch einen „Guardian dog“.

Getreu dem Motto prangte überall Blumendekor.





Per Scanner werden alle Stickdaten direkt in die Maschine übertragen.

ZIPON: STICKXPRESS FÜR WERBEARTIKEL-AGENTUREN

SAP KANN JETZT AUCH STICKEN

Die Textilveredelungs-Spezialisten von zipOn aus Castrop-Rauxel haben ein völlig neues Tool mit dem Namen stickXpress für den Stickbereich entwickelt. Es passt optimal zu Full-Service-Werbeartikelagenturen, die für ihre Kunden eine online unterstützte Bestellung anbieten.

Mit stickXpress bietet zipOn für seine Kunden ein Shopsystem mit möglichen Schnittstellen zu SAP oder SAP-ähnlichen Warenwirtschaftssystemen an, also zu solchen Programmen, die von den meisten großen Industriekunden eingesetzt werden. Dabei wird stickXpress an das gewünschte Shopdesign, neutral oder im Kundendesign, angepasst. Der Full-Service-Kunde kann so mit wenigen Mouseklicks seine definierten, zu bestickenden Textilien bestellen – ohne Mindestbestellmenge. Idealerweise liegen die Textilien bei zipOn schon am Lager oder werden über das Modul direkt bei Standardtextillieferanten wie Hakro, New Wave, ID, Textet, Falk & Ross bei Auftragserteilung bestellt. Das bedeutet niedrige Lagerbestände, höchste Flexibilität und damit geringe Kosten für den Full-Service-Anbieter und seine Kunden.

IDEAL FÜR NAMENSBESTICKUNG
„Ideal ist das stickXpress-Angebot unter anderem für die Einzelnamensbestickung von Arbeitskleidung oder dies in Kombination mit einem zu stickenden Logo. Der Name des Mitarbeiters oder das Logo des Kunden wird bei Eingabe in die entsprechenden Shopfelder automatisch als Stickdatei zum Auftrag angelegt und über den

Barcode verknüpft. An der Maschine treffen sich Textil und Name wieder und werden ‚verheiratet‘. Die Maschinen laufen über eine Scannereinrichtung, welche die Barcodes bzw. RFID-Chips auf den Textilien liest und die Stickprogramme automatisch mit entsprechender Farbzuzuweisung in die Maschine lädt. Eine Verwechslung der Textilien oder Buchstaben und Logo durch menschliche Übertragungsfehler ist nicht mehr möglich. Dies alles gibt es in bewährter zipOn-Qualität bei extrem schneller Lieferung“, erläutert Geschäftsführer Mark Busche.

stickXpress.de

NEUE MASSSTÄBE
Bei zipOn ist man von der Effizienz des neuen Systems überzeugt. Thomas Drees, ebenfalls Geschäftsführer: „stickXpress setzt Maßstäbe, die bisher in keiner Stickerei in Deutschland und Europa zum Einsatz kommen. Dies zu entwickeln, war langwierig, zeitaufwändig, personalintensiv und damit sehr kostenintensiv. Wir sehen es jedoch als Investition in die Zukunft, um auch weiterhin unseren Kunden Leistungen und Service auf extrem hohen Niveau bieten zu können.“ Mark Busche ergänzt: „Durch die enorme Arbeitserleichterung und Zeitersparnis auf allen Seiten – bei zipOn, Werbeartikelhändlern und Industriekunden – spielt der Preis der Stickerei nur noch eine untergeordnete Rolle. Wer das System verstanden hat, realisiert, dass die Ersparnisse aufseiten der entsprechenden Kostenstellen das relevante Thema ist.“ Das Internet ist in der Stickerei angekommen – zumindest bei zipOn.

Die neue stickXpress-Box.



www.zip-on.com



Ein glänzendes Outfit!

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



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



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

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

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



„SESSION BY IMPRESSION“-TOUR

ERFOLGREICHE PREMIERE

Vom 30. Januar bis 9. Februar tourten die vier Werbemittel-spezialisten Giving Europe, reisen-thel, Nestler-matho und Häusser Europe erstmals gemeinsam durch acht Städte, im Gepäck die Neuheiten für das laufende Jahr. Ein Premiere, die großen Anklang fand.

Roadshows gibt es in der Branche mittlerweile viele. Aber keine findet Anfang des Jahres, also direkt nach der PSI, statt. Eine Lücke, die nun die vier Lieferanten Giving Europe, reisen-thel, Nestler-matho und Häusser Europe geschlossen haben. Zusammen machten sie sich auf den Weg, um Kunden in ganz Deutschland und Österreich zu besuchen. Präsentiert wurden die neuesten werbestarken Produkte des Jahres. „Nicht selten besteht nach der PSI Messe weiterer Informationsbedarf zu den dort vorgestellten Neuheiten. Das haben wir erkannt und mit der

„Session by Impression“-Tour Abhilfe geschaffen“, erklärt Bernd Schädlich von der Häusser Europe OHG.

FRUCHTBARE GESPRÄCHE

Als Bühne für die Präsentation der Neuheiten 2012 hatten sich die Roadshow-Partner für zentral gelegene Hotels in Wien, München, Stuttgart, Frankfurt, Neuss, Bielefeld-Rietberg, Leipzig und Hamburg entschieden. Hier boten die Lieferanten ihren Kunden einige inspirierende und angenehme Stunden. Unter der fachlich kompetenten Beratung der Aussteller ließen sich die Roadshow-Besucher ausführlich

über die dreidimensionalen Werbeträger informieren. Damit war der Nutzen der kommunikativen Veranstaltung aber noch nicht erschöpft. „Wir präsentieren dem Werbeartikelhandel nicht nur die neuesten Produktideen sowie Trends direkt ‚vor der Haustür‘. Auch der intensive und persönliche Austausch steht bei der Roadshow im Mittelpunkt“, so Schädlich. Dass die intensiven Gespräche gut und gerne angenommen wurden, zeigte die zum Teil lange Verweildauer der Besucher an den Ständen.

POSITIVE BILANZ

Das Konzept der Roadshow stieß allseits auf Zustimmung. So erklärte beispielsweise Roadshow-Besucher Jürgen C. Neubert, Inhaber der Jürgen Neubert Handelsvertretungen CDH: „Für mich hat sich der Besuch der Roadshow insbesondere deshalb gelohnt, weil ich in diesem Jahr nicht auf der PSI war. Auf der Veranstaltung habe ich neue Produkte gesehen und kennengelernt.“ Auch die Aussteller zogen bereits auf der vierten Station der Roadshow eine positive Zwischenbilanz: „Wir sind mit der



Premiere sehr zufrieden“, so Stefan Müller von der Giving Europe GmbH. „Mehr als 200 Zusagen sind für unsere erste Roadshow eingegangen, das entspricht circa 350 Personen. Ein schöner Zulauf, der unsere Vorstellungen weit übertroffen hat.“ Aufgrund der guten Resonanz soll die Tour im nächsten Jahr fortgesetzt werden. Für die zweite Auflage der Roadshow will das „Gründerteam“ dann sogar weitere Partner mit ins Boot holen. <

SEE YOU AT **51st PSI SHOW 2013**

9. – 11. JANUARY 2013

www.psi-messe.com



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



GRÜN, FAIR, BIO MIT REINEM GEWISSEN

Verantwortlich handeln heißt, die Lebensgrundlagen des Menschen zu erhalten. Dies setzt den Schutz der Natur voraus. Mit Hilfe alternativer Konzepte wie der Energieerzeugung aus erneuerbaren Quellen werden neue Wege beschritten. Auch die Branche bietet Produkte für eine Werbung mit reinem Gewissen.

Was der Mensch im Umgang mit seiner Umwelt oft vergisst: Er ist selbst ein Teil der ihn umgebenden Natur und trägt die Verantwortung zum Erhalt einer lebenswerten Umgebung. Die zuletzt beherrschenden konjunkturellen Themen haben die Sorge um diese Umwelt ein wenig in den Hintergrund gedrängt. Doch auch die Wirtschaft ist eng verzahnt mit der Natur. War und ist es bislang in vielen Teilen der Erde noch immer so, dass die Wirtschaft auf Kosten der Natur agiert, so setzen andere Kräfte im Zuge globaler Erwärmung auf nachhaltiges Wirtschaften mit der Natur. Dass es sich auch auf diese Weise erfolgreich wirtschaften lässt, zeigen zahllose Beispiele auf regionaler und lokaler Ebene. Die Ausbeutung der Ressourcen und somit einen Kollaps des globalen Ökosystems wie die damit verbundene Zerstörung der Lebensgrundlagen zu stoppen, wird eine der großen Aufgaben dieses Jahrhunderts sein. Kleine, in ihrer Summe jedoch auch (werbe)wirksame Beispiele, die einen Beitrag dazu leisten, stellen wir Ihnen auf den nächsten Seiten vor.





GRÜNE PRODUKTE – INDIVIDUELL, FAIR UND NACHHALTIG



Kai Reimers

Grüne Produkte sind Trend, Hype, Bekenntnis – und wirkungsstarke Werbeartikel. Wer sie produziert und einsetzt, zeigt ökologische und soziale Verantwortung. Wir sprachen mit Kai Reimers von Neutrac.com Aps über die „grüne Welle“. Der dänische Textilhersteller produziert hochwertige Produkte nach dem höchstmöglichen ethischen und ökologischen Standard.

Nachhaltige Produkte standen die letzten Jahre hoch im Kurs. Wie ist die Akzeptanz aktuell?

Die Akzeptanz steigt stetig. Vor allem haben nachhaltige Produkte den Weg raus aus der „Müsl-Ecke“ gefunden – hin zum sogenannten „grünen Lifestyle“, der von gutverdienenden, für die Industrie sehr interessanten Konsumenten gelebt wird. Es gehört mittlerweile fast schon zum Selbstverständnis, Produktionsbedingungen, Herkunft und Langlebigkeit eines Produktes zu hinterfragen. Wobei wir in Deutschland da noch nicht so weit sind wie Großbritannien, wo weit mehr Produkte bspw. das „Fairtrade“-Siegel tragen.

Was passiert, wenn Anwender von Werbeartikeln auf Produkte setzen, die lediglich ein grünes Mäntelchen tragen? Also nicht so grün sind, wie man behauptet.

Entdeckt der Endverbraucher unter dem grünen Mäntelchen einen nicht-grünen Werbeartikel, ist der Imageschaden des Schenkenden immens – besser, er hätte

kein oder ein konventionelles Werbemittel eingesetzt. Der Kunde hat ein Recht darauf, nicht in die Irre geführt zu werden. Er guckt heute – Gott sei Dank – sehr genau, ob sich unter dem grünen Mäntelchen auch ein grünes Produkt versteckt. Dies ist aber oft nicht so einfach zu erkennen. Der Begriff „Bio“ ist beispielsweise im sehr sensiblen Textilbereich eben nicht so klar definiert und abgegrenzt wie im Lebensmittelbereich. Daher vertrauen Kunden heute zu Recht auf Zertifikate und Siegel wie ‚Fairtrade‘, ‚GOTS‘, um wirklich sicher gehen zu können, für den Mehrpreis auch einen wirklichen, nachvollziehbaren Mehrwert zu erhalten.

Gibt es bevorzugte Einsatzgebiete für nachhaltige Produkte?

Bevorzugt nachgefragt werden solche Produkte sicherlich immer dort, wo ein Produkt nah am Menschen ist wie Lebensmittel, Textil, Kosmetik. Aber auch in anderen Bereichen sind sie natürlich auf dem Vormarsch. Die Kunden schreckt manchmal ein vermeintlicher Mehrpreis ab. Betrachtet man die Langlebigkeit, die geringeren Auswirkungen auf Natur und Mensch – haben nachhaltige Produkte sogar oft ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis!

Muss man nachhaltige Produkte im Portfolio haben, um im Wettbewerb dabei zu sein?

Nein, man muss sie sicherlich nicht zwingend im Sortiment haben. Aber man sollte vorbereitet sein – immer mehr Kunden fordern Nachhaltigkeit. Große Konzerne setzen in den letzten Jahren verstärkt auf Nachhaltigkeit und Corporate Social Responsibility (CSR). Hier sind wir als Werbemittel-Branche in der Kundenkommunikation gefordert. Oftmals denken Kunden auch gar nicht daran, dass sie auch – und gerade – durch ihre Werbemittel ihre Positionierung zu Nachhaltigkeit glaubhaft transportieren können. <



Die Öko-Dose!

HPL823



ÖKO-TEST
RICHTIG GUT LEBEN

Lock & Lock Frischhaltedose
HPL823, 870 ml

sehr gut

Ausgabe 09/2011



Inhaltsstoffe: sehr gut!

Haltbarkeit: sehr gut!

Gesamturteil: sehr gut!

Getestet wurden 15 Frischhaltedosen, davon erhielten 2 die Note „sehr gut“.

„Öko-Test“-Sonderdruck anfordern:

katja.clauberg@isi.at

www.lockandlock.info





LANGLEBIG UND UMWELTBEWUSST

Eco-promo, Spezialist für innovative und zugleich ökologische Werbeartikel, präsentiert mit seinen vorbedruckten Baumwolltaschen mit dem Fairtrade-Siegel, gefertigt aus 100 Prozent ungebleichter Baumwolle, eine attraktive Kollektion langlebiger Einkaufshelfer. Die stilvollen Alternativen zur Plastiktüte sehen besser aus und schlagen ihr weniger umweltfreundliches Pendant um Längen. Neben den langen, farbigen Henkeln fällt der aufgedruckte Umweltschutzgedanke unmittelbar ins Auge: Drei Designs sind erhältlich, mit Betonung auf den unterschiedlichen Materialqualitäten und der Möglichkeit, über eine entsprechende Werbeanbringung für eine aufmerksamkeitsstarke Ergänzung sorgen zu können.

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

HEISS AUF NATURPRODUKTE

Wer sagt, dass Zündhölzer unbedingt namensgemäß aus Holz sein müssen? Dass dem nicht so ist, beweisen die Zündprodukte von AS Advertising, die sich ideal als Mailing-Verstärker oder auch als aufmerksamkeitsstarke Streuartikel eignen. Dem gestiegenen Umweltbewusstsein entsprechend werden die Feuerspender aus dem Sortiment der Norddeutschen aus Karton und Zündspänen aus 100 Prozent Altpapier hergestellt. Dennoch wird eine hohe Druckqualität garantiert. Die Zündköpfe gibt es entweder dem Öko-Look konform in Grün oder aber in einigen anderen Farben.

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



1:0 FÜR DIE NATUR

Unter dem Motto „Natürlich, biologisch, grün“ bringt Holz-Fichtner einen vollständig aus Holz gefertigten Aktenkoffer für den Werbemittelbereich auf den Markt. Das neue Produkt ist etwas für Fußball-Fans: Von außen ein Koffer, erinnert das Innenleben des Gepäckstücks an das Fußballjahr 1954. Schließlich verfügt es innen über eine rasengrüne Ausstattung mit Spielfeld und ein Extrafach unter dem Kofferdeckel, das als typisches Trikot im Retro-Design gestaltet ist. Wahlweise ist der Koffer in Vogelaugenahorn-, Nusswurzelmaser- und Mahogany-Ausführung lieferbar.

41782 • Reiner Fichtner • Tel +49 921 789510
info@holz-fichtner.de • www.holz-fichtner.de

-Anzeige-

TOPPOINT®

EXTRANET

Ihr eigenes Angebot innerhalb von wenigen Minuten mit Ihren Konditionen, welches Sie direkt an Ihren Kunden weiterschicken können



GRÜNE MÜNZE

Green Coin ist eine Produktidee von e+m Holzprodukte und passt in alle gängigen Einkaufswagen. Der Clou: die Wahl des Materials, FSC-zertifiziertes Holz. Die Vorderseite ist auf Wunsch mit dem Kundenlogo bedruckbar, die Rückseite mit dem FSC-Logo gelasert. Erhältlich ist sowohl eine glatte Variante als auch eine mit einem Loch für die Befestigung am Karabinerhaken. Geliefert wird Green Coin in einer bedruckbaren Einzelverpackung oder lose ab 500 Stück.

42200 • e+m Holzprodukte GmbH • Tel +49 9181 2975-75
info@em-holzprodukte.de • www.em-holzprodukte.de



SCHLAGENDE ARGUMENTE

Mit seiner neuen Green Series setzt Donic-Schildkröt, im Werbeartikelbereich im Vertrieb bei MTS Sportartikel erhältlich, als erster Tischtennis-Hersteller auf nachhaltige Produktion. Die neue Linie startet mit Schlägern verschiedener Level-Stufen, produziert ausschließlich unter Verwendung von FSC-zertifiziertem Holz, und drei 1-Sterne-Bällen in einer praktischen Tragetasche. Durch das FSC-Label zeigt Donic-Schildkröt Verantwortung für die globalen Waldressourcen.

48527 • MTS Sportartikel Vertriebs GmbH • Tel +49 8171 431825
ak@mts-sport.de • www.mts-sport.de

ECO-LINE



Cellulose basierend.
Aus heimischen Weichhölzern.



www.ritter-pen.de



ÖKOLOGISCHE KOSMETIK-SETS

Kosmetikartikel in hoher Verantwortung gegenüber Umweltressourcen stellt Bio Laboratories aus Großbritannien für den Werbeartikelsektor her. Die Produktpalette enthält neben Lippen- und Hautpflegeprodukten viele weitere Kosmetika, die als Geschenksets in umweltfreundlichen Verpackungen erhältlich sind. Die aus europäischer Produktion stammenden Inhalte werden in PET-Flaschen sowie solchen aus recycelfähigem Aluminium aus Europa verfüllt. Das Verpackungsmaterial für die ab Lager in England erhältlichen Kosmetik-Sets ist aus Ethylene-Vinyl-Acetat, einer umweltfreundlichen Alternative zu PVC, sowie aus Hemp hergestellt, einem natürlichen Material, aus dem auch Taschen und Kleidung hergestellt werden.

46839 • Bio Laboratories Ltd. • Tel +44 161 9039520

sales@bio-labs.co.uk • www.bio-labs.co.uk

KLIMAFREUNDLICHER FLASCHENTRANSPORT

Eine Kombination aus Einkaufs- und Flaschentasche aus Jute hat Green Earth Products im Angebot. Sie ist mit einem faltbaren Flaschenhalter ausgestattet und kann somit gleichermaßen für den Transport von Einkäufen von maximal sechs Flaschen verwendet werden. Die luxuriösen, wattierten Baumwollgriffe sorgen für hohen Tragekomfort. Die Taschen sind ab Lager erhältlich.

48277 • Green Earth Products • Tel +31 800 3332220

info@greenearthproducts.eu • www.greenearthproducts.eu



LASS BLUMEN SPRECHEN

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.

48365 • Oakthrift Corporation Ltd. • Tel +44 20 83270222

sales@oakthrift.com • www.oakthrift.com



ÖKOLOGISCHER DATENTRANSFER

Der britische, auf elektronische Medien spezialisierte Werbemittelhersteller USB-FlashDrive.com lanciert verschiedene auf USB-Technik basierende Neuheiten in dem Markt. Die Engländer versprechen, gebrandete Qualitäts-Sticks in den verschiedensten Ausführungen in weniger als sieben Tagen liefern zu können. Diese extrem kurze Lieferzeit beinhaltet die Mischung der Pantone-Farben für den Druck, die Individualisierung und die versandfertige Verpackung. Alle ab einer Speicherkapazität von 16 GB und mehr erhältlichen USB-Modelle werden durch die Herstellung aus recyceltem Material zu Umweltbewusstsein transportierenden Werbebotschaftern.

46516 • USB-FlashDrive.com • Tel +44 1753 491470
sales@usb-flashdrive.com • www.usb-flashdrive.co.uk

MASSGESCHNEIDERTE HAUTSCHMEICHLER

Eine qualitativ hochwertige Bio-Handtuchserie, hergestellt aus Garn aus kontrolliert biologischem Anbau, gibt es bei Floringo aus Bayern. Die ökologischen Hautschmeichler werden im umweltschonenden Herstellungsverfahren nach Global Organic Textile Standard (GOTS) hergestellt. Das Naturprodukt ist in Weiß, Sand, Ozeanblau und Zitrone als Hand- oder Duschtuch zu haben, auch in Form von Sonderanfertigungen nach Maß.

44389 • Floringo GmbH • Tel +49 8847 6907-0
info@floringo.de • www.floringo.de



-Anzeige-

SHORTY
MADE IN GERMANY





EDELPLATZ FÜR BIOMÜLL

Die Mini-Biotonne bio buddy von Stiefelmayer Contento im American Style kann sich in jeder Küche sehen lassen. Der kleine Helfer sammelt dort bis zu vier Liter organische Abfälle, die erst nach einigen Tagen auf dem Gartenkompost oder in der Biotonne entsorgt werden müssen. Austauschbare Aktivkohlefilter im Edelstahldeckel halten Gerüche zurück und sorgen für die notwendige Sauerstoffzufuhr. Der Deckel besteht aus Edelstahl, der Behälter aus pulverbeschichtetem Stahl.

45280 • Stiefelmayer Contento GmbH & Co. KG • Tel +49 9342 9615-0

info@contento.com • www.contento.com

NACHHALTIGE NATURSCHÖNHEIT

Die emotion factory setzt mit der Innovation Pflanz-Holz ganz auf Natur: Das Töpfchen aus echtem Ahornholz wird direkt mit dem beigefügten Sonnenblumensamen und der Torfplatte bepflanzt und lässt ein aufregendes Naturschauspiel auf dem Schreibtisch folgen. Die Werbebotschaft findet auf der umliegenden Banderole Platz, und auch eine zusätzliche Laserung des Würfels mit Logo oder Botschaft ist möglich. Ab einer Abnahmemenge von 250 Stück ist das Töpfchen auch vierfarbig bedruckt lieferbar.

45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 81550

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



GUTE JUTE

Die Messetasche aus Jute von Green Earth Products aus den Niederlanden ist genau im richtigen Format hergestellt, um darin Broschüren und Flyer unterzubringen. Das aufgedruckte Logo macht sie zum aufmerksamkeitsstarken Eyecatcher auf Messen und Events. Die stabile Jute-Tasche ist strapazierfähiger als seine Pendanten aus Baumwolle, Papier oder Plastik. Lange, wattierte Trageriemen aus Baumwolle sorgen für Tragekomfort und eine luxuriöse Ausstrahlung.

48277 • Green Earth Products • Tel +31 800 3332220

info@greeneearthproducts.eu • www.greeneearthproducts.eu

-Anzeige-





Ein Vogel für die Bewässerung als praktisches Design-Gefäß

Einfach mit Wasser füllen und die Pflanze ist versorgt.
Vogel aus Kunststoff mit Tonfuß in der Geschenkkrolle.



... 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

Die LUWOR-Taschenschere

100% Swiss Made



Schere aus der Tasche



auseinander ziehen



aufklappen und schneiden

LUWOR AG • Schürmattstrasse 2 • CH-6289 Müswangen • Tel. +41 (0) 41 917 19 55 • Mail: luwor.agch@bluewin.ch • www.luwor.ch

SOLARCHARGER TOWEL

GIB DEINEM SOMMER ENERGIE, DURCH DAS "SOLAR CHARGER TOWEL"!

Ein völlig innovatives Produkt, das dir ermöglicht auszuruhen, während dein Mobiltelefon, Fotoapparat, MP3/MP4-Spieler geladen werden.

ES IST PRAKTISCH, ÖKOLOGISCH UND AMÜSANT!

Das Paket besteht aus einem Baumwolltuch, einem Luftkissen mit einer speziellen wasserdichten Tasche, einem Sonnenenergielader und einem praktischen Garnbeutel.



Das Produkt ist
PATENT anhängig für alle
europäischen Länder




STILEMA®

Contact: **Stilema Srl - Milano, Italy**
PSI MEMBER
Tel. +39 0267100655 - Fax: +39 0266718496
e-mail: alessandroborelli@stilema.com



TOSKANISCHE TRÄUME

Mit einem Wellness-Set in Form eines prall gefüllten Olivenkorbs entführt Kundepflege seine Kunden in einen Entspannungsurlaub für die Sinne: Die Ingredienzien des Olivenkorbs, je 370 Milliliter Duschgel und Schaumbad, dazu je 50 Milliliter Bodylotion und Körper-Peeling, 100 Gramm Badesalz sowie ein 20 Gramm leichter Mesh-Schwamm, sorgen für entspannende Momente. Mit dem Olivenduft der Badezusätze hält das Flair der Toskana Einzug ins Bad. Die Verpackung der Artikel, ein dekorativer grüner Korb, macht das Ensemble zu einem unvergesslichen Geschenk.

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

GARANTIERTES WACHSTUM

Der Logo-Topf aus dem Angebot der emotion factory, ausgestattet mit Torfplatte und Pflanzensamen in den Lackfarben Rot, Blau, Weiß sowie Teraotta, verspricht glänzende Wachstumschancen. Erhältlich als Topfinhalt sind verschiedene Samensorten, darunter Sonnenblumen, Gartenkresse oder Basilikum. Die Individualisierung erfolgt vierfarbig auf dem Karton sowie auf dem Rand oder der Seite des Töpfchens, dort im einfarbigen Druck.

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



RELAX ON AIR

Das trendige Lounge-Sitzkissen von HappyBubble aus den Niederlanden ist nicht etwa mit Bohnen gefüllt, sondern zu 100 Prozent mit Luft: Dadurch lässt sich das komfortable Sitzmöbel spielend-leicht transportieren und Platz sparend lagern. Aufgeblasen in rund zehn Minuten, ist es rund 110 Zentimeter breit und bietet reichlich Platz zum Relaxen. Das für den Einsatz im Garten, am Strand, in den Ferien sowie im Rahmen von Events oder Festivals sowie sogar auf dem Wasser geeignete, wasserdichte Sitzkissen kann individuell veredelt werden und ist in sechs Farben erhältlich. Geliefert wird es in einer schicken Tasche mit Schultergurt.

48616 • HappyBubble BV • Tel +31 6 55836383
maurice@happybubble.nl • www.happybubble.nl

-Anzeige-



And the winner is ... you?

Bewerben Sie sich jetzt!

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

Reichen auch Sie Ihre Kampagne(n) ein!!
Alle Nominierten erhalten im Rahmen der PSI 2013 eine **umfassende Präsentationsmöglichkeit** zur Vorstellung ihrer Kampagne.

Alle Informationen zur Anmeldung finden Sie auf unserer Website unter **www.psi-network.de/award**. Der **Anmeldeschluss** ist der **01. September 2012** (Datum des Poststempels bzw. Eingang der Unterlagen per E-Mail).

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



Ihr Kontakt:

 Reed Exhibitions

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

 **PSI**



GOLDGELBE ZEITEN

Empfänger des Kunststoff-Wachstumstöpfchens nebst Erdtablette sowie Zitronengras-Samen von Multiflower sorgen mit regelmäßigem Gießen für ein aufregendes Naturschauspiel. Und mit dem weißen, attraktiven Keramiktopf liefern die Bammentaler das Argument für einen exponierten Platz des Neuankömmlings auf dem Büroschreibtisch gleich mit. Direkt auf dem Übertopf lässt sich ein Logo im Tampondruck platzieren. Auch das Standardmotiv auf der umlaufenden Banderole bietet genügend Platz für die Werbebotschaft. Ab 250 Stück ist eine eigene Gestaltung möglich.

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560

info@multiflower.de • www.multiflower.de

TIEF DURCHATMEN

Luftfrischer für die Anwendung im Auto oder Büro gehören traditionell zu den stärksten Marketing- und Werbetoools. Durch niedrige Preise und hohe Flexibilität in der Produktion werden die in vielen verschiedenen Darstellungsformen vom tschechischen Hersteller Jeess präsentierten, aus Papier gefertigten Luftfrischer zum populären Give-away. Über Druck-Design und Formgebung sowie sogar über manche Duftmischung lässt sich die Kundenbotschaft auf effektivste und nachhaltigste Weise transportieren. Die Duftstoffe stammen aus europäischer Produktion und genügen dem REACH-Standard.

48579 • Jeess s.r.o. • Tel +420 326 903818

jees@jees.cz • www.powerair.eu



EIGENE BIO-TEEKREATIONEN

Bei Sanders Imagetools gibt es nicht nur die frisch etablierten Bio TeaSticks sowie acht standardisierte Teemischungen, die Bayern ermöglichen zudem die Entwicklung von ganz individuellen Bio-Teemischungen für den Werbeartikelhandel frei nach Kundenwunsch. Anschauliches Beispiel ist eine eng auf das Image des Schweizer Berglandes zugeschnittene Bio-Teemischung mit frischen Alpenkräutern aus kontrolliert naturbelassener Wildsammlung im Schweizer Bergland. Wie viele andere ist auch diese Mischung frei von künstlichen Aromen und Konservierungsstoffen und unterstreicht das gewünschte Image der Bio-Kultur. Eine individuelle Bio-Teemischung in Flowpack-Verpackung ist ab einer Mindestbestellmenge von 20 000 Stück möglich.

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

welcome@imagetools.com • www.imagetools.com



BLITZGESCHEITE HÜLLE

Wer auf Ökologie und Nachhaltigkeit setzt und dabei nicht auf Elektronikartikel verzichten will, ist mit den USB-Sticks im Naturgewand aus dem Angebot von KMS Kafitz gut beraten: Schließlich basiert die besonders für Individualisten gedachte Idee auf USB-Sticks, deren Hülle aus Holz oder Bambus besteht – und damit aus schnell wachsendem, Ressourcen schonenden Rohstoffen. Jedes Stück ist ein Unikat und besticht durch schlichte Eleganz. Der Holzmantel ist zudem haptisch angenehm und bildet eine perfekte Ergänzung zur modernen Technik im Inneren der Sticks.

48108 • KMS Kafitz Medienservice GmbH • Tel +49 2234 9908545
info@kms.eu • www.kms.eu



LED KONTRA GLÜHBIRNE

Penlights, die Qualitätsmarke von Richard Cermak, verspricht seit jeher Qualität. Zu den bewährten Leuchten gehören insbesondere die mit LED ausgestatteten Penlights, die per Lasergravur oder Druck individualisiert werden können. Im Vergleich zu einem Penlight mit Glühbirne erweist sich die Bestückung mit LED, die eine Leuchtkapazität von 100 Stunden mit einem Batteriesatz erreicht, als sehr viel umweltfreundlicher. Denn der Verbrauch einer Glühbirne liegt mit rund vier Stunden bei einem Batteriesatz vergleichsweise deutlich höher.

44668 • Richard Cermak Penlights (Made in Germany)
Tel +49 7231 106105 • info@richard-cermak.de • www.penlights.de

The Collection

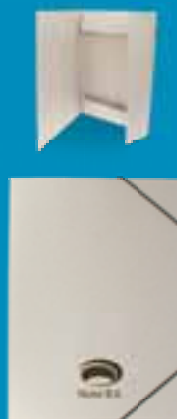
2012



91105



91115



91102



81472



91125



81473

UND MEHR!
WWW.TOPPOINT.COM



87524



WACHSENDE AUFMERKSAMKEIT

Sie ist so flach, dass sie sich sogar für den Briefversand eignet: die kleine Pflanzsteckbox von Multiflower, deren Einzelteile sich in Windeseile mühelos zusammenstecken lassen. So hat sich der Beschenkte kurzerhand ein Pflanzkistchen aus Birkenholz gebastelt, um dort hinein die für die Zucht des Pflänzchens mitgelieferte Erdtabelle nebst Inhalt des Samentütchens zu betten. Die praktische Handhabung findet sich auf der Rückseite der Packung. Auf dem Standardmotiv des Schubers ist überdies viel Platz für den Werbeaufdruck. Eigene Designs sind ab 250 Stück möglich.

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

ÖKOLOGISCH MIT DESIGN-FAKTOR

Als besonders umweltfreundliche Designer-Alternative zu herkömmlichen Kunststoffverpackungen und -tüten stellt Kymm Bags seine aktuelle Kollektion vor. Sämtliche angebotenen Taschen bestehen wahlweise aus natürlichem Bambus, recycelten PET-Flaschen (RPET) und anderen Recyclingstoffen und Materialien. Für High-End-Werbetaschen verwendet das Unternehmen weltweit erstmals ein biologisch abbaubares Leder. Die Bambus- und RPET-Taschen sind ab Lager lieferbar. Alle Artikel können individuell bedruckt werden, wobei ebenfalls der Öko-Gedanke im Vordergrund steht: Es finden nur Farben auf Wasserbasis Verwendung.

42480 • KYMM Bags by SL Lederwaren b.v. • Tel +31 575 515455
info@kymbags.com • www.kymbags.com



TOPMODISCHER BIO-STYLE

Mantis World aus England, branchenweit bekannt für fair hergestellte Textilien, legt größten Wert auf umweltschonende Herstellung und menschenwürdige Arbeitsbedingungen in den Partnerfabriken. Auf diesem Credo basieren die Produktlinien Mantis für Erwachsene, Humbugz für Kinder sowie Babybugz für Babys, allesamt Öko-Tex-zertifiziert. Die Bio-Kollektion mit Mode für alle Altersklassen ist zudem mit dem GOTS-Zertifikat ausgestattet. Dabei bleiben auch die Kosten wettbewerbsfähig. In die neuen Styles des Jahres 2012 hat Mantis etliche neue, frische Farben eingeführt. Kobaltblau und Fuchsie etwa sind neue Alternativen zu klassischen Farben der Baby-Bekleidung. Und auch hinsichtlich der Textilien für Erwachsene hat Mantis eine Fülle neuer Modelle modernsten Zuschnitts ins Sortiment integriert.

44978 • Mantis World Ltd. • Tel +44 207 2248991
info@mantisworld.com • www.mantisworld.com



-Anzeige-





SCHILDKRÖT
FUN SPORTS



MTS
Sportartikel
Vertriebs GmbH

MARKENIMAGE FÜR
IHRE PROMOTION

WWW.MTS-SPORT.DE

ET 
www.et-facts.de

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

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

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

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



Ihr Logo

Idee!



Design



Endprodukt

Tel.: +49 (0) 2103 2978 0 E-Mail: info@et-facts.de



BELLE LOGO
DIE MARKENVERSTEHER

▶ Produktportfolio mit über
600 hochwertigen Marken.



Wir liefern exklusiv
Produkte für die
Europameisterschaft
2012!

Eine Auswahl unserer Lieferanten



GANT



SONY



Belle Logo GmbH
Wilhelmshöher Allee 273a

D-34131 Kassel
Deutschland

+49 (0) 561 - 45 09 34 73 (Telefon)
+49 (0) 561 - 45 09 34 99 (Fax)

info@logoartikel.de
www.bellelogo.com



FRISCHE GAUMENBRISE

Bereits ab 1000 Stück können bei der Peppermint Company aus den Niederlanden die bekannten rechteckigen Pfefferminzriegel und -Päckchen bestellt werden. Die Pfefferminz-Verpackung lässt sich auf verschiedenste Weise mit Logos oder Werbebotschaften im vierfarbigen Digitaldruck veredeln. Ab 5000 Stück werden auch Pantone-Farben per Druck umgesetzt. Die Päckchen sind mit Pfefferminz-Spezialitäten höchster Güte gefüllt, schließlich basiert die Erfrischung auf eine alte Rezeptur aus eigener Produktion.

44176 • The Peppermint Company • Tel +31 53 4750430
info@peppermint.nl • www.peppermint.nl

ÜBERZEUGENDE VERKAUFSHELFER

Eine konsequente Umsetzung beim Thema Werbeträger hinsichtlich Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung verspricht Neutral.com ApS aus Berlin. Schließlich ist die Kleidung aus dem Angebot von Neutral hochwertige, tragbare Ware, die zudem lückenlos nach BSCI, GOTS und Fairtrade zertifiziert ist. Neben den hochwertigen Produkten liefert Kai Reimers, erster Ansprechpartner bei den Hauptstädtern, überzeugende Verkaufshelfer für das Kundengespräch nebst Beschreibungen der Zertifikate in Form von Bild- und Textmaterial.

45411 • Neutral.com ApS • Tel +49 30 69536881
reimers@neutral.com • www.neutral.com



GREEN AND BLUE

In der Vielzahl der Öko-Siegel den Überblick zu behalten, ist gar nicht so einfach. Eines aber kennt jeder: Der Blaue Engel ist das älteste, bekannteste und strengste Umweltsiegel der Welt. Und mit diesem Blauen Engel lässt der Kalenderhersteller Geiger aus Mainz-Kastel nun eine Reihe seiner Produkte auszeichnen. Nicht nur die Recycling-Papier- und -Kartonmaterialien sind mit diesem Siegel versehen, sondern auch die Produkte selbst tragen das bekannte Symbol. Monatsplaner, Tisch-Querkalender, Wochentimer und Notizbücher bietet Geiger unter dem neuen Label „Green+Blue“ an. „Wir bieten die Green+Blue-Produkte zu demselben Preis an wie konventionelle Artikel – das sollte vielen Kunden die Entscheidung leicht machen, etwas für die Umwelt zu tun, ohne das Budget zusätzlich zu belasten.“

41615 • Geiger Aktiengesellschaft • Tel +49 6134 188-0
info@geiger.ag • www.geiger.ag



HAFTNOTIZEN IN FORM

Dank der neuen Smart-Cut-Technologie bietet Notes jetzt perfekt geschnittene adNotes an. Mit dieser neuen Stanztechnologie ist nahezu jede beliebige Gestaltung möglich. Im Unterschied zu den klassischen Haftnotizstanzungen, die mit einer sogenannten Durchdruckstanze erfolgen, können mit dem neuen Smart-Cut-Verfahren sehr feine Details in der Stanzform realisiert werden. Eine weitere Besonderheit dieser Technik sind die inneren Ausstanzungen, bei denen beliebige Formen und Figuren im Block selbst ausgestanzt werden. Damit lassen sich aufmerksamkeitsstarke Effekte erzielen, da die so geschaffenen Freiräume im Block entsprechend befüllt werden können. Wird beispielsweise eine Ausstanzung in der Kontur eines Produktes vorgenommen, kann das betreffende Produkt im Original an dieser Stelle eingelegt werden. Auch für die im Smart-Cut-Verfahren gefertigten Haftnotizen bietet Notes zahlreiche weitere Sondervarianten wie Motivwechsel, Ausführungen in FSC- oder PEFC-Qualitäten aus recyceltem oder farbigem Papier an.

44879 • Notes GmbH & Co KG • Tel +49 4106 76580

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

-Anzeige-

TOPPOINT®

**Stark in den
custom made Taschen**

TOPPOINT®

The Collection

2012



bio bags



91600



91359



91473



91358



91601



91608



91472

UND MEHR!
WWW.TOPPOINT.COM



91427



ROBUSTER SCHUTZ

Die Lkw-Plane verleiht herkömmlichen Turnbeuteln eine moderne Optik und schützt zudem perfekt vor Schmutz und Nässe. Der widerstandsfähige Beutel Truckz Gym von Trendbagz fungiert praktischerweise auch als Schuhbeutel. Schmutz und Nässe werden sowohl von außen als auch von innen abgewiesen. Für die Veredelung steht Siebdruck oder Stick zur Wahl.

48336 • Trendbagz GmbH • Tel +49 201 8993650
info@trendbagz.com • www.trendbagz.com



SCHICK MIT GUTEM GEWISSEN

Zu 100 Prozent aus nachhaltiger Produktion stammende T-Shirts, phthalatfrei bedruckt, sind bei Promart Promotion aus der Türkei erhältlich. Das Shirt ist aus reiner Baumwolle hergestellt und frei von naturbelastenden Giftstoffen. Es ist vollständig biologisch abbaubar und liefert dem werbenden Unternehmen die passenden Argumente für eine umweltfreundliche und gesunde Ausrichtung.

48354 • Promart Promotion • Tel +90 21 63309094
info@promart-promotion.com • www.promart-promotion.com

QUALITÄT AUS ABFALLHOLZ

Die außerordentlich erfolgreiche EvoWood-Taschenmesser-Familie von Wenger mit dem Griff aus Schweizer Walnussholz hat Zuwachs bekommen: mit Hauptklinge, Nagelfeile, mikroverzahnter Schere, Pinzette und Zahnstocher bietet das EvoWood 81 die Grundausstattung eines Taschenmessers für Sie und Ihn zu einem günstigen Preis. Das 65 Millimeter kleine Modell wird schnell unentbehrlich und passt in jede noch so kleine Tasche oder ist am Schlüsselbund zu befestigen. Ein Logo kann problemlos mittels Laser aufgebracht werden. Wenger nutzt Abfallholz aus Schweizer Möbelproduktion und setzt damit auf Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit.

41898 • Wenger Deutschland GmbH / Wenger S.A. • Tel +49 212 6454-100 (D) • Tel +41 32 4213900
(Int) kontakt.de@wenger.ch • www.wenger.ch



-Anzeige-

TOPPOINT®

WWW.TOPPOINT.COM

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



Die Kalenderziffern auf der Produktionshalle sind schon von Weitem erkennbar.



Bis zu 5 000 Kalender in der Stunde werden hier produziert.

TERMINIC GMBH

75 JAHRE DREIMONATSKALENDER

Vor 75 Jahren entstand der Kalender und Werbeträger, der heute aus keinem Büro mehr wegzudenken ist: Der Dreimonatswandplaner erblickte das Licht der Welt. Anlass war ein Auftrag der Unterweser Reederei AG an die Bremer Druckerei B. C. Heye & Co.

Die Reederei wünschte sich eine neue Art Kalender, der den besonderen Anforderungen der Schifffahrt gerecht wird – er sollte die Befrachter bei der langfristigen Planung unterstützen, die durch die langen Reisezeiten der Schiffe erforderlich war. Der Kalender musste unkompliziert und schnell zu handhaben sein und sollte zudem Platz für die „illustrierte Reklame“ des Unternehmens bieten. Der 1937 von B. C. Heye entwickelte „Schifffahrtskalender“ ist der weltweit allererste Dreimonatswandplaner: drei Monate auf ei-

nen Blick und mit allen wichtigen Informationen versehen, einfach an der Wand zu befestigen und gut lesbar – auch aus größerer Entfernung. Und mit der illustrierten Reklame im Kopfteil stellt er ein perfektes Werbemittel dar.

ENTWICKLUNG ZUM GESCHÄTZTEN WERBEMITTEL

Durch den Zweiten Weltkrieg wurde die Produktion unterbrochen, aber nach dem Krieg wieder aufgenommen und der „Schifffahrtskalender“ zunächst vorwiegend an Reedereien und schifffahrtsbezogene Un-

ternehmen geliefert. Bald entdeckten auch andere Unternehmen, z. B. Speditionen, den Nutzen des Wandplaners und der praktische Kalender mit großformatiger Werbebotschaft wurde für weitere Industriezweige interessant. In den 1960er-Jahren ist dann aus dem bremischen Schifffahrtskalender längst ein weltweit geschätztes Planungs- und Werbemittel geworden. Und der Anfang der 1960er-Jahre eingeführte Produktname terminic hat sich zu einem Synonym für hochwertige Dreimonatswandplaner entwickelt, terminic wird als inter-



Das Team terminic präsentiert den Jubiläumskalender.

ationale Schutzmarke eintragen. Im Jahr 2000 erfolgte dann die Umbenennung des Unternehmens B. C. Heye & Co. in terminic, das Unternehmen heißt seit diesem Zeitpunkt wie seine Produkte.

WOLFGANG ROLLA DU ROSEY FOLGT ROLF ILG

Entscheidenden Anteil am Erfolg des Dreimonatskalenders hatte dabei der langjährige Geschäftsführer und Inhaber des Unternehmens, Rolf Ilg. Er erkannte bereits Anfang der 1950er Jahre das große Potenzial des neuen Werbeträgers und baute den Dreimonatswandplaner zum Kernprodukt des Unternehmens auf. Seinem Nachfolger Wolfgang Rolla du Rosey blieb er auch im Ruhestand als Partner, Ratgeber und Freund verbunden. 2009 ist Rolf Ilg verstorben.

ERFOLG BEDINGT WACHSTUM

Dem Unternehmen war es mittlerweile in den alten Räumlichkeiten längst zu eng geworden. Nach einem längeren Aufenthalt im Bremer Umland kehrte das Unternehmen 2008 nach Bremen zurück, in neu er-

richtete, in einem Architekturwettbewerb preisgekrönte Firmengebäude. Bereits weit hin, schon von der Autobahn A1, sind die großformatigen Kalenderziffern auf den Außenwänden sichtbar. Um das Volumen von mehreren Millionen Kalendern pro Jahr zu schaffen, sind auf 6 000 Quadratmetern bebauter Fläche alle Bereiche, von der Warenanlieferung, der Produktion und Weiterverarbeitung bis hin zum Fertigwaren-

DER KOPF DES UNTERNEHMENS

Von der Ausbildung her Bankkaufmann und Jurist, kennt Wolfgang Rolla du Rosey das Geschäft mit hochwertigen Wandplanern seit mehr als 25 Jahren. 1985 startete der gebürtige Hamburger und bekennende HSV-Anhänger bei terminic im Verkaufsinendienst und übernahm vor rund 15 Jahren die Geschäftsleitung von seinem Schwiegervater Rolf Ilg. Als geschäftsführender Gesellschafter des Unternehmens trägt er seither die Verantwortung für den weltweiten Erfolg der terminic-Wandplaner.



Wolfgang Rolla du Rosey



Das neue Firmengebäude: 6 000 Quadratmeter, modern und funktional.



Das erste Firmengebäude.

lager, optimal auf die innerbetrieblichen Prozesse abgestimmt. Auf mehreren Produktionsstraßen können bis zu 5 000 komplette Kalender in der Stunde gefertigt werden, aufgeblockt, mit umgelegter Tagesmarkierung und auf Wunsch einzeln verpackt – in der Saison in mehreren Schichten.

FERTIGUNGSPROZESSE OPTIMIERT

Mit der Entwicklung des allerersten Dreimonatswandkalenders hat terminic die Grundlage für einen Markt geschaffen, in dem heute Wandplaner in den unterschiedlichsten Ausführungen, Formaten und Qualitäten angeboten werden. Die eigenen Wandplaner hat terminic in den vergangenen 75 Jahren mit vielen Details und technologischen Innovationen zu hochqualitativen Planungsinstrumenten und Werbeträgern perfektioniert. Ebenso wurden die Fertigungsprozesse kontinuierlich weiterentwickelt. Als erster reiner Kalenderhersteller überhaupt hat sich das Unternehmen nach dem Prozess-Standard Offsetdruck (PSO) zertifizieren lassen – für den besonders anspruchsvollen Druck auf Kartongabe, in Vollfarbe/4c

im 100er Raster auf 380g/qm-Karton. Für das gesamte Sortiment werden ausschließlich Papiere und Kartongagen aus nachhaltiger Forstwirtschaft verwendet. Hierfür ist terminic nach dem Forest Stewardship Council (FSC) zertifiziert.

WAHRE KUNDENTREUE

Was 1937 mit dem Auftrag einer Bremer Reederei begann, hat einen Siegeszug um die ganze Welt angetreten. terminic liefert in jedem Jahr Wandplaner in Millionenauflage in nahezu alle Länder der Welt, mit Kalendarien in einer Auswahl von mehr als 30 Sprachen im Standard. Und die Unterweser Reederei AG, das Unternehmen mit dem vor 75 Jahren alles begann, bezieht weiterhin jedes Jahr die Wandplaner bei terminic – heute allerdings als Viermonatswandplaner. Auf diese langjährige Geschäftsbeziehung ist man bei terminic zu Recht besonders stolz. www.terminic.eu – www.competence-in-calendars.com <



Der frühere Geschäftsführer und Inhaber des Unternehmens, Rolf Ilg, auf der PSI-Messe.

Product Finder 2.0 jetzt auch mobil!



Jetzt gleich
bookmarken!

www.psiproductfinder.mobi



Erleben Sie eine App, die Sie nicht im AppStore kaufen müssen, sondern ganz **bequem und kostenlos** über Ihren Browser beziehen können:
www.psiproductfinder.mobi

Profitieren Sie auch mobil von den **smarten Suchfunktionen** wie dem Relevanz-Ranking und von der semantischen Suche.

Preise und Live-Lagerbestände auch auf Ihrem mobilen Endgerät als **Echtzeitdaten**.

Product Finder 2.0 – Jederzeit und überall Werbeartikel finden.

Der beste Product Finder, den es je gab, jetzt auch in der mobilen Version für iPads und Smartphones wie iPhone, BlackBerry und viele weitere Android-basierten Systeme. Unabhängigkeit von Zeit und Raum – wer träumt nicht davon? Für Nutzer des mobilen Product Finders wird dieser Traum jetzt wahr. Wann immer und wo immer Sie einen Werbeartikel suchen – und finden – wollen. Mit einem mobilen Internetgerät und der Product Finder App werden Sie fündig.

Jetzt unverbindlich Tobias Fließ anrufen unter: +49 (0) 211 90 191-315 oder E-Mail senden an:
Tobias.Fliess@reedexpo.de.



Gustav Daiber, der Firmengründer.



Walter Daiber übernahm das Geschäft 1950.



Das Gebäude in der Poststraße war in den 1950er-Jahren Heimstatt der Firma.

1912

1950

100 JAHRE DAIBER

DREI GENERATIONEN: TRADITION IST GELEBTE INNOVATION

2012 feiert der Promotionwear-Spezialist Daiber sein 100-jähriges Bestehen und damit auch 100 Jahre textile Kompetenz. Am 1. Februar 1912 schlug die Geburtsstunde des heute global agierenden Unternehmens aus dem schwäbischen Albstadt. Wir lassen ein Jahrhundert Firmengeschichte Revue passieren.

Ein ganzes Jahrhundert Erfolgsgeschichte sind für die Gustav Daiber GmbH und auch für Geschäftsführer Rolf Daiber aber kein Grund zu rasten: „Wir sehen das Jubiläum als Meilenstein der Firmengeschichte, die den zukünftigen Generationen als Vorbild für mutige, aber fundiert getroffene Unternehmensentscheidungen viele Beispiele gibt.“

GUMMILITZEN, NÄHFÄDEN UND KNÖPFE

Am 1. Februar 1912 gründete Gustav Daiber eine Handelsvertretung für Textilzutaten in Ebingen auf der Zollernalb und legte damit den Grundstein für das heutige Unternehmen. In den ersten Jahren der Firmengeschichte handelte er erfolgreich mit Gummilitzen, Nähfäden und Knöpfen. Bereits 1928 war Gustav Daiber ein erfolgreicher



In den ersten Jahren der Firmengeschichte handelte man erfolgreich mit Gummilitzen (im Bild), Nähfäden und Knöpfen.



Rolf Daiber führt das Unternehmen seit 1974.



1976 gründete Rolf Daiber die Stickerei, wo man heute auf der Höhe der Zeit arbeitet.



Bereits seit 1984 brachte Daiber erstmals fotorealistische Motive im Off-Set-Druck auf T-Shirts. Im Bild: Moderne Offsetdruckmaschinen.

1962

1974

1976

1984

und moderner Handelsvertreter, der die Textilunternehmen in der gesamten Albregion mit seinen Produkten belieferte.

STETIGES WACHSTUM

Im Jahr 1950 übernahm Walter Daiber in zweiter Generation die Geschäfte und hielt das Unternehmen weiter auf Erfolgskurs. So folgte bald der Umzug in ein neues, größeres Firmengebäude. Walter Daiber erkannte schnell, dass der Erfolg in der eigenen Produktion liegt und das Unternehmen begann mit der Herstellung von Schleifchen für die lokale Niederindustrie. 1962 feierte das Unternehmen bereits sein 50-jähriges Jubiläum. In diesem Jahr wurde auch eine neue Geschäftsidee geboren: der Import von elastischer Raschelspitze aus Frankreich und Schleifchen aus Italien.

ERFOLGSREZEPT: TRANSFERMOTIVE

Ein weiterer, wichtiger Meilenstein der Firmengeschichte ist das Jahr 1974. Rolf Daiber übernahm mit nur 20 Jahren die Geschäftsführung von seinem Vater. Sein erstes eigenes Projekt war eine Reise nach Taiwan, um dort Produzenten zu gewinnen. Eine neue Entwicklung revolutionierte Mitte der 1970er-Jahre die Branche der Textilveredelung – Transfermotive. Daiber sicherte sich die Alleinvertretung des ersten Herstellers von Transfermotiven in ganz Deutschland und war somit wieder einmal seiner Zeit voraus.

MIT STICK UND DRUCK BIS NACH ASIEN

Während sich das Unternehmen weiterhin auf Wachstumskurs befand, gründete Rolf Daiber 1976 die Stickerei. Vier Stickauto-

maten wurden gekauft und neue Mitarbeiter eingestellt. Die Mode der 1980er setzte den Boom fort – Millionen von T-Shirts mit Glittermotiven wurden bestickt und bedruckt. Rolf Daiber reagierte schnell und baute so seine Marktführerschaft aus. 1984 dann die Weltneuheit: Daiber brachte erstmals fotorealistische Motive im Offset-Druck auf T-Shirts – die Nachfrage war gigantisch. Und so wurde Ende der 1980er-Jahre mitten in Hongkong Central Daiber Far East gegründet. Bis heute vertreibt Daiber erfolgreich Transfermotive in Asien.

SIEGESZUG DER CAPS

Auch in den 1990er-Jahren setzte sich die Erfolgsgeschichte des Unternehmens mit der Gründung einer Transferdruckerei in Irland fort. Die alles verändernde Idee hatte Rolf Daiber Mitte der 1990er-Jahre. Eine



Smart, funktional und zeitgemäß präsentieren sich Präsentations- und Büroräume am Firmensitz des Unternehmens in Albstadt.



1996

2001

2012

Idee, die sich als ein historischer Moment herausstellte: Caps. In Hongkong nahm er zwei chinesische Cap-Produzenten unter Vertrag und am 30. Mai 1996 wurden die ersten Container mit 154.000 Caps verschifft. In kürzester Zeit wurde die Firma Daiber zu einem der größten Cap-Lieferanten in Europa und zur Nummer eins in Deutschland. Mit Daiber Caps entstand 1998 die erste Eigenmarke.

TRENDIGE EIGENKOLLEKTIONEN

Mit dem neuen Jahrtausend begann für Daiber eine neue Ära: die der erfolgreichen Eigenkollektionen. Myrtle Beach wird die heute erfolgreichste Marke für Caps in Europa. Auch die trendige Eigenmarke James & Nicholson ließ nicht lange auf sich warten. 2001 fiel der Startschuss für hochwertige Werbe- und Funktionsbekleidung. 2012 ist das Jubiläumsjahr der Firma Daiber. Als

Hersteller der Marken Myrtle Beach und James & Nicholson bietet das Unternehmen heute ein umfangreiches wie enorm breites Sortiment für modische und textile Werbeartikel europaweit an – Promotion at its best.

www.daiber.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.**



Wärmedusche gefällig? Die PSI Messebesucher zeigten sich vom Ceotra-Produktangebot sichtlich angetan.

CEOTRA VERTRIEBS- & HANDELS GMBH

AUFREGEND JUNGE ELEKTRONIK

Seit Mitte des Jahres 2009 zählt die in Berlin beheimatete Ceotra Vertriebs- & Handels GmbH unter der Nummer 47689 zur Gruppe der PSI Herstellermittglieder. In dieser Zeit konnten die Anbieter hochwertiger elektronischer Geräte das Vertrauen zahlreicher Werbemittelhändler gewinnen.

In unserer Vorstellung möchten wir das Berliner Unternehmen mit internationalem Renommee etwas näher beleuchten. Als Ceotra Vertriebs- & Handels GmbH haben sich die B2B-Profis bereits seit einigen Jahren erfolgreich im Markt platziert. Im vergangenen Januar präsentierte sich Ceotra mit seinen Produkten und Leis-

tungen nun auch erstmals auf der PSI Jubiläumsmesse. Geschäftsführer Andreas Hebestreit und Thomas Faisst, als Verkaufsleiter auch direkter Ansprechpartner für die PSI Händlerschaft, zeigten sich begeistert von Zuspruch und konkretem Interesse der Besucher. „Die Resonanz war wunderbar. Nach den positiven Eindrücken

und Ergebnissen unserer Messeteilnahme haben wir uns bereits für die kommende PSI Messe einen Standplatz gesichert“, so Andreas Hebestreit.

MODERNSTE LOGISTIK

Das große Interesse auf der Messe verwundert kaum, bietet Ceotra dem Werbeartikelhandel doch zahlreiche attraktive wie trendige Produkte aus dem vornehmlich elektronischen Sektor der Branche. Und hier offeriert das Unternehmen eine erstaunliche Bandbreite beeindruckender Artikel. Zunächst legt man aber Wert darauf zu betonen, dass „die Vermarktung unserer Produkte ausschließlich an Wiederverkäufer erfolgt“, wie Thomas Faisst bemerkt. „Unser Sortiment besteht aus über 900 Lagerartikeln in größeren Stückzahlen bis hin zu solchen auf Containerbasis“, führt der Verkaufsleiter weiter aus und ergänzt: „Wir beliefern unsere Kunden europaweit mit größtenteils Eigenimporten aus der ganzen Welt.“ Dies geschieht vom modernen Lager des Ceotra-Logistikzentrums bei Hermes Warehouse Services (HSW) in Löhne aus.



Das Auna Musio ist ein neuartiges Sound-system.



Immer nah beim Kunden: (l.) Andreas Hebestreit (Geschäftsführer), Franziska Petschow (Controlling) und Thomas Faisst (Verkaufsleiter).



Großes Interesse am PSI Messestand des Unternehmens.

BREITES PRODUKTSPEKTRUM

Das Produktspektrum des Unternehmens umfasst die Segmente Elektronik (unter anderem Car-Multimedia, DJ-Equipment, DVD-Player und Micro-Stereoanlagen, Heimkino-Leinwände), elektrische Haushaltsklein-

geräte, Gastronomie-Event-Technik sowie die Bereiche Heimwerker und Spielzeuge. (Die Abbildungen auf diesen Seiten zeigen eine kleine Auswahl.) Hinzu kommen „aktuellste Sortimente und Produktinnovationen namhafter Markenhersteller sowie deren absolute Highlights“, wie Andreas Hebestreit es ausdrückt. Der Geschäftsführer weiter: „Ein weiteres Plus von Ceotra und dessen Team ist die fachliche wie professionelle Kernkompetenz was den jahrelangen Kontakt zu europaweiten Resellermärkten betrifft, hier vor allem zum nationalen und internationalen Groß-, Fachhandel sowie den PSI Mitgliedern.“

KUNDEN GENIEßEN OBERSTE PRIORITÄT

Was den Service von Ceotra betrifft, genießt der Kunde stets oberste Priorität. Die Geschäftspartner werden online ständig auf dem Laufenden gehalten: „Unsere Kunden erhalten von uns per Newsletter wöchentlich proaktive Vorschläge mit Produkt-Highlights für kontinuierliche wie bestmögliche Werbeerfolge. Auch versenden



wir gerne Musterartikel. Die Preise hierfür erfahren Interessenten per Anruf. Zudem finden sich auf unserer Homepage jetzt auch auf der Startseite unter der Rubrik Produkte alle Artikel differenziert nach Kategorie und diese können wie auch der Gesamtkatalog mit Preisen nach Abnahmemenge mit über 700 Artikeln als PDF direkt heruntergeladen werden“, so Thomas Faisst.

KONTAKT

Ceotra Vertriebs- & Handels GmbH
Thomas Faisst
Klarenbachstr. 2
D-10553 Berlin
Tel: +49 30 36424914
Fax +49 30 69088812
vertrieb@ceotra.de
www.ceotra.de



Der Elektronikstar Scooter mit extra breiter Trittfläche und lässig gewölbtem Tail.


BERND KOCH

VOM FUHRPARK ZUR TEXTILEN ELEGANZ

Seit mehr als 40 Jahren steht Club Crawatte Crefeld, kurz CCC, für maßgeschneidertes Corporate Design. Einer, der den Weg des Unternehmens zu einem der führenden Hersteller textiler Accessoires mitgestaltet hat, ist Bernd Koch. Seit 1998 agiert der gelernte Speditionskaufmann bei CCC, davon seit 10 Jahren als Geschäftsführer. Mit viel Gespür für aktuelle Trends und unternehmerischem Weitblick hält er die Geschicke der Firma in sicheren Händen.

Dass er einmal im textilen Gewerbe landen würde, hat sich Bernd Koch zu Beginn seiner unternehmerischen Laufbahn sicherlich nicht träumen lassen. Dass es doch und wie es dazu kam, ist eine Geschichte, die es zu erzählen allemal lohnt. Wir treffen den sympathischen Mittvierziger in Krefeld, der Samt- und Seidenstadt. Zwar sind die ganz großen Zeiten der zahlreichen Seidenwebereien, die der Stadt ihren Beinamen gaben, mittlerweile Vergangenheit, doch verweisen der Sitz des Deutschen Textilmuseums und auch heute noch zahlreiche textile Betriebe auf die ganz spezielle gewerbliche Physiognomie der Stadt.

RENOMMIERTES LABEL

Dass es in Zeiten global offener Märkte zunehmend schwieriger wird – zumal auf einem so speziellen Gebiet wie der der Seidenproduktion und -verarbeitung –, sich gegen Billiglohnländer durchzusetzen, hat man auch in Krefeld gespürt. Bernd Koch und seinem Team ist es jedoch bislang gelungen, das Unternehmensschiff sicher durch alle konjunkturellen Unwetter zu steuern. Dies hat, wie er uns berichtet, auch mit dem auf hoher Qualität, erstklassiger Verarbeitung und kundenorientiertem Service fußendem Renommee des Labels Club Crawatte Crefeld zu tun. (Die Schreibweise mit C rührt übrigens von der früheren Schreibweise des Ortsnamens her.) Seit über 40 Jahren steht CCC für maßgeschneidertes Corporate Design im Bereich eleganter textiler Accessoires wie Krawatten, Tücher und Schals für Wiederverkäufer. Zu Beginn noch eigenständig wurde CCC als Markenname für kundenindividuell gestaltete textile Werbemittel bekannt. Dann kam es Anfang der 1990er-Jahre zu einer Zusammenarbeit mit dem Marktführer Ambiance, eine willkommene Allianz mit einem potenten Produktionsbetrieb, welcher derzeit selbst mehr als eine Million Seidenaccessoires jährlich in Deutschland herstellt.

BEGINN IN DER

ELTERLICHEN SPEDITION

Doch zurück zu Bernd Koch und seinem etwas verwinkeltem Weg zu Krawatte und Co (die ihm, nebenbei, bestens zu Gesicht stehen). Denn wie erwähnt wandelte er be-

rufflich zunächst auf ganz anderen Pfaden, denn er war Spross der dritten Generation einer Speditionskaufmannsfamilie aus Düsseldorf. In diesem Umfeld wuchs er auf und hinein, spielte als Kind mit seinen Freunden auf dem „Abenteuerhof“ des elterlichen Fuhrparks, lernte schon bald das Gabelstaplerfahren und durfte schon früh auf längere Auftragsfahrten mit, die bis zu den Häfen des Mittelmeers führten. So war es kaum verwunderlich, dass er schließlich bei einer großen Spedition eine Lehre zum Speditionskaufmann absolvierte, was ihm aufgrund der Erfahrungen aus dem Familienunternehmen auch nicht sonderlich schwerfiel. Das Metier war ihm schließlich „von der Pike auf“ vertraut. Sein weiterer Weg schien klar: Während er für sein Ausbildungsunternehmen arbeitete, dort auch rasch Verantwortung übernahm, führte er zudem zusammen mit seinem Vater den elterlichen Betrieb weiter, der teilweise auch Aufträge von Kochs erstem Arbeitgeber übernahm.

VERSCHLUNGENE PFADE

Die heimische Spedition mit immerhin 110-jähriger Tradition lief zufriedenstellend. Aber auch für die mittelständischen Fuhrbetriebe brachen mit der wirtschaftlichen Neuordnung Europas nach dem Fall des „eisernen Vorhangs“ harte Zeiten an. Zwar schweren Herzens, doch aus betriebswirtschaftlich nachvollziehbaren Gründen entschloss man sich im Hause Koch schließlich, die eigene Speditionsfirma zu veräußern. „Es war eine schwierige Entscheidung, die wir im Nachhinein aber nicht bereut haben“, sagt Koch. Doch das Speditionswesen sollte ihm weiterhin Glück bescheren. Mittlerweile zehn Jahre hatte er für seinen ersten Arbeitgeber gearbeitet, da war es eine ihm aus diesem Betrieb bekannte und sehr sympathische Kollegin, die zu einem anderen Transportunternehmen wechselte und ihn dazu bewog, ebenfalls die Seiten zu wechseln – diesmal indes noch innerhalb seiner Profession. Einige Jahre später war es wieder die Fürsprache seiner heutigen Frau, die Bernd Koch nach Krefeld führte. Diesmal wechselte er jedoch auch das Berufsbild und

heuerte in einem Textilunternehmen namens Club Crawatte Crefeld an. Zunächst konnte sich Bernd Koch („Ich hatte gerade mal eine Lederkrawatte im Schrank“) nicht vorstellen, das Metier zu tauschen. Spannende erste Eindrücke ließen seine anfänglichen Vorbehalte allerdings schnell schwinden und er wagte den Schritt des Wandels.

DIE „VERWANDLUNG“

Nach einer Woche Probearbeit war Koch vom neuen beruflichen Umfeld und dessen Aussichten überzeugt. So begann er im Mai 1998 seine Karriere bei CCC in Krefeld. Hand in Hand mit seinem damaligen Chef und jetzigen Mentor Günter Jaust entwickelte er mehr und mehr Gespür und Leidenschaft für die textilen Accessoires. Eine große Hilfe dabei waren ihm die erfahrenen Verkäufer des Unternehmens, bei denen er während seiner ersten beiden Jahre dreimal pro Woche „in Unterricht“ ging. Beharrlichkeit, Fleiß und Überzeugungskraft brachten Bernd Koch in seinem neuen Ambiente rasch voran. Im April 2000 avancierte er zum stellvertretenden, knapp zwei weitere Jahre später im Januar 2002 bereits zum Geschäftsführer von Club Crawatte Crefeld. Günter Jaust, Begründer des Unternehmens Ambiance, ist mindestens wöchentlich Ansprechpartner für aktuelle Vorgänge, Entwicklungen, Projekte und Ausschreibungen. „Er steht mir noch immer mit Rat und Tat zur Seite, was ich sehr schätze. In der Zeit meines Wechsels war er es, der mir mit seiner besonnenen, überlegten und ruhigen Art die Eigenheiten der neuen Branche nahebrachte und mir durch sein Vertrauen den Einstieg erleichterte. Ich konnte sehr viel von ihm lernen und bin ihm für seinen stetigen Beistand bis heute dankbar“, ist Bernd Koch voll des Lobes für seinen „Ziehvater“.

KONTINUIERLICHE ENTWICKLUNG

In den 14 Jahren seines Wirken hat Bernd Koch das Unternehmen „dank der Zusammenarbeit eines super Teams“ kontinuierlich weiterentwickelt. CCC ist bereits seit 1993 Mitglied beim Branchennetzwerk PSI, dessen Messe dem Spezialisten für modische Accessoires ein breites Feld inter-



nationaler Kontakte öffnete. Als weiteren wichtigen Schritt auf seinem Unternehmensweg beschreibt Bernd Koch den Eintritt in den Bundesverband Werbeartikel-Lieferanten (BWL) und die damit verbundenen zusätzlichen Messeauftritte, die ein großes Potenzial an Händlerpartnerschaften erschließen halfen und den Bekanntheitsgrad der Marke CCC weiter vergrößerten. Beim BWL schätzt man schnell Bernd Kochs zupackende und geradlinige Art. Nach kurzer Zeit übernahm er hier als Vorstandsmitglied Verantwortung, weil es ihm wichtig war, durch die Verbandsarbeit das Bewusstsein um den Werbeartikel als wirkungsvolle Werbeform weiter zu stärken.

GROSSE FLEXIBILITÄT

Sein Ansinnen, „das Unternehmen behutsam zu modernisieren und den jeweiligen Zeitverhältnissen anzupassen und stabil im Markt zu positionieren“, konnte Bernd Koch, bislang erfolgreich realisieren. „Möglich ist das nur mit einem Gesellschafter, der Vertrauen hat und mir immer wieder Freiräume für Innovationen läßt“, betont er. Als einer der ersten Textilaccessoiresanbieter hatte CCC einen eigenen ansprechenden Internetauftritt. Pro Jahr bringt man jeweils eine neue Kollektion und einen dazugehörigen Prospekt heraus. Ein eingespieltes

BERND KOCH IN PERSON

Was war heute Ihr erster Gedanke?

Meine To-dos.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn ich sämtliche Herausforderungen meistern konnte und noch Zeit für Privates bleibt.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Geschäftlich, ein gut ausgehandelter Auftragsabschluss. Privat, wichtige Punkte für Fortuna Düsseldorf auf dem Weg in die erste Bundesliga.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Unzuverlässigkeit und Unpünktlichkeit.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Meine Ungeduld.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

An der Seite meiner Frau.

Vier Wochen Zwangsurlaub – wohin geht's?

Zwei Wochen in die Sonne und zwei Wochen in den Schnee.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für alles, was Spaß macht, was schnell ist, und was schmeckt.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Ja, insbesondere wenn sie gut gemacht ist.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn er qualitativ hochwertig ist, dadurch lange in Gebrauch und seine Werbebotschaft entsprechend lange übermittelt.

Den besten, den Sie je bekommen haben?

Kann ich nicht mit einem benennen, das ist z. B. der Kugelschreiber genauso wie die Taschenlampe im Auto oder die geprägte Lederhülle für mein iPhone, so wie der personalisierte Kalender und natürlich die Krawatte. Alles Gegenstände, die ich täglich nutze oder schon Jahre besitze.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Minderwertige Kopien.



Team garantiert Kontinuität im unternehmerischen Tun. Noch immer produziert man in Deutschland, was dem Unternehmen große Flexibilität verleiht. Vertrieb und Designbüro sind am Firmensitz vereinigt, Konfektionsabteilung und Weberei sind ganz in der Nähe angesiedelt, sodass man bei CCC den gesamten Vertriebsprozess von der Bestellung bis zur Auslieferung unmittelbar begleiten kann. Auch die aktuelle Entwicklung macht Mut. „Die ersten beiden Monate in diesem Jahr liefen gut“, freut sich Bernd Koch. Ein eigenes Lager mit rund 25 000 Teilen Bestand erhöht die Flexibilität zusätzlich.

STILVOLLE DESSINS

So präsentiert sich CCC heute als ganz auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnittenes Unternehmen, das erfolgreiche Werbung mit edlen textilen Accessoires zelebriert. „In unserem professionellen und mit modernster Technik ausgestatteten Atelier entwickeln wir gemeinsam mit unseren Partnern aus dem Werbemittelhandel stilvolle Dessins für das Corporate Design der Endkunden. Erstklassige Materialien, beste Verarbeitung und natürlich die individuellen Ansprüche sind dabei unser Maßstab“, betont Bernd Koch, dem der Wandel vom Transportmann zum Spezialisten für kleidsame Accessoires offensichtlich perfekt gelungen ist.

DER SONNE NACH

Und der Privatmann? Der setzt sich gerne mal auf das Motorrad und fährt „der Sonne nach“. Und wenn das Wetter für zwei Räder nicht geeignet ist, wechselt er, gemeinsam mit seiner Frau, auf ein Paar Ski und wedelt die Piste hinab. Wetterunabhängig dagegen ist sei drittes Hobby, denn das Stadionsdach seines favorisierten Vereins Fortuna Düsseldorf kann je nach Witterung auch einfach geschlossen werden. Wohl fühlen sich Claudia und Bernd Koch aber auch in den eigenen vier Wänden, die sich – zufällig (?) – in einer denkmalgeschützten alten Seidenweberei befinden. <



ARRIVEDERCI AL 51° PSI 2013

9 ALL' 11. GENNAIO 2013

www.psi-messe.com



**PIÙ TENDENZE.
PIÙ MARCHI.
PIÙ OPPORTUNITÀ.**

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



ZURÜCK ZU DEN WURZELN

Mit einer Rückbesinnung auf traditionelle Werte und handwerkliches Können kehrt Eurostyle Emil Kreher bei der Serie Germany wieder zurück zu den Wurzeln. Die Artikel dieser Serie werden komplett in Deutschland handgefertigt. Die Bestandteile sind neben Kombibörse und Geldscheintasche auch ein Notizbuch, zwei Notizblocketuis, eine Buchhülle, zwei Schreibmappen und ganz neu die formschönen Etais für iPhone und iPad. Bei der Fertigung, die auf Wunsch auch nach den Farbangaben der Kunden erfolgen kann, kommt hochwertiges Anilinleder mit Rugatonarben zum Einsatz. Geliefert wird in exklusiven papierbezogenen Stülpedeckelkartons. Als Ergänzung zu dieser Serie gibt es die Serie Torri mit einer geprägten Carbon-Optik auf Rindleder.

41857 • Eurostyle Emil Kreher GmbH & Co. Lederwarenfabrik • Tel +49 921 789520

info@eurostyle-lederwaren.de • www.eurostyle-lederwaren.de

ÄUSSERE WERTE IM BLICKPUNKT

Dass neben dem eigentlichen Produkt auch das äußere Erscheinungsbild zählt, ist nicht neu. Die Produktverpackung hat eine nicht zu unterschätzende Bedeutung, weiß Notes und würdigt das mit seiner jüngsten Produktserie, einem Sortiment spezieller adBox-Geschenkböden. Schon auf den ersten Blick machen die Böden neugierig auf den Inhalt. Befüllt mit individuell gestaltbaren adNotes-Haftnotizen sowie einem Mini-Kugelschreiber zeigen sich die adBox-Geschenkböden von ihrer besten Seite und bestätigen, dass der Inhalt das hält, was die Verpackung verspricht. Zusätzlich kann die Box auch mit individuellen Inhalten bestückt werden, beispielsweise einem USB-Stick. Verfügbar ist sie in zwei Varianten: dem angenehm griffigen, im Kontakt sanft textilartigen Fleece oder dem individuell bedruckbaren Karton für ein ganz persönliches Erscheinungsbild.

44879 • Notes GmbH & Co KG • Tel +49 4106 76580

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



STIFTE IM NEUEN KLEID

Die innovative Transferdruck-Technologie von Erga ermöglicht selbst auf so kleinen Objekten wie einem Kugelschreiber, kleinste Details und Farben originalgetreu abzubilden. Die digital bedruckte Folie schließt sich wie eine zweite Haut um den Stift und sorgt so für den dauerhaften Transport emotionaler Werbebotschaften bis ins kleinste Detail. Fotorealistische Darstellungen sind kein Problem mehr, sagt der Anbieter. Die nahtlose Individualisierung des Kugelschreibers sorgt damit für eine neue Positionierung dieses beliebten Werbemittels und beweist, dass auch mit relativ geringen Budgets aufmerksamsstarke Auftritte beim Kunden realisiert werden können. Erga bietet diese Veredelung ab einer Auflage von 500 Stück in einer Produktionszeit von zwei Wochen an.

42480 • Erga Srl • Tel +39 11 2733032

info@ergaonline.com • www.ergaonline.com





ERFRISCENDE VISITENKARTE

Wie eine klassische Visitenkarte auch einmal als erfrischender Werbegruß auftreten kann, zeigt Magna sweets mit der neuen B2Box. Die schlanke Scharnierdeckeldose ist nur 8,5 Millimeter hoch und kommt im Format herkömmlicher Visitenkarten daher. Sie ist mit leckeren Businessmints gefüllt und bietet dem Anwender die Möglichkeit, die eigene Visitenkarte auf der Oberseite zu befestigen. Nachdem der Vorrat an Mints erschöpft ist, findet die B2Box eine sinnvolle Zweitverwendung als Visitenkartenetui. Zudem kann der Deckel der Box mit einem Tampondruck veredelt werden. Die nachhaltige Box aus Weißblech ist in Silbermatt lieferbar, ab Mitte des Jahres sollen Variationen in Weißmatt und Schwarzmatt folgen.

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

adNOTES in Geschenkbox kreativ und stilvoll verpackt



Fleece Effektkarton mit Textilstruktur

adBox Geschenkbox mit gestanzten adNOTES und Mini-Kugelschreiber Metall



Karton mit 4c Digitaldruck

Mehr Infos im Online Shop unter www.notes.sh

adNOTES Made in Germany by NOTES



MINENWECHSEL IM HANDUMDREHEN

Mit einer neuartigen Doppelfunktion, die sich im wahrsten Sinne des Wortes im Handumdrehen nutzen lässt, ist das neue Modell Magic Duo von uma ausgestattet. Im Gegensatz zu allen anderen bislang bekannten Multi-Minen-Modellen macht der uma Magic Duo die herkömmlichen Dreh- oder Drückerbewegungen überflüssig: Durch einfaches Umdrehen des Stiftes rückt die zweite Mine im Drücker in Schreibstellung und bietet damit eine wohl einzigartige Komfortfunktion. Der patentierte Minen-Arretierungsmechanismus sorgt für diesen Effekt. Hinzu kommt als optisches Feature, dass es für den Betrachter unabhängig von der jeweilig benutzten Mine so aussieht, als stünde der Stift auf dem Kopf. Individuell optimale Kugelschreibervarianten von uma lassen sich übrigens auch direkt online mit dem komfortablen Produktkonfigurator zusammenstellen.

41848 • UMA Schreibgeräte Ullmann GmbH • Tel +49 7832 70740

info@uma-pen.com • www.uma-pen.com

ORDNUNG AM OHR

Ohrhörer am MP3-Player oder Smartphone haben den großen Nachteil, dass sie sich ständig verheddern und außerdem selten zum eigenen Outfit passen. Das frustrierte auch den Gadget-Designer Mieke Boogert, der mit seiner Erfindung namens Zipplug im Auftrag von Intraco Abhilfe schuf. Jeder Zipplug kann individuell nach Wunsch des Kunden angepasst und individualisiert werden. Er wird damit nicht nur zum CI-Botschafter, sondern beendet gleichzeitig das lästige Verheddern der dünnen Kabel am Ohrhörer. Durch die exklusive Handfertigung sind die Individualisierungsmöglichkeiten besonders groß, berichtet Intraco. Detaillierte Infos dazu gibt es gerne auf Anfrage.

43540 • Intraco Trading bv • Tel +31 756475420

info@intraco.nl • www.intraco.nl



RIESIGE AUSWAHL

Bei der Textildruck Hafen GmbH steht eine riesige Auswahl an bedruckten oder neutralen Shirts, Taschen, Jacken, Schirmen, Caps und vieles mehr zu Großhandelspreisen zur Verfügung. Insgesamt werden über 3000 Textilien von etwa 80 Anbietern geführt. Erfahrene Druckerei-Facharbeiter gewährleisten eine Qualität, die auch hohen Ansprüchen genügt – alles aus einer Hand. Wie es beim Anbieter heißt, lassen sich auch große Stückzahlen in kürzester Zeit realisieren, wobei PSI Mitgliedern Sonderkonditionen eingeräumt werden.

44147 • Textildruck Hafen GmbH • Tel +49 231 5334330

info@textildruck-hafen.de • www.textildruck-hafen.de



OUTDOOR IN HELLEM LICHT

Ganz gleich, ob zur Pokerrunde auf der Terrasse, beim nächtlichen Picknick im Grünen oder beim Camping: Mit der robusten Outdoor-Leuchte Adria im klassischen Design von Ampercell setzt die Dunkelheit dem Vergnügen kein Ende. Zwölf weiße LEDs sorgen für genügend Licht bei allen möglichen Aktivitäten und wenn es etwas schummrig sein soll, ist per Knopfdruck die halbe Leistung verfügbar. Der verspiegelte Reflektor-Kegel streut das Licht gleichmäßig und blendfrei rundum. Ein weiterer Schalterdruck setzt den Nachtmodus in Gang. Die weißen LEDs verlöschen und eine einzige rote LED gibt ein sanftes Orientierungslicht. Dank dieser Funktion hilft die Adria auch dann, wenn Helligkeit nur stört – beim Nachtangeln zum Beispiel.

42333 • Ampercell GmbH • Tel +49 6171 70410
info@ampercell.com • www.ampercell.com

NÜTZLICH
+ PRAKTISCH
= LANGE WIRKUNG

+ DESIGN!

SELCASE
Art. Nr. 5862-2



COLOURTOOL
Art. Nr. 2020-2



+ VIELSEITIGKEIT!



+ QUALITÄT!

TRAVELLER
Art. Nr. 3146-2



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



SÜSSES AUS DEM EI GEPELLT

Mit einem Klick öffnet sich der Weg zu leckeren Schokolinsen: Einfach und genial schnell geben die Snap-Master-Dosen von Kalfany Süße Werbung ihren Inhalt preis. Die attraktive ovale Dose ist besonders zur Osterzeit ein willkommenes Give-away nicht nur für Schokolinsen, sondern auch für viele weitere Füllmöglichkeiten. Zuckerfreie Pfefferminzpastillen, tic tac Fresh Mints oder Fresh Orange, Pulmoll-Halsbonbons oder zuckerfreie Kaugummis bieten für jeden Anlass und alle Zielgruppen eine passende Lösung. Entsprechend individualisiert bleibt die Dose sicher auch nach dem Verzehr ein gern genutzter Aufbewahrungsbehälter für die kleinen Dinge des Lebens.

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

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

LUXUSFEELING UNTERWEGS

Die brandneue Dock-Serie gehört zu den Highlights der aktuellen Cerruti-1881-Kollektion von Plastoria. Die hochwertig anmutende Gepäck-Linie besteht aus einer Reisetasche, einer Einkaufstasche, einer Laptoptasche sowie einer Dokumententasche. Besonders augenfällig bei dieser Serie ist das verwendete Material. Das besondere Kunstleder bietet optisch wie haptisch ein Echtleder-Feeling und wirkt daher ausgesprochen edel. Das große Cerruti-1881-Logo strahlt Luxus aus. Passend zu dieser Serie bietet Plastoria außerdem Kleinlederwaren, Schreibmappen, Stifte und weiteres Zubehör an.

40637 • Plastoria S.A. • Tel +32 2 5219782

info@plastoria.be • www.plastoria.be



AUF REISEN UNENTBEHRLICH

Sie sind klein, handlich und doch eines der wichtigsten Gepäckstücke auf Reisen. Kaum eine Tasche nimmt man öfter in die Hand als die Kulturtasche. Da die Anforderungen an diese Tasche so unterschiedlich sind wie die Reise selbst, hat Halfar jetzt gleich drei verschiedene Modelle in sein Promotion-Programm aufgenommen. Als Teil der eleganten JET-Taschenserie bietet die Kulturtasche drei Reißverschlussfächer, von denen eines als Netztasche im Innern des Hauptfaches liegt. Eine Alternative dazu ist das Modell Business. Sie kann aufgestellt oder gehängt werden und präsentiert vom Shampoo bis zum Rasierer alles auf einen Blick. Farbe ins Spiel bringt die Kulturtasche Sport als reine Hängetasche. Der sportliche Look wird durch die Kombination aus schwarzem Nylon mit einer zweiten Farbe geprägt. Alle drei Modelle können per Sieb- oder Transferdruck sowie Stickerei veredelt werden. Bei den Modellen JET und Business ist auch die Anbringung eines Domings möglich.

45666 • Halfar System GmbH • Tel +49 521 982440

info@halfar.com • www.halfar.com



NOS VEMOS EN LA 51ª FERIA PSI 2013

9 A 11 ENERO DE 2013

www.psi-messe.com



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



SÜSSE HINGUCKER

Maßgeschneiderte Köstlichkeiten für den Apothekenbereich stehen bei i.p.a. sweets ebenso auf dem Programm wie aufmerksamkeitsstarke Appetizer für die Kundenansprache. Diverse Verpackungsvarianten und Individualisierungsoptionen runden das Leistungsspektrum appetitlich ab. Die designstarken Reagenzgläser beispielsweise können mit Werbesüßigkeiten aller Art gefüllt werden. Ob Mint-Pastillen, Salmiak-Splitter oder Traubenzucker-Pastillen, Schoko-Linsen in Blau, Braun, Gelb, Grün, Schwarz, Weiß, Türkis, Orange, Lila, Rot oder Pink – die Kunststoff-Reagenzgläser verleihen den süßen Köstlichkeiten eine starke Verpackung. Eine individuelle Veredlung erfolgt ab einer Abnahmemenge von 500 Stück im Tampondruck, ab 3000 Stück sind auch Werbeanbringungen im Siebdruck realisierbar.

45893 • i.p.a. Sweets GmbH • Tel +49 4242 961200

info@ipasweets.de • www.ipasweets.de

FASZINIERENDE BAUWERKE

Spannender Puzzlespaß von Ravensburger hat mit der Einführung der 3D-Puzzles schon vor Jahren eine neue Dimension erreicht. Nach dem großen Erfolg von Eiffelturm, Big Ben, Empire State Building und einem Nordsee-Leuchtturm legt das Unternehmen jetzt nach und stellt einige weitere faszinierende Bauwerke vor. Mit dabei sind der Schiefe Turm von Pisa, Taipei 101 und die Tower Bridge. Ein Puzzle des Brandenburger Tores erscheint nach Ankündigung des Herstellers im September. Alle 3D-Puzzles bestehen aus 216 oder 324 knickbaren, flachen oder gewölbten Puzzleteilen, die durch ihre Form und Anordnung absolut stabil zusammenhalten. Ein Klebstoff wird beim Puzzlen nicht verwendet.

46563 • Ravensburger Spielverlag GmbH • Tel +49 751 861722

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



LOUNGE MUSIC MIT GESCHMACK

Die ersten warmen Sonnenstrahlen locken wieder auf die Terrasse und laden zu kulinarischen Outdooraktivitäten ein. Passend dazu bietet micx die neuen Dinner- und Grill-Präsente-Sets aus der Media-Set Kollektion jetzt mit Natursalz-flocken für die moderne Gourmetküche an. Die Sets bieten somit nicht nur geschmackvolle Chill oder Lounge Music, die übrigens auch Indoor ihre Wirkung entfaltet, sondern zusätzlich edle Flockensalze zur stilvollen Menü-Verfeinerung aus Natursalzmöhlen. Saltini's Naturflocken mit edlen Kräutern und Gewürzen geben den Gerichten einen einzigartigen wie natürlichen Geschmack. Einzigartig sind auch die Sommeliermesser in den Sets. Über weitere Arrangements für Werbebotschaften von micx informiert auch die Internetseite mediasets.de.

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

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



Go for Gold!

Die Olympiade der besten Werbe-Ideen!

Profitieren auch Sie von den Vorzügen der NEWSWEEK und präsentieren Ihren Kunden eine Auswahl der leistungstärksten Werbeträger.

Einhundert der führenden Lieferantenteams halten auf der NEWSWEEK für Sie und Ihre Geschäftspartner rund 1.000 der heißesten Medaillen-Anwärter in Sachen dreidimensionaler Werbung bereit.

Lassen Sie Ihre Kunden teilhaben an der Olympiade der besten Werbe-Ideen. Die hier gezeigten Werbeträger, der einzigartige Teamgeist der teilnehmenden Lieferanten und Werbemittelberater sowie deren geballte Fachkompetenz sind die Erfolgsfaktoren für rekordverdächtige Werbekampagnen und Spitzenergebnisse.

Besuchen Sie auch den kostenlosen Handelstag am 03.Mai. und gewinnen Sie mit etwas Fortune eine echte **KRÜGERRAND-GOLDMÜNZE**.

Deutschland:

07.05.12 Wuppertal
08.05.12 Offenbach
09.05.12 Ludwigsburg
10.05.12 Nürnberg
11.05.12 München
14.05.12 Hamburg
15.05.12 Berlin

NEU

Österreich:

19.06.12 Wien
20.06.12 Linz

Werbeartikel gesamt: 88 %

TV: 75 %

Radio: 79 %

Reichweite Werbeartikel

Quelle: Werbewirkungsstudie des GWW 2012

Jetzt einfach weitere Informationen oder Tickets anfordern unter
Tel: + 49 (0) 221 9541358 oder
per mail: info@bwl-lieferanten.de

Nicht verpassen:
Exklusiver Handelstag
am 03.05.12
in Frankfurt



DIE GANZE EM AUF EINEN BLICK

Für die Stiefel Eurocart GmbH, den Spezialisten für Werbemittel mit kartografischem Inhalt, gibt es 2012 gleich zwei Anlässe zu feiern. Zum einen das 30-jährige Firmenjubiläum, zum anderen die Fußball-EM in Polen. Das Poster im Format 66 x 99 Zentimeter kombiniert geografische Karteninformationen mit dem kompletten Spielplan und vielen weiteren wichtigen Zusatzinformationen zum Turnier. Alle Spielorte sind in einer physischen Landkarte Polens und der Ukraine markiert. Hinzu kommt ein übersichtlicher Spielplan, in den die Ergebnisse eingetragen werden können. Eine politische Europakarte mit den Standorten aller Teilnehmerländer sowie ein Infoteil mit Daten zu Turnierrekorden und Gewinnern früherer Meisterschaften komplettieren dieses Poster. Angeboten wird der Planer mit Logoeindruck nach Wunsch zum Jubiläumspreis in Deutsch und Englisch.

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

INNOVATIVER MATERIALMIX

Die Kombination der Materialien Metall und Kristallglas beim Design des neuen 3D-Crystal-USB-drive von cocos Promotion hebt diesen Stick deutlich von der Vielzahl der am Markt erhältlichen Speichersticks ab. Der Metallteil des Sticks ist in den Farben Silber hochglanz, Gold hochglanz und Silber matt lieferbar. Das eigentliche Highlight ist aber der angesetzte Kristallglas-Block. In diesen können je nach Kundenwunsch Logos, Wortmarken oder andere Motive eingelastert werden. Um dieser Laserveredelung noch mehr Gewicht zu verleihen, ist eine farbig leuchtende LED integriert, die nach dem Aktivieren des Sticks am PC das Logo wirkungsvoll beleuchtet. Der Metalldeckel kann auf Wunsch zusätzlich graviert werden. Den USB-Speicher im edlen Ledermäppchen gibt es mit Kapazitäten von 2 bis 32 Gigabyte.

46662 • cocos-promotions GmbH • Tel +49 7131 649380
info@cocos-promotions.de • www.cocos-promotions.de



WERBENDER MUNTERMACHER

Ob zu Hause, unterwegs, im Büro oder in der Freizeit: Latte Macchiato in der pfandfreien Alu-Dose von Jung ist der ideale Kick für zwischendurch. Der trinkfertige Kaffee-Mix überzeugt mit 75 Prozent Milchanteil und dem feinen Aroma ausgewählter Kaffeebohnen. Eine Kühlkette ist bei diesem Produkt nicht notwendig. So öffnen sich dem trendigen Italiener auch alle Wege bei Messen, Seminaren, Events oder als Give-away für den Außendienst. Jung individualisiert die Alu-Dose im Digitaldruck und im innovativen Sleeve-Verfahren. Ein- bis vierfarbige Bildmotive werden auf Schlauchfolie gedruckt und dann hauteng um die Dose gelegt. So glänzt der Muntermacher nicht nur durch seinen Inhalt, sondern auch mit einem edlen optischen Auftritt.

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



PROMOTÜRK

POWERED BY



27th International
Premiums &
Promotional Items
Exhibition

GIFTED CITY: ISTANBUL



20-23 September 2012

Istanbul Expo Center / Cnr Expo, Turkey



For online invitation
www.ite-promo.com



The names "powered by PSI" and "PSI" are part of the PSI family of Reed Exhibitions Deutschland GmbH.
The trademark PSI and associated logo are used under license from Reed Exhibitions Deutschland GmbH. EUF A.S. is an independent business and a licensee of Reed Exhibitions Deutschland GmbH.

THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE PERMISSION OF THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY IN ACCORDANCE WITH THE LAW NUMBER 5174



KARTEN IN SICHERHEIT

Das patentierte Kartenetui von acm europe bietet einen sicheren Platz für die wichtigsten Kreditkarten, EC-Karten, Kundenkarten oder den Personalausweis. Das Etui schützt gegen Entmagnetisierung, illegales RFID-Scanning (Datenspionage), Kratzer und Bruchstellen sowie Umwelteinflüsse. In die sechs Karteneinschübe passen alle Karten nach ISO-Standard. Neben einem verlässlichen Schutz der wertvollen Datenträger unterwegs, beim Sport oder im Urlaub bietet das Etui noch einen weiteren Vorteil. Die Karten sind jederzeit auf Knopfdruck erreichbar, umständliches Suchen in der Brieftasche ist Vergangenheit.

47288 • acm europe GmbH • Tel +49 7661 907705

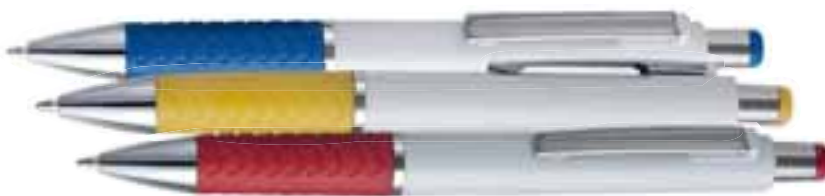
info@my-acm.eu • www.my-acm.eu

KLASSISCH MIT GRIFF

Der neue Rodos-Druckkugelschreiber von Penko writing & promotion ist ein klassisches Schreibgerät mit ausgewogenen Farbakzenten und Glanzeffekten. Auf dem großflächigen, hochglänzend-weißen ABS-Schaft mit schmalen Metallklipp kommen auch größere Werbeaufdrucke besonders zur Geltung. Der farbige Drückeraufsatz auf dem Metalldrücker passt exakt zur griffigen Gummimanschette optional in sechs Farben. Die matte Gummimanschette ist glanzvoll eingebettet vom Metallring und der Spitze. Die Kunststoff-Großraummine mit Dokumental-Paste und TC-Kugel macht das Schreiben zum federleichten Vergnügen.

46550 • Penko GmbH • Tel +49 6127 967215

info@penko.net • www.penko.net



PURISMUS MIT INNOVATION

Purismus ist das richtige Stichwort, um das Wesen der Porzellantasse Vertic von Senator zu beschreiben. Augenfällig ist bei dieser Innovation zunächst der neu gestaltete, doppelt geknickte Design-Henkel. Die sinnvolle Konsequenz: Aufgebrachte Logos kommen auf der zusätzlichen Werbefläche in Griffnähe noch markanter zur Geltung. Natürlich lassen sich dezente Werbebotschaften durch Rundum-Aufdrucke auch auf dem Tassenkorpus anbringen. Die breite Range der Individualisierungsmöglichkeiten ist ein weiteres Argument für die Vertic. Direkt- und Transferdruck sind ebenso möglich wie All-over-Print, der Tiefen- und Struktureffekt Logo 4U und die komplette Einfärbung mittels Colour 4U. Dank der zylindrischen Form lässt sich die Tasse zudem platzsparend stapeln.

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

info@senatorglobal.com • www.senatorglobal.com



Inserentenverzeichnis / Index of advertisers:

PSI Nr.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
5393	absatzplus - Agentur für Werbeartikel e.K.	109
46850	ADV PAX Lutec Vertriebs GmbH	061
47086	Belle Logo GmbH	077
48274	Brecht Profashion GmbH	031
49043	BWG e.V.	053
	BWL e. V.	103
45619	CLIPY - Artur Begin, S.L.	081
41430	Eckenfelder GmbH & Co KG	007
44127	Elektronica SM-Handels GmbH	U2
42480	ERGA s.r.l.	002
47128	E.T. Technologies Deutschland GmbH	077
41857	EUROSTYLE- Emil Kreher GmbH & Co.KG	031
47503	eco-promo GmbH	U4
45666	Halfar System GmbH	022
43540	Intraco Trading bv	019, 023, 026, 028, 036, 044
44212	iSi Deutschland GmbH	065
14931	Jack Nadel International	109
41545	Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG	031
46131	KHK GmbH	039
41614	KM Zündholz International	029
46591	Kreutz GmbH	015
40717	Lensen Toppoint B.V.	075, 079
40717	Lensen Toppoint B.V.	020, 024, 032, 041, 066, 070, 072, 076, 079, 080
48504	Luwor AG	071
41617	MAGNA sweets GmbH	025
44643	Meinzer GmbH	033
40641	Mid Ocean Brands B.V.	005
48527	MTS Sportartikel Vertriebs GmbH	077
45974	Multiflower GmbH	071
44879	NOTES GmbH & CO. KG	097
44176	The Peppermint Company	012+013
6869	present perfect GmbH	109
42332	prodir S.A.	001, 021
	PROMOTURK	105
	PSI Niederlassung der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	051, 063, 073, 089, 085, 095, 101, 111
	Reed Exhibitions Deutschland GmbH	U3
47182	Reisenthel Accessoires	037
45612	Remarkable Ltd	033
44508	Ritter-Pen GmbH	067
43287	Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG	109
40529	Gustav Selter GmbH & Co. KG	099
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	017
48227	Stilema srl.	071
45328	Stilolinea Srl	035
41308	terminic GmbH	041, 045
44970	TRIGON Deutschland GmbH	003, 023
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	033
44281	VICTORINOX AG	027
42394	WÖRTHER GmbH	043, 069
PSI Nr.	Beilagen / Inserts (*Teilaufgabe / *Part of Circulation)	
40823	Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG	*

PSI SUPPLIER FINDER

EINTRAG JETZT AKTUALISIEREN



1	Wichtige Änderungen Für den Eintrag in den PSI Supplier Finder ist die Mitgliedschaft in der PSI Mitgliedschaft erforderlich. Der Eintrag ist in der PSI Mitgliedschaft enthalten. Der Eintrag ist in der PSI Mitgliedschaft enthalten. Der Eintrag ist in der PSI Mitgliedschaft enthalten.
2	Neuerungen bei Lieferanten Die Lieferanten können ihre Daten aktualisieren. Die Lieferanten können ihre Daten aktualisieren. Die Lieferanten können ihre Daten aktualisieren. Die Lieferanten können ihre Daten aktualisieren.
3	Alphabetisches Lieferantenverzeichnis Das Verzeichnis ist alphabetisch sortiert. Das Verzeichnis ist alphabetisch sortiert. Das Verzeichnis ist alphabetisch sortiert. Das Verzeichnis ist alphabetisch sortiert.
4	PSI Mitgliedschaften mit Lieferanten Die Lieferanten können ihre Daten aktualisieren. Die Lieferanten können ihre Daten aktualisieren. Die Lieferanten können ihre Daten aktualisieren. Die Lieferanten können ihre Daten aktualisieren.
5	PSI Sponsoring Services Die Lieferanten können ihre Daten aktualisieren. Die Lieferanten können ihre Daten aktualisieren. Die Lieferanten können ihre Daten aktualisieren. Die Lieferanten können ihre Daten aktualisieren.

Der Countdown läuft, denn Anfang Juni 2012 erscheint der neue PSI Supplier Finder. Unter www.psi-network.de/supplierfinder können Lieferanten alle ihre Daten aktualisieren. Schlussdatum für den Eintrag ist der 27. April 2012. Der Grundeintrag ist in der PSI Mitgliedschaft enthalten. Das Nachschlagewerk wird in neuem Design erscheinen. Neben altbewährten Vorteilen hat der Supplier Finder viele Neuheiten zu bieten: Durch die QR-Code Verlinkung zum Product Finder 2.0 wird etwa eine erhöhte Reichweite der Leserschaft (PSI-Händler) erzielt.

www.psi-network.de/supplierfinder



KONTAKT:

PSI Verlagsteam

Tel.: +49 211 90191-321

publishing@psi-network.de

SEMINARE FÜR AUSSTELLER

NEUES PROGRAMM FÜR 2012



Die Bewertungen waren durchweg positiv: „Sehr informativ und verständlich“, „angenehmer Vortragsstil“, „praxisrelevante Inhalte mit großem Potenzial zur Umsetzung“. Bei den Teilnehmern der ersten Seminare zum Thema „Professionelle Messeplanung“ in diesem Jahr stießen die Vorträge bereits auf breite Zustimmung. Sie gehören zum neu aufgelegten Programm der Seminar-Allianz 2012. Das Netzwerk vereint die wichtigsten Messegesellschaften und -veranstalter Deutschlands, Österreichs und der Schweiz. Aussteller der PSI können von diesem Experten-Wissen profitieren.

Das Seminar „Professionelle Messeplanung“ bietet Ausstellern Know-how für den Planungsprozess der Messe – vom Kommunikationskonzept über den Standbau, dialog- und verkaufsfördernde Gesprächsführung bis hin zur Messe-Nachbereitung. Weitere Seminare, die allesamt deutschlandweit angeboten werden, sind „Erfolgskontrolle Messe“ und „Crashkurs: Standbau und -design“. Zudem bietet die Seminar-Allianz individuelle Messe-Coachings an, die speziell auf das eigene Unternehmen zugeschnitten sind. Weitere Informationen zu Angebot und Anmeldung unter www.psi-messe.com/seminare_fuer_aussteller_300.html.



PSI MESSE 2013

RECHTZEITIG PLANEN



Vom 9. bis 11. Januar 2013 öffnet die 51. PSI Messe ihre Pforten. Die Vorbereitungen für den Branchentreff in Düsseldorf laufen schon jetzt auf Hochtouren, um auch im nächsten Jahr eine spannende Produktschau mit vielen Neuheiten zu bieten. In Halle 11 soll im kommenden Jahr mit der „International Association Area“ unter anderem ein internationaler Treffpunkt geschaffen werden. Hier kann man die PSI Partnervverbände aus aller Welt mit zahlreichen internationalen Ausstellern treffen, Kontakte knüpfen und sich darüber informieren, was die internationale Branche Neues zu bieten hat. Alles Wissenswerte zur kommenden Messe sowie zu den Stand-Buchungen gibt es auf der PSI Homepage unter www.psi-messe.com.



Die **Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG** ist Teil der Schwan-STABILO Unternehmensgruppe und Partner der nationalen und internationalen Werbemittelbranche. Für den Vertrieb von anspruchsvollen Werbeprodukten im Bereich Schreiben und Markieren suchen wir Sie als

Vertriebsmitarbeiter/-in für den Bereich Europa mit Reisetätigkeit

Ihre Aufgabenschwerpunkte:

- Betreuen und Beraten unserer europäischen Kunden aus den Bereichen Industrie und Handel
- Verantwortung für die Umsetzung der Vertriebsstrategie sowie den Ausbau und die Weiterentwicklung der bestehenden Vertriebsstrukturen in unseren Kernmärkten
- Akquisition von neuen Vertriebspartnern und Kunden
- Gestaltung und Durchführung von Marketingaktivitäten

Ihre Qualifikation:

- Betriebswirtschaftliches Studium oder kaufmännische Ausbildung
- Mehrjährige Berufserfahrung im internationalen Vertrieb/Export
- Verhandlungssichere Französisch- und Spanischkenntnisse
- Kommunikationsstärke, Durchsetzungsvermögen und Verhandlungsgeschick

Vertrieb ist Ihre Leidenschaft und Sie verstehen es, andere für unsere Produkte zu begeistern? Sind Sie kontaktsark, arbeiten gerne im Team und bewegen sich sicher auf dem internationalen Parkett? Reisebereitschaft gehört für Sie ebenso zu einer spannenden Vertriebsposition, wie eine leistungsorientierte Arbeitsweise? Dann könnten wir gut zueinander passen. Wir freuen uns auf Ihre ausführenden Bewerbungsunterlagen, einschließlich Gehaltsvorstellung und frühestem Eintritt.

Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG · Human Resources
Silke Horn · Schwanweg 1 · 90562 Heroldsberg · E-Mail: jobs.de@stabilo.com

Informationen zu Schwan-STABILO Promotion Products finden Sie unter
www.stabilo-promotion.com

Haben Sie das Plus?

absatzplus (Köln)
sucht ab sofort einen

Kundenbetreuer (w/m)

in Vollzeit

absatzplus ist einer der führenden deutschen Werbeartikelhändler. Seit über 20 Jahren überzeugen wir unsere Kunden durch unser Service-Plus: schnell, kompetent, zuverlässig. Wir punkten nicht nur mit der Qualität unserer Produkte, sondern auch mit der freundlichen und persönlichen Betreuung durch unser Verkaufsteam.

Für unser Büro in Köln suchen wir ab sofort einen Kundenbetreuer (w/m) für den Telefon- und Mailkontakt (inbound). Sie sind die erste Stimme unseres Unternehmens und sorgen durch Ihre professionelle und freundliche Art dafür, dass sich unsere Kunden sofort wohlfühlen. Ihre Hauptaufgabengebiete: Annahme von Telefonaten, Bearbeitung des zentralen Mailings, Erstberatung von Kunden.

Sie wissen, dass der erste Kontakt entscheidend alle weiteren Geschäftsbeziehungen prägt, sind freundlich, flexibel, routiniert im Umgang mit Kunden und haben eine angenehme Telefonstimme. Sie treten Ihren Gesprächspartnern gegenüber stets freundlich und selbstsicher auf und behalten auch in herausfordernden Situationen das Service-Plus im Blick. Der sichere Umgang mit den gängigen Office-Programmen sowie idealerweise Vorerfahrung in der Werbeartikelbranche runden Ihr Profil ab.

Wenn Sie sich in dieser Beschreibung wiederfinden und Lust auf eine neue Herausforderung haben, begeistern Sie uns unter

bewerbung@absatzplus.com.

Wir freuen uns darauf, Sie kennen zu lernen!



Kundenorientierter Vertriebsprofi gesucht!

Die PRESENT PERFECT Gruppe ist seit über 20 Jahren erfolgreich als Spezialagentur für dreidimensionale Werbung (Werbekartikel und Handelsmarketing) tätig. Unsere Teams in den Büros Berlin und Hamburg betreuen ausgewählte namenhafte Unternehmen.

Unsere große Stärke liegt in der individuellen Betreuung unserer Großkunden. Nicht die Größe der Kundenkartei ist uns wichtig, sondern der intensive Kontakt mit einer Auswahl von Kunden – kurz gesagt Klasse statt Masse!

Für unser Werbeartikelteam in Berlin suchen wir einen kundenorientierten Vertriebsprofi als Mitarbeiter (m/w) im Innendienst. Sie betreuen eigenständig einen festen Kundenstamm. Die Aufgabe umfasst die komplette Angebots- und Auftragsbearbeitung bis zur Vorbereitung der Fakturierung der Aufträge.

Wenn Sie kundenorientiertes- und strukturiertes Arbeiten als Ihre Stärke ansehen und bereits erfolgreich als Kundenberater in einer Werbe- oder Werbeartikelagentur gearbeitet haben, freut sich Nader Rayan auf Ihre schriftliche Bewerbung (am liebsten per Mail!). Wir bieten Ihnen ein angemessenes Einkommen und einen Arbeitsplatz im Herzen von Berlin-Kreuzberg in direkter Spreelage.

PRESENT PERFECT Products GmbH
Nader Rayan
Schlesische Straße 28
10997 Berlin
bewerbung@berlin.present-perfect.de
www.present-perfect.de

Jack Nadel International Ltd, an American owned company with offices opening across Europe, www.nadel.com:

3 career opportunities in London & Europe

1. New Business Sales Executive (£18-23K, OTE £30-£35K uncapped). An exciting opportunity exists for a Sales Executive who will be responsible for selling to new accounts and developing existing accounts. The successful applicant will have a track record in cold calling, setting up client meetings and a proven ability to hit a monthly sales target. Knowledge of the branded promotional business is a bonus. **Self-starter who is hungry for success would find this an incredible opportunity.**

2. Account coordinator (£20-23,500 depending on experience). Organised person, with great attention to detail, highly skilled at prioritising! This role involves sourcing promotional items, placing the orders, liaising with suppliers & clients to ensure the customer receives top quality service. Experience in the promotional merchandise business essential. Knowledge of Sage a bonus, fast typing is important.

These jobs are based in our Notting Hill London office with a small hard working friendly team in a fast paced environment!

3. **Interested in becoming an Agent for JNL in Europe?** Please email info@nadel.uk.com. Excellent and long term experience in the promotional gift business is prerequisite. Please send your proposal.

IMPORT, IMPORT...

Nicht alle tun es, aber immer mehr. Immer mehr Händler tun es. Sie tun es im Zweifel über Umwege. Asiaten freut das. Es wird scheinbar auch immer einfacher. Offenbar boomt der Import von Werbeartikeln. Kann das sein? Bei all den Hürden, die einem das Leben immer schwerer machen – von CSR und Produktqualität, von Einfuhrbestimmungen über Produktsicherheit bis hin zur Logistik. Risiken über Risiken für unsere Branche, der es aktuell nicht schlecht geht, aber auch nicht gut. Euphorie ist hier fehl am Platz.

Fakt ist, dass der Import aus Asien zwar den altbekannten Lieferwegen folgt, aber durch Faktoren wie Vorfinanzierung, Lieferprobleme und sich verändernde Rah-

menbedingungen immer schwerer kalkulierbar wird. Was mit weiteren Preiserhöhungen verbunden ist. Aktuelles Thema sind mal wieder die Frachtraten. Die Raten für Transporte aus Fernost haben sich im März um mehr als 100 Prozent erhöht! Konnte man als „normaler Verlader“ im Februar mit gut 800 US-Dollar per 20' Container einkaufen, so zahlt man heute schnell mal 1500 US-Dollar oder mehr.

Angebote, die von den Reedereien noch im Februar gemacht wurden, werden jetzt gerne ignoriert und nach oben korrigiert. Ohne Beziehungen können sich die Kosten leicht verdoppeln. Verzögert sich die Produktion und damit die Verladung, hat man kaum eine Chance auf die alten Konditionen. Es gibt bereits Anzeichen dafür,

dass sich ab April die Raten weiter verteuern werden. Die Preisspirale dreht sich also weiter nach oben.

Was passiert dort? Das Übliche: Angebot und Nachfrage. Es ist zurzeit kaum Platz auf den Schiffen zu bekommen. Genau das Gegenteil zu vor zwei Jahren, als viele Schiffe vor Anker liegen mussten. Die Situationen ändern sich schnell. Dies ist allerdings kaum ein Indikator dafür, dass es bei den Reedereien boomt. Diese Erklärung wäre in der heutigen Zeit zu einfach. Die Reedereien sind durch die extrem schlechte Auslastung in Verbindung mit Dumpingraten in den letzten Jahren in eine missliche Situation geraten. Importeure bekommen das auch empfindlich zu spüren.

In unserer Branche sind es die großen Importeure von Werbeartikeln, die mit steigenden Preisen und sinkenden Margen zu kämpfen haben. Sie werden derzeit am meisten gebeutelt. Und da wollen immer noch mehr Händler selbst importieren? Ich kann nur sagen: Schuster bleib bei deinen Leisten.

Es grüßt Sie



Michael Freter

Herausgeber PSI Journal

Geschäftsführer PSI

michael.freter@psionline.de



» Aktuelles Thema sind mal wieder die Frachtraten. Die Raten für Transporte aus Fernost haben sich im März um mehr als 100 Prozent erhöht. «

51. PSI FUARINDA GÖRÜŞMEK ÜZERE 2013

9 – 11 Ocak 2013'de

www.psi-messe.com



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



FIT UND GESUND IN DEN SOMMER

Wenn die Sonnenstrahlen locken, treibt es immer mehr Menschen in die Natur und kaum etwas fühlt sich besser an, als wieder in Bewegung zu sein. Der Trend in Deutschland zu bewusster Ernährung und viel Bewegung setzt sich fort. Vor allem im Alter spielt das Gesundheitsbewusstsein eine immer größere Rolle, wie eine Studie der Deutschen Krankenversicherung (DKV) bestätigte. Vom Wellness-Shampoo bis hin zum Fitness-Drink – die Produkte sind gefragt. In der Mai-Ausgabe des PSI Journals präsentieren wir Ihnen eine vielfältige Auswahl an Werbeartikeln rund um Fitness und Gesundheit. In einer weiteren Themenrubrik stellen wir Ihnen die neuesten Kreationen aus den Bereichen, Taschen, Leder, Reise vor.

Bitte denken Sie schon jetzt an unser Titelthema der Juni-Ausgabe „Schreiben und Büro“ sowie „Elektronische und digitale Produkte“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 18. April 2012 an Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechemer@edit-line.de.



DIE BESONDERE NOTE

Die mt products GmbH hat sich neben dem klassischen Werbeartikel auf die Lieferung maßgeschneiderter Sonderanfertigungen aus Fernost spezialisiert. Das junge, innovative Unternehmen aus Bargteheide bei Hamburg zeigt, wie fernöstliche Importware, Qualität und individuelle Anfertigungen miteinander in Einklang gebracht werden.



KUNST FÜR JEDEN TAG

Den Alltag ein wenig verschönern – das hat sich das französische Unternehmen Lexon zum Ziel gesetzt. Klare Formen und Ästhetik spielen dabei eine große Rolle. Dank seiner hochkarätigen Designer schafft es Lexon, aus alltagsgebräuchlichen Gegenständen Kunst für jeden Tag zu machen.



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

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

Postleitzahlen: 0, 3, 4, 5 / Regionen: Naher und Mittlerer Osten, Irland, Baltikum, Finnland, Afrika:

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

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

Postleitzahlen: 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: İsmail Sezen, İstexpo Fuarcılık Hizmetleri Ltd. Şti, 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, Miriam Walter

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



frankfurt 2012

neue perspektiven erleben.

25. bis 27. Oktober

Werbeartikel in aller Vielfalt.

**Trendige Streuartikel und Custom Made Products:
Starten Sie Ihre Umsatzoffensive
auf der internationalen Fachmesse
für visuelle Kommunikation,
Technik und Design.**

Messegelände Frankfurt
www.viscom-messe.com

Including:



Ihr SPEZIALIST für recycelte und ökologische Werbeartikel

SPECIALIST Supplier of recycled and eco-friendly products

**Sustainable
Nachhaltig**

*New:
JUCO Shopper*

**Organic
Bio-Baumwolle**

**Bio-Plastic
Bio-Kunststoff**

**Recycled
Recycelt**



eco-promo

ÖKOLOGISCHE
WERBEARTIKEL

www.eco-promo.de

sales@eco-promo.de
Tel: +49 9369 983 59-10



eco-promo

ENVIRONMENTAL
TRADE SUPPLIER

www.eco-promo.eu

sales@eco-promo.eu
Tel: +49 9369 983 59-11