

# JOURNAL



**Ralf Rühlemann**  
**Kasper & Richter**  
„Alles muß  
Sinn machen“



**Yasmin von Schweinitz**  
**Lunari**  
Vielseitige  
Innovationen



**Werbeartikel-Guide**  
Taschen, Leder, Reise,  
Gesundheit, Fitness

**Lexon**  
Kunst für jeden Tag

**mt products**  
Die besondere Note

**Scholz Promotion Service**  
Service erleben

**KRISENMANAGEMENT**  
**UNTERNEHMEN**  
**ERFOLGREICH SANIEREN**

# Heiß auf Fußballbestseller?



Art.: 07264



Art.: 07283



Art.: 03646



Art.: 03636



Art.: 07759



Art.: 07320

**Fußball EM 2012 vom 8. Juni - 1. Juli**



Mehr Fanartikel  
finden Sie hier

**elasto  
form**

elasto form KG • Industriegebiet West • Franz-Sollfrank-Str. 6 • D-92237 Sulzbach-Rosenberg  
Tel.: +49(0)96 61/890-0 • Fax: +49(0)96 61/890-500 • mail@elasto-form.de • www.elasto-form.de



## EDITORIAL

## RAN AN DEN KUNDEN

**A**lle suchen sie ihn, den neuen Kunden. Wer sein Unternehmen so ausgerichtet hat, dass er jedes Jahr zweistellige Steigerungsraten braucht, dessen Suche dürfte derzeit ziemlich hektisch sein. Denn wo ist er, der neue Kunde? Zeitschriften suchen ihn, Messen suchen ihn, Importeure suchen ihn und Händler suchen ihn auch – obwohl manche Importeure das nicht so recht glauben wollen. Ihre Unternehmen sind vielfach Teil einer Expansions-Ökonomie, die in weltweit schwachen Märkten an ihre Grenzen stößt.

Ob diese Expansions-Ökonomie grundsätzlich ausgedient hat und durch eine Social-Business-Ökonomie ersetzt werden muss, darüber sollen Wirtschaftsphilosophen in ihren Zirkeln streiten. Fakt aber ist, dass mehr und mehr Quantität durch Qualität ersetzt wird. In allen Branchen gibt es unzählige Qualifizierungsprozesse. Ohne branchenübliche Zertifizierung geraten Unternehmen mehr und mehr aufs Abstellgleis. Auch die Werbeartikelwirtschaft hat sich europaweit auf den Weg zu mehr Qualität gemacht. Das PSI arbeitet in engem Schulterschluss mit den Verbänden ebenfalls daran. Und doch stellt sich letztlich die Frage: Passen Qualitäts- und Expansions-Ökonomie zusammen? Einzelne Produkte beweisen es zwar, man denke nur an Apple. Aber funktioniert das auch gesamtwirtschaftlich?

Bleiben wir also in der Wirklichkeit – und bei der Suche nach neuen Kunden. Ist das Direktgeschäft für Hersteller und Importeure ein gangbarer Weg, eben diesen Kunden zu finden? Einige Geschäftsmodelle könnten Beleg dafür sein. Aber es gibt auch große Endkunden, die sich nach Ausflügen ins Direktgeschäft reumütig wieder Werbeartikel-Berater an ihre Seite holen. Mit Werbeartikeln wirkungsvoll Werbung zu betreiben, das ist eben mehr, als Produkte billig einzukaufen. Und genau darin liegt die Chance des Beraters und Händlers von Werbeartikeln. Aber wird sie ausreichend genutzt? Gibt es in den Familienbetrieben so etwas wie ein gezieltes Neukunden-Marketing? Fragt man bei Unternehmerstammtischen nach, so hat man nicht den Eindruck. Auffallend wenige berichten von Versuchen der Branche, sie als Neukunden zu gewinnen. Hat das Familienunternehmen dafür zu wenig an interner Expansions-Ökonomie, was große Konzerne häufig zu viel haben? Auf all dies aber gibt es letztlich nur eine Antwort: Ran an den Kunden! Was sonst? Wenn sich jedes Unternehmen bei Händlern und Beratern ernsthaft die Frage stellt, wie viele Neukunden in den vergangenen zwei Jahren hinzugewonnen wurden, dann ist das der erste Schritt in Richtung Neukunden und damit zur Lösung des Problems.

In diesem Sinne



Manfred Schlösser  
Chefredakteur PSI Journal



Manfred Schlösser



Die Grenze zwischen Arbeit und Privatleben ist *bauchdünn*. Manchmal so dünn wie ein *Blatt Papier*.

Was durch den Alltag getrennt wird, findet hier einen geordneten Rahmen für ein friedliches Zusammenleben. Arbeitsnotizen und persönliche Aufzeichnungen treffen einander endlich in einem Produkt, das aus mehreren Heften zusammen gesetzt ist.

PM Paper Multitasking



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



Als das Familienunternehmen M-S Textilhandel e. K. im Jahr 2000 durch Herrn Sohail Mushtaq gegründet wurde, lag von Anfang an der Schwerpunkt in der Produktion qualitativ hochwertiger Berufsmode für die Gastronomie. Heute umfasst das Angebot auch Promotionwear.

Über die Jahre entwickelte sich ein breit gefächertes Warenangebot, das durch farbliche Vielfalt, der damit verbundenen Kombinierbarkeit der Artikel untereinander und hoher Qualität besticht.

Das schwere, widerstandsfähige Mischgewebe eignet sich ideal für Berufsbeleidung, aber auch als Promotionwear.

Das Sortiment ist „klein aber fein“, besteht aus Polo-Piqué für Damen und Herren, T-Shirts, verschiedener Sweatware, Kochjacken in verschiedenen Ausführungen und einem großen Angebot an Schürzen.

Das gesamte Angebot ist zudem in einem breiten Größenspektrum erhältlich.

Wir können mit einer starken Lieferfähigkeit aufwarten, da unsere Ware in Deutschland lagert und wir unsere Kunden somit mit Kleinmengen, aber auch Großbestellungen beliefern können.

Der persönliche Kontakt zu unseren Kunden ist uns sehr wichtig und die langjährigen Geschäftsbeziehungen zu unseren Stammkunden, zeigen uns das wir mit unserer Firmenpolitik den richtigen Weg eingeschlagen haben.

### M-S Textilhandel e.K.

Luisenstraße 1 · 76275 Ettlingen  
Tel: +49 (0) 7243 | 71 99 40  
Fax: +49 (0) 7243 | 71 99 41  
MS-Textilhandel@t-online.de  
www.mus-textilhandel.de

## BOTSCHAFTEN FÜR UNTERWEGS

18

Ob Koffer, Badematte oder Fotoapparat - Produkte rund um den Urlaub werden in der Branche gerne angeboten. Schließlich herrscht auf Reisen eine positive Grundstimmung, die einen fruchtbaren Boden bereitet, auf dem Werbung bestens wirken kann. In unserem aktuellen Titelthema stellen wir Ihnen die beliebten Werbebotschafter für unterwegs vor. Zudem präsentieren wir Ihnen Neuheiten aus der Produktgruppe „Gesundheit und Fitness“.



<b>TRENDS &amp; BRANDS</b>	Die Reisesaison steht vor der Tür	4
	Frisch herausgeputzt	6
<b>FOKUS</b>	Krisenmanagement: Unternehmenskrisen erkennen und meistern	8
<b>JOURNAL</b>	Nachrichten aus Wirtschaft, Politik und Business	14
<b>TASCHEN, LEDER, REISE</b>	Botschaften für unterwegs	18
<b>BRANCHE</b>	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	42
	K+M Frühjahrsmesse: Traditionell hohes Niveau	46
	m.e.s. Marketingservices GmbH: Sportlicher Auftritt	48
	Hauptfleisch GmbH: Ein geschenkter Tag	50
	Viering GmbH: Werbestars für jeden Anlass	52
<b>GESUNDHEIT UND FITNESS</b>	Bartenbach Marketing Services GmbH & Co. KG: Werbemittel-Trends in der Lokhalle	54
	Scholz Promotion Service GmbH: Service erleben	56
	Gut in Form	58
<b>UNTERNEHMEN</b>	mt products GmbH: Die besondere Note	76
	Lexon S.A.: Kunst für jeden Tag	78
	Lunari Outdoor, Werbemittel & Verlag GmbH: Vielseitige Produktinnovationen	80
<b>PORTRAIT</b>	Ralf Rühlemann: „Alles muss Sinn machen“	82
<b>NEU AM MARKT</b>	Werbeartikel-Innovationen	86
<b>MY PSI</b>	Informationen für PSI Mitglieder	92
<b>MEINUNG</b>		94
<b>IMPRESSUM</b>		96

## UNTERNEHMENSKRISEN ERKENNEN UND MEISTERN 8



In diesem Jahr muss laut Wirtschaftsauskunfteien in Deutschland mit bis zu 40.000 Insolvenzen gerechnet werden. Von den betroffenen Unternehmen werden etwa zwei Drittel den bitteren Weg der gesamten Liquidation antreten müssen. Unabhängig von der Konjunktur sind es in der Regel hausgemachte Fehler, die für diese Unternehmen das Aus bedeuten. Früh erkannt hätten sie die Probleme noch meistern können. Werbeartikelunternehmen, die krisenbedingt in Schieflage geraten sind, können von den folgenden Ausführungen profitieren.

## GELUNGENE PRODUKTPRÄSENTATIONEN 46



In den letzten beiden Monaten standen wieder zahlreiche Hausmessen auf dem Programm. Die Veranstalter überraschten ihre Gäste mit außergewöhnlichen Locations, innovativen Produkten und einer professionellen Beratung. Wir waren vor Ort, um Impressionen für Sie festzuhalten. Lesen Sie ab Seite 46 unter anderem über die 40. Frühjahrsmesse der K+M Werbemittel GmbH und den 8. Mainzer Werbemittel-Tag der Bartenbach Marketing Services GmbH & Co. KG.

## MT PRODUCTS GMBH: DIE BESONDERE NOTE 76



Fernöstliche Importware, qualitativer Anspruch und ganz auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Sonderanfertigungen – die mt products GmbH zeigt, dass sich diese Komponenten nicht ausschließen, sondern im Gegenteil bestens miteinander in Einklang zu bringen sind.

## RALF RÜHLEMANN: „ALLES MUSS SINN MACHEN“ 82



Als Ralf Rühlemann in das väterliche Unternehmen Kasper & Richter einstieg, hatte er bereits zehn Jahre in den USA gelebt, dort ein Studium absolviert und in Deutschland Berufserfahrung gesammelt. Sukzessive entwickelte er das Produktportfolio des Herstellers feinmechanischer Präzisionsinstrumente sinnvoll weiter: Heute liefert das traditionsreiche Unternehmen hochwertige Instrumente zum Messen und Zählen, optische Produkte, Reisezubehör sowie Artikel für Outdoor und Fitness.



## FrISCHE Ideen in Plüsch!

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



Sonder-  
anfertigungen  
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](http://www.semo.de)

**FLAUSCHIGES BADESET**

Emmebiesse S.P.A.

PSI-Nr.: 45079

www.emmebiesse.com

**HOCHWERTIGE STRANDMATTE**

Mid Ocean Brands B.V.

PSI-Nr.: 40641

www.midoceanbrands.com

**DIGITALKAMERA MIT FÜNFACHEM ZOOM**

Lehoff Im- und Export GmbH

PSI-Nr.: 41259

www.lehoff.de

**BADESCHLAPPEN IN PEPPIGEN FARBEN**

Mid Ocean Brands B.V.

PSI-Nr.: 40641

www.midoceanbrands.com

**HOCHWERTIGE TROLLEYS AUS POLYCARBONAT**

EUROSTYLE – Emil Kreher GmbH &amp; Co. KG

PSI-Nr.: 41857

www.eurostyle.eu

**DIE REISESAISON STEHT VOR DER TÜR**

Der eine sucht den Nervenkitzel bei Erlebnisreisen, der andere tankt Kraft am weißen Sandstrand oder in einer der pulsierenden Städte der Welt – der perfekte Urlaub sieht für jeden anders aus. Doch im Kern suchen alle Urlauber das gleiche: Entspannung, Erholung und Abstand vom Alltag. Für viele steht die schönste Zeit des Jahres direkt vor der Tür. Dass sie intensiv genutzt wird, zeigen die Vorausbuchungen und Prognosen für den Sommer 2012. Diese stimmen den Deutschen Reiseverband (DRV) positiv. Mit zwei bis drei Prozent Marktwachstum rechnet die Institution zum aktuellen Zeitpunkt. Eine Nachricht, die auch die Werbeartikelbranche positiv stimmen müsste. Schließlich winkt deshalb auch mit Reiseutensilien aller Art ein lukratives Geschäft. Lassen Sie sich von werbestarken Produktideen für die Urlaubszeit inspirieren.



FASHION TUNES

**NEW**

## URBAN STYLE

Stylisches Must-have für jeden urbanen Abenteuerer: das **Military Sandwich Cap (MB 6555)** aus robustem Baumwollcanvas ist der perfekte Begleiter in der Freizeit oder beim Sport dank des gefütterten Baumwollschweißbandes. Passend zu dem trendy Cap bietet James & Nicholson Hemden in vielen verschiedenen Schnitten und Farben, sowie passende Accessoires wie Schals und Bandanas von Myrtle Beach. Mehr trendy Produkte auch in unserem **Compendium 2012**.

**PFLANZENPFLEGE DE LUXE**

Vabene GmbH  
PSI-Nr.: 46955  
www.vabene-design.com

**KÜCHENKRÄUTER**

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

**PRAKTISCHE REINIGUNGSTÜCHER**

HAMA GmbH & Co. KG  
PSI-Nr.: 43628  
www.hama.de

**ORIGINELLE  
TASTATURBÜRSTE**

Reeko design gmbh & co. kg  
PSI-Nr.: 46261  
www.reeko.com

**22-TEILIGES WERKZEUGSET**

elasto form KG  
PSI-Nr.: 41369  
www.elasto-form.de

**FRISCH HERAUSGEPUTZT**

Während draußen die Sonne vom Himmel strahlt und die Natur zu neuem Leben erwacht, holen Menschen allerorts Staubtücher, Besen und Allzweckreiniger aus dem Regal. Der Frühjahrsputz steht vor der Tür. Fleißig werden Scheiben gesäubert, Böden gewienert und Regale abgestaubt. Eine Tradition, die zwar zweckmäßig, aber nicht mehr unbedingt von Nöten ist. Anders sah es zu Zeiten aus, in denen noch mit Kohleöfen geheizt wurde. Ruß und Asche sammelte sich dann über den Winter hinweg auf Dielen und Möbel an. Mit dem Frühjahrsputz kehrte man den hartnäckigen Schmutz aus den eigenen vier Wänden. Eine Tradition, die auch heute noch von Generation zu Generation weitergegeben wird. Warum auch nicht? Schließlich bewahrt man mit dem Frühjahrsputz nicht nur einen Brauch, sondern findet erneut Freude an seinem gepflegten Haus und Garten. Für die fleißigen Reinemacher bietet die Branche eine große Auswahl an nützlichen Produkten. Überzeugen Sie sich selbst!

# Die ganze Vielfalt für Ihre Werbung



EB-15  
Reflektiv



EB-15  
Concealed



EB-15  
HC



EB-15  
Opener



SM-3  
HC



SM-3  
HC-LED



EB-30  
HC



EB-30  
HC

**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](mailto:info@elektronica.de)  
Internet: [www.elektronica.de](http://www.elektronica.de)

it's my flame!





## KRISENMANAGEMENT

---

# UNTERNEHMENSKRISEN ERKENNEN UND MEISTERN

---

In diesem Jahr muss laut Wirtschaftsauskunfteien in Deutschland mit bis zu 40.000 Insolvenzen gerechnet werden. Von den betroffenen Unternehmen werden etwa zwei Drittel den bitteren Weg der gesamten Liquidation antreten müssen. Unabhängig von der Konjunktur sind es in der Regel hausgemachte Fehler, die für diese Unternehmen das Aus bedeuten. Früh erkannt könnten sie die Probleme noch meistern. Werbeartikelunternehmen, die krisenbedingt in Schieflage geraten sind, können von den folgenden Ausführungen profitieren.

---

**B**ei den Insolvenzgläubigern, zu denen neben den Banken und Lieferanten auch Sozialversicherungsträger und das Finanzamt zählen, führen Unternehmenskrisen zu jährlichen Wertberichtigungen in Milliardenhöhen. Neben den entstehenden Wertverlusten, gehen vor allem auch viele Arbeitsplätze verloren. Oftmals können von den Unternehmen keine Stellen neu geschaffen werden, so bleiben besonders diejenigen Mitarbeiter auf der Strecke, die aufgrund ihres Alters und ihrer Qualifikation nicht mehr vermittelbar sind. Durch Unternehmensinsolvenzen wird auch der Arbeitsmarkt belastet, was letztendlich durch den Steuerzahler ausgeglichen werden muss. Die genannten Umstände und auch die Erkenntnis, dass gute und traditionsbehaftete Unternehmen nicht einfach zerschlagen, sondern bewahrt werden sollten, hat in den letzten 15 Jahren dazu geführt, dass sich innerhalb der Beratungsbranche ein Geschäftsfeld im Bereich von Sanierungsberatung, Interimsmanagement und Turn-Around-Management gebildet hat.

#### INSOLVENZANTRAGSPFLICHT VERMEIDEN

Losgelöst von der genaueren Betrachtung, ob und wann die Insolvenzantragspflicht besteht, ist ein Sanierer sofort zum Handeln gezwungen. Um eine Insolvenzverschleppung zu vermeiden oder schon vorhandene Tatbestände zu kompensieren, müssen schnell Entscheidungen getroffen werden. Der zeitliche Rahmen der Handlungsfähigkeit ist begrenzt. Während der Sanierung muss verhindert werden, dass die Gläubiger weitere Zwangsvollstreckungsmaßnahmen einleiten. Der Sanierer muss mit Kreditversicherern verhandeln, damit die Grundversorgung des Unternehmens gesichert ist. Die Rücknahme von Zwangsvollstreckungsmaßnahmen der Gläubiger ist durch einen Volljuristen mit den Gläubigern auszuhandeln. Die Ruhestellung aller Zwangsvollstreckungsmaßnahmen ist deshalb nötig, um die Zahlungsunfähigkeit nach der Insolvenzordnung zu neutralisieren. Die grundsätzliche Aufgabe eines erfahrenen Sanierers besteht nicht nur da-

rin, die gesetzlichen Insolvenzantragspflichten zu vermeiden, sondern vielmehr zu prüfen, warum das Unternehmen überhaupt in die Krise gerutscht ist. Daneben gilt es festzustellen, ob das Unternehmen noch marktfähig ist. Ist dies nicht der Fall, müssen die Möglichkeiten einer Liquidation oder einer Insolvenz beurteilt werden. Um das Unternehmen zu sanieren, ist es vor allem notwendig, das Rechnungswesen und den Informationsfluss im Unternehmen zu überprüfen. Dazu gehört neben den Positionen „Halbfertige Arbeiten“ und „Lagerware“ auch die Debitoren des krisenbehafteten Unternehmens auf Werthaltigkeit zu prüfen, auch um zu sehen wo

Schuldner aufgrund von Liefermängeln, Produktionsmängeln oder sonstigen Mängeln Rechnungen teilweise oder gar nicht beglichen haben. Eine solche Revision muss diskret durchgeführt werden, um die Kunden nicht zu beunruhigen. Je größer das Unternehmen ist, desto eher werden benötigte Informationen aus der Kostenrechnung, Deckungsbeitragsrechnung und der sonstigen betriebswirtschaftlichen Auswertungen mit in die Prüfung eingeschlossen. Profis in den Unternehmenssanierung oder Konsolidierung haben hierfür meist eigens entwickelte Abteilungen, die die vorliegenden betriebswirtschaftlichen Auswertungen und Bilanzen in einer Kurzrevisi-





on auf Plausibilität und „Nützlichkeit“ prüfen und entdeckte Informationslücken durch eigene Zuarbeit schließen. Bei krisenbetroffenen Unternehmen sind meist das Rechnungswesen und der Informationsfluss innerbetrieblich so schlecht, dass nur durch externe Zuarbeiten wirklich zuverlässige Informationen über den Zustand des Unternehmens erarbeitet werden können.

#### ZEITNAH HANDELN

Bei der Unternehmenssanierung steht immer der letztendlich bleibende Erfolg im Vordergrund, auch unpopuläre Maßnahmen, die zur Rettung des Unternehmens und der Mehrzahl von Arbeitsplätzen dienen, gehören geplant und umgesetzt. Auf jeden Fall muss ein Sanierer ausgeprägte Faktenorientierung und unternehmerisches Denken mitbringen und eine große Portion Stresstabilität haben. Ein Spezialist für Betriebskonsolidierung hat mindestens 3 bis 5 Jahre Berufserfahrung in der Industrie, dem Handwerk oder dem Handel und denkt streng werte- und zahlenorientiert. Nach den ersten Sanierungsmaßnahmen werden oft auch freiberufliche Interimsmanger gemeinsam mit der Sanierungs-

## ERFOLGREICHE SANIERUNG

**Um zeitnah auf verwendbare Ergebnisse zu kommen, wird das Sanierungsteam gemeinsam eine erprobte Systematik, pragmatische Instrumente und geeignete Mitarbeiter (juristischer-, betriebswirtschaftlicher- und steuerlicherseits) einbringen. Erfolgreiche Sanierungen werden in einem sogenannten Fünf-Punkte-Programm realisiert.**

- Prüfung noch vorhandener „Unternehmenssubstanz“, Veräußerung von nicht betriebsnotwendigem Anlagevermögen, Verschlan-  
kung der Lager- und Vorratbestände, Optimierung des Debitorenmanagements und Feststellung der Verlustträger.
- Konsequente und zeitnahe Einleitung verlustbegrenzender und liquiditätsschöpfender Sofortmaßnahmen.
- Prüfung der Zukunftsfähigkeit unter Einbezug aller langfristigen Maßnahmen zur Erhaltung des Unternehmens.
- Erstellung einer kurzfristigen Sanierungsstrategie, eines langfristigen Sanierungskonzeptes oder eines Sanierungsgutachtens mit entsprechender fachlicher Stellungnahme.
- Einleitung aller Maßnahmen zur Abwendung der Insolvenzantragspflicht und Überzeugung der Gläubiger zur weiteren Zusammenarbeit.

#### WEITERE MASSNAHMEN:

- Bei positiver Fortführungsprognose – Einleitung von Gläubigermoratorien, Debitorenrevisionen und eines möglicherweise nötigen außergerichtlichen Vergleiches, um Zahlungsunfähigkeit oder Überschuldung zu neutralisieren.
- Sofortige Umsetzung der vorgeschlagenen Maßnahmen oder laufende Kontrolle der Maßnahmenumsetzung, wenn dies durch die Geschäftsführung des krisenbetroffenen Unternehmens geschieht.
- Der Maßnahmenkatalog im Rahmen von Kostenreduzierung oder Umsatzerweiterung muss durch ein straffes Sanierungscontrolling geprüft und an sich veränderten Rahmendaten angepasst werden.

gesellschaft oder anderen eingesetzten Juristen, Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern für die direkte Umsetzung der im Konzept entwickelten Strategien engagiert. Ihre primäre Aufgabe ist es, die notwendigen und vorher schon entwickelten Entscheidungen und Strategien mittels Generalvollmacht im Unternehmen durchzusetzen. Interimsmanager werden üblicherweise von dem Projektleiter oder den Sanierungsverantwortlichen geführt und gesteuert. Gemeinsam werden juristische, betriebswirtschaftliche und personalwirtschaftliche Aufgaben und Schwierigkeiten besprochen. Dann hat der Interimsmanager die Aufgabe, diese unpopulären Maßnahmen im Unternehmen umzusetzen. Der Unternehmer selbst ist zu diesem Zeitpunkt meist nicht mehr zu solchem Handeln in der Lage. Deshalb wird ihm hier eine starke und zielorientierte Unterstützung durch den Interimsmanager an die Seite gestellt. Außerdem zwingt ein BGH-Urteil aus dem Jahre 2005 Unternehmer, Geschäftsführer und Sanierungsbeteiligte zu schnellerem Handeln. Bei einer Liquiditätslücke von 10 Prozent oder mehr ist regelmäßig von Zahlungsunfähigkeit auszugehen, sofern nicht mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit zu erwarten ist, dass die Lücke demnächst vollständig oder fast vollständig beseitigt werden kann und den Gläubigern nach den besonderen Umständen des Einzelfalls ein Warten zuzumuten ist. Eine Stundung von Forderungen durch den Gläubiger bewirkt die Nichtfälligkeit im Stundungszeitraum und beseitigt insofern die Zahlungsunfähigkeit. Eine Unternehmenssanierung kann in der Regel nur erfolgreich sein, wenn juristische, steuerrechtliche und betriebswirtschaftliche Kompetenz aus einer Hand oder aus einem Team heraus gebildet werden können. Die Anforderung an betriebswirtschaftliches und unternehmerisches Know-how, gerade in der Phase der Umsetzung, nimmt weiter zu. Um den Gläubigern überzeugend zu vermitteln, dass eine Fortführung des dann wieder liquide gewordenen Unternehmens eine sinnvolle Handlungsalternative darstellt, bedarf es der Erarbeitung und Vor-



stellung entsprechender plausibler und realistisch durchführbarer Sanierungskonzepte. Damit entsteht auch der Ansatzpunkt für die Zusammenarbeit mit eher rechtlich orientierten Insolvenzverwaltern, die eventuell im Rahmen eines Insolvenzplanverfahrens ebenfalls eine Unternehmensfortführung als realistisch ansehen.

#### **SANIERUNGSSPEZIALISTEN EINBINDEN**

Nicht jeder Insolvenzverwalter ist auch gleichzeitig ein ausgewiesener Sanierungsspezialist und nicht jeder ausgewiesene Sanierungsspezialist hat Kompetenzen im Bereich Insolvenzrecht. Es ist daher wichtig, dass ein in die Krise geratenes Unternehmen von einem Team von Spezialisten betreut wird, die es gewohnt sind, in schwierigen Unternehmensphasen vertrauensvoll und zielgerichtet miteinander zu arbeiten. So sind Fragen zu Unternehmensfinanzierung, steuerlicher Behandlung von Sanie-

rungsgewinnen, personalwirtschaftlichen Entscheidungen im Rahmen von Arbeitsrecht, Gläubigerverhandlungen, Produktionsverlagerungen, Produktionsoptimierung, Kundenbindungsstrategien, Marketingstrategien und Kooperationen von Fachleuten zu entwickeln und umzusetzen, die ihr Handwerk verstehen. <

*Quelle: Thomas Uppenbrink*

**Thomas Uppenbrink** ist geschäftsführender Gesellschafter der Thomas Uppenbrink & Kollegen GmbH sowie Partner der Sozietät Spratte, Riepe & Lang Rechtsanwälte & Steuerberater. Neben seiner Tätigkeit als Insolvenzverwalter ist er auf Unternehmenssanierung, Restrukturierung und Interimsmanagement spezialisiert.



# The Peppermint Company

ART. 1975 • BEL-2.500 STÜCK  
€ 0,65 NETTO  
INKL. 1-FARBIGEM DRUCK



Alle Dosen werden einzeln eingeleert  
Spitzenqualität  
Pfefferminz aus  
eigener Produktion!

ART. 1755 • BEI 2.520 STÜCK  
 INKL. 1-FARBIGEM DRUCK  
**€ 0,43**  
 NETTO

ART. 1927 • BEI 5.184 STÜCK  
 INKL. 1-FARBIGEM DRUCK  
**€ 0,42**  
 NETTO

ART. 1933 • BEI 2.592 STÜCK  
 INKL. 1-FARBIGEM DRUCK  
**€ 0,44**  
 NETTO

ART. 1932 • BEI 2.592 STÜCK  
 INKL. 1-FARBIGEM DRUCK  
**€ 0,59**  
 NETTO



- Nur 5 Kilometer von der Deutschen Grenze entfernt.
- Deutsche Post und Deutsche Spedition.
- Deutschsprachiges Verkaufsteam.
- Deutsche Bankverbindung.

The Peppermint company  
 Postfach 1735 D-48578 Gronau.  
 info@peppermint.nl www.peppermint.nl  
 T: +31 53 475 04 30 F: +31 53 475 04 39

## UNTERNEHMERISCHE SELBSTSTÄNDIGKEIT NEUES INFORMATIONSPORTAL FÜR EXISTENZGRÜNDERINNEN

**U**m Frauen noch stärker bei der Existenzgründung zu unterstützen, hat das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) das Internetportal [www.existenzgruenderinnen.de](http://www.existenzgruenderinnen.de) ins Leben gerufen. Die Plattform stellt umfassende Informationen und Serviceangebote für gründungsinteressierte Frauen bereit. E-Training-Kurse für angehende Gründerinnen, eine Gründerinnenhotline, Netzwerke und regionale Beraterinnen in allen Bundesländern bieten kompetenten Service von der Unternehmensgründung über die Wachstumsphase bis zur Unternehmensnachfolge. Das neue Internetportal soll dazu beitragen, Frauen zum Schritt in die unternehmerische Selbstständigkeit zu motivieren. Nur etwa jedes Dritte neue Unternehmen in Deutschland wird von einer Frau gegründet. <



## ALTERSVERSORGUNG

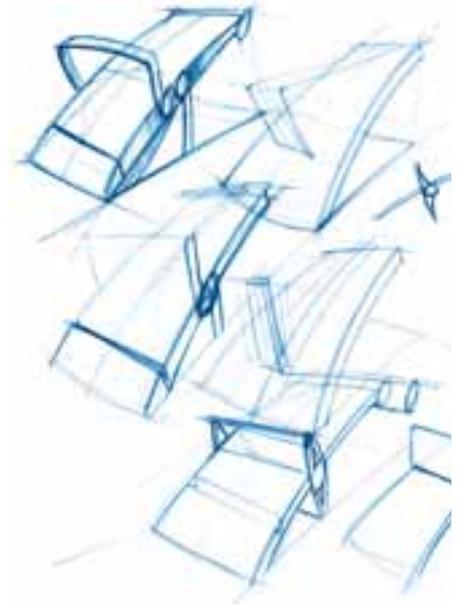
### BETRIEBSRENTEN ANPASSEN

**A**rbeitgeber sind gesetzlich verpflichtet, die Betriebsrente von Arbeitnehmern regelmäßig an gestiegene Nettolöhne und Verbraucherpreise anzupassen. Darüber informiert der Deutsche bAV Service. Demnach ist ein Arbeitgeber nach Paragraph 16 Absatz 1 des BetrAVG verpflichtet, eine zugesagte Altersversorgung alle drei Jahre auf Anpassung der laufenden Betriebsrente zu prüfen und für jeden Betriebsrentner individuell den Kaufkraftverlust auszugleichen. Die Anpassungspflicht durch den Arbeitgeber als Versorgungsschuldner entfällt jedoch, wenn die laufenden Leistungen jährlich mindestens um ein Prozent angehoben werden. Diese Pflicht hängt auch von der wirtschaftlichen Lage des Arbeitgebers ab. <

## WETTBEWERBSVORSPRUNG

### DESIGN IST ZENTRALER ERFOLGSFAKTOR

**D**esign ist für Unternehmen ein wichtiger Schlüssel zum wirtschaftlichen Erfolg. Dies zeigt die Stiftung „Rat für Formgebung“ in einer aktuellen Erhebung auf. Demnach konnten produzierende Unternehmen mit einer klaren Designstrategie im vergangenen Jahr ein doppelt so starkes Umsatzwachstum erzielen wie der Branchendurchschnitt. Insbesondere im produzierenden Gewerbe ist die Fokussierung auf eine eindeutige Marken- und Designsprache ein Erfolgstreiber. Auch in der Werbeartikelbranche ist das Gütesiegel „Design“ anerkannt. Die Gründe dafür sind vielseitig. So können sich Anbieter etwa über pfiffige und wertige Designprodukte ein individuelles Profil schaffen und sich dem harten Preiskampf in der Werbeartikelbranche entziehen. <



## ENTWICKLUNG 2012

### STIMMUNGSHOCH IM DEUTSCHEN MITTELSTAND



**K**leine und mittlere Unternehmen bewerten ihre Wirtschaftslage zu Jahresbeginn 2012 so positiv wie seit der Wiedervereinigung nicht mehr. Das geht aus dem Mittelstandsreport des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK) vor. Diese profitierten vor allem von der robusten Binnenkonjunktur. „Eine niedrige Arbeitslosigkeit und gestiegene Arbeitsplatzsicherheit stärken nochmals die private Kaufkraft“, sagte DIHK-Präsident Hans Heinrich Driftmann. Davon profitieren vor allem personenbezogene Dienstleister und Konsumgüterhersteller. Aber auch der industrielle Mittelstand erwartet weiterhin Zuwächse. Trotz aller Zuversicht sehen die kleinen und mittleren Unternehmen aber auch Wolken am Konjunkturhorizont. Risiken sehen sie in der Preisentwicklung bei Energie und Rohstoffen. Außerdem werde der Fachkräftemangel und die Wirtschaftspolitik als Gefahr für die eigene Geschäftsentwicklung gesehen. „Dass der Mittelstand das derzeit schwierige Umfeld so gut meistert, ist das Ergebnis harter Arbeit“, so Driftmann. „Auch während der Krise 2008 / 2009 hat der Mittelstand bei Innovationen nicht nachgelassen, auf qualifizierte Stammbesetzungen gesetzt und Personal gehalten.“ Der DIHK-Mittelstandsreport basiert auf den Antworten von mehr als 20000 kleinen und mittleren Unternehmen mit bis zu 500 Beschäftigten. <

# Autosonnenblenden Car Sunshades Pare-soleil

**Clipy®**

**25**  
ANNIVERSAIRE



**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**



**Clipy®**  
PSI  
Member

[www.clipy.com](http://www.clipy.com)

[clipy@clipy.com](mailto:clipy@clipy.com)  
+34 91 523 82 06

## WERBEAUSGABEN

WELTWEITER WERBEMARKT  
NIMMT FAHRT AUF

Die globalen Werbeinvestitionen steigen weiter, ungeachtet der Schuldenkrise in der Euro-Zone. Zu diesem Ergebnis kommt eine aktuelle Studie der Mediaagenturgruppe ZenithOptimedia. Die Analysten prognostizieren für das laufende Jahr einen Anstieg der Werbeinvestitionen um 4,8 Prozent, für 2013 um 5,3 Prozent. Neben den Groß-Events (Olympische Sommerspiele, Fußball-EM und US-Präsidentenwahl) und der Erholung des japanischen Werbemarktes beflügeln insbesondere höhere Investitionen multinationaler Großunternehmen den



Werbemarkt, heißt es bei der Mediaagenturgruppe: „Während die Staaten mancherorts immer tiefer in die Schuldenfalle gerieten, haben die Großunternehmen aus der Finanzkrise von 2008 gelernt und Cash-Reserven angelegt, so dass die Konzerne jetzt gestärkt in den Wettbewerb um höhere Marktanteile ziehen.“ Laut ZenithOptimedia wachsen die Werbemärkte in Lateinamerika (9,2 Prozent) und der Asien-Pazifik-Region (7,4 Prozent) besonders stark. Für Europa wurden die Wachstumsprognosen aufgrund der Schuldenkrise nach unten korrigiert, für West-Europa von 2,0 auf 1,5 Prozent und für Zentral- und Osteuropa von 8,0 auf 6,5 Prozent. Der deutsche Werbemarkt soll 2012 um 2,1 Prozent zu legen.



## LIVE-KOMMUNIKATION

## DIREKTKONTAKT GEWINNT AN BEDEUTUNG



Obwohl Hausmessen eine Menge Geld kosten und zudem viel Aufwand bedeuten, halten die Händler der Branche an den Veranstaltungen fest. Dass die Unternehmen damit richtig liegen, zeigen die Ergebnisse der Studie „Event-Klima 2012“, nach der der direkte Kontakt zur Zielgruppe weiter an Bedeutung gewinnt. Demnach sehen 78 Prozent der Befragten das Event-Marketing mit Blick auf die Markenkommunikation als Instrument der Zukunft an. Auch die steigenden Budgets sprechen für die große Bedeutung der Live-Kommunikation: So sollen die Gesamtausgaben für Marketing-Events in 2012 erstmals die Marke von 2,5 Milliarden Euro überspringen. Deutliche Steigerungen sind insbesondere bei Public- und Consumer-Veranstaltungen zu sehen. Über eine Milliarde Euro fließen inzwischen jährlich in diese Maßnahmen. Für die Studie hat TNS Infratest insgesamt 226 Experten befragt. In Auftrag gegeben wurde die Studie vom Forum Marketing-Eventagenturen (FME) im Verband Direkte Wirtschaftskommunikation (FAMAB).

## INNOVATIONSSCHUTZ

## PATENTFÖRDERUNG FÜR UNTERNEHMEN

Viele kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sichern ihre Ergebnisse aus Forschung und Entwicklung nicht schutzrechtlich ab, da sie zu hohe Kosten befürchten. Auch in der Werbeartikelwirtschaft sind längst nicht alle innovativen Ideen geschützt. Daher ist auch für die Unternehmer der Branche das Förderprogramm „Signo-KMU-Patentaktion“ interessant. Es unterstützt Unternehmen und Existenzgründer bei der erstmaligen Anmeldung eines Patentes oder eines Gebrauchsmusters. Die Kosten für die ersten Patent- oder Gebrauchsmusteranmeldung sowie erste Verwertungsaktivitäten werden bezuschusst. Antragsberechtigt sind kleine und mittlere Unternehmen und Existenzgründer der gewerblichen Wirtschaft, der freien naturwissenschaftlich-technischen Berufe und der Landwirtschaft, die bisher noch kein Patent angemeldet haben oder deren letzte Patentanmeldung mehr als fünf Jahre zurückliegt. Anträge können bei den regionalen Signo-Partnern gestellt werden. Mehr Informationen zum Förderprogramm sind unter dem Link [www.signo-deutschland.de](http://www.signo-deutschland.de) erhältlich.



# 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



## TASCHEN, LEDER, REISE BOTSCHAFTEN FÜR UNTERWEGS

„Nur Reisen ist Leben, wie umgekehrt das Leben Reisen ist“: So formulierte es der Dichter Jean Paul. Dieser Quintessenz aller menschlichen Mobilität widmen sich viele der auf den nächsten Seiten gezeigten Produkte. Mit ihrer Werbebotschaft sind sie ständig mit „on Tour“.

**D**ie Lust auf Urlaub ist nach wie vor ungebrochen. So lautet der Tenor der jüngsten Fachmesse Reisen, die vergangenen Februar in Hamburg stattfand. Dabei waren Städtereisen und Aktivurlaub besonders beliebt, so die Ergebnisse der Besucherbefragung durch ein unabhängiges Marktforschungsinstitut. 70 Prozent gaben an, 2011 sogar gleich mehrere Reisen unternommen zu haben. 85 Prozent der Befragten wollen auch in diesem Jahr ganz sicher in den Urlaub fahren. Besonders groß war das Interesse der Messebesucher an Städtereisen (56 Prozent), gefolgt von Strandferien (32 Prozent) und Aktivurlaub (31 Prozent). Der Trend zur Reiselust wird natürlich auch diejenigen aus der Werbeartikelbranche freuen, welche all die großen und kleinen Accessoires für eine mobile Welt bereitstellen. Und zu dieser zählt ja auch der weite Bereich der Geschäftsreisen, der ja bekanntlich immer Konjunktur hat. Ergänzend zum Thema zeigen wir hier auch zahlreiche Behältnisse, die vor allem im Alltag gute Dienste leisten und somit täglich ihre (Werbe-)Wirkung unter Beweis stellen. <



## COOLER SHOPPER

**L**kw-Plane ist schon seit mehreren Jahren eines der gefragtesten Materialien für Taschen. Ein Planen-Pionier der ersten Stunde ist der Werbetaschenexperte Halfar, der mit der LorryBag die erste Werbetasche aus Lkw-Plane auf den Markt gebracht hat. Mit der LorryBag ECO bietet Halfar nun eine Planentasche in hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis an, lieferbar ab Lager. Ganz neu im Planentaschen-Programm ist das Modell Moonraker. Dabei handelt es sich um einen coolen Shopper in Schwarz-Weiß mit markanten, breiten Tragegriffen. Alle Taschen werden in bewährter Qualität wunschgemäß personalisiert.

45666 • Halfar System GmbH • Tel +49 521 982440

info@halfar.com • www.halfar.com



## GUTEN FLUG!

**I**m Flugzeug ist es mitunter nicht so angenehm: da schreien Babys oder der Nachbar möchte lesen, hat das Licht an und man selbst möchte gerne ein wenig schlafen. Da ist es gut, wenn man das Flight Kit von Bio Laboratories mit an Bord hat, denn mit der darin enthaltenen schwarzen Schlafmaske kann man unangenehmes Licht „ausblenden“. Gegen den Geräuschpegel leisten die Ohrstöpsel gute Dienste und für einen guten Geschmack im Mund sorgt die beigefügte Rolle Pfefferminz. Werbung wird auf die Verpackung gedruckt, die Artikel selbst lassen sich ebenfalls wunschgemäß personalisieren.

45839 • Bio Laboratories Ltd. • Tel +44 161 9039520

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

-Anzeige-



**Everybodys Darling:**  
Digitaldrucklabel  
bringen selbst zarteste  
Motive zur Geltung.

www.halfar.com

tested materials

PRODUKTGARANTIE  
3 JAHRE



Digitaldrucklabel auf  
CrossBag ModernClassic

www.quick-goerlich.de



**HALFAR**  
Starke Taschen.

Exklusivvertrieb über den Werbemittelhandel

Halfar System GmbH | D-33719 Bielefeld | Germany  
Telefon: +49 (0) 521 / 98 244-0 | www.halfar.com



## PERFEKTER SCHUTZ

**T**he Leather Business hat sein Angebot an iPad-Hüllen erhöht. Dazu zählen nun ein Folder im A5-Format und ein iPad case aus PU. Der A5-Folder ist in Echtleder gefertigt und verfügt über elastische Anschlüsse, sodass die meisten Tablet-PCs angeschlossen werden können. Das PU-iPad bietet eine preiswerte Alternative zu seinem Leder-Äquivalent. Wenn der Kunde eine bestimmte Farb- oder Designanforderung hat, können Maßschneidungen von mindestens 100 Stück hergestellt werden.

46523 • The Leather Business • Tel +44 1562 733904

sales@leather-business.co.uk • www.leather-business.co.uk

## KRAWATTE AUF REISEN

**E**ine exquisite Kollektion hochwertiger Seidenkrawatten und -tücher für einen professionellen Auftritt auch auf Reisen oder Messen bietet Club Krawatte Crefeld. Ob die Modelle Firmenfarben aufgreifen oder mit einem Logo veredelt werden, bleibt ganz den jeweiligen Anforderungen überlassen. Durch innovative Veredelungstechniken, wie zum Beispiel Jacquard-Weben, Textildruck oder Besticken, werden die aparten Herrenaccessoires mit Liebe zum Detail zu wirkungsvollen Eyecatchern.

43606 • Club Krawatte Crefeld • Tel +49 2151 7812990

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



## STILVOLL UND PRAKTISCH

**D**ie neuen Produkte von Quadra – der Hausmarke von Beechfield – bieten genügend für jedermann. Von Schul- und Studententaschen über Hochleistungsrucksäcke und Reisetaschen bis hin zu Schuh- und Retro-Reportertaschen finden sich im Katalog 2012 neue Styles und Verbesserungen. Alle neuen Modelle zeichnen sich durch ihr charakteristisches, modernes Design und die ausgeprägte Praxistauglichkeit aus. Liebhaber von Schultaschen zum Beispiel werden vom Modell QD452 (Reflektionstasche) oder von der QD-Premium-Schultasche begeistert sein. Der QD452 aus reinem 600D-Polyester ist der neue Schulrucksack für Erstklässler und steht als Beispiel für Quadras altbewährte Verpflichtung zu Qualität und Funktionalität. Auch in seine Sporttaschen-Kollektion hat Quadra viel investiert. Herausgekommen sind gleich sechs neue Sport-, Team- und Outdoorstyles. Und wer gerne an die gute alte Zeit denkt, kommt mit den Retro-Modellen voll auf seine Kosten.

46002 • Beechfield Brands Limited • Tel +44 161 7629444

sales@beechfield.com • www.beechfield.com • www.quadra.com



# MACHT MARKEN ZU HELDEN.



reddot design award  
winner 2012

## DER NEUE CENTRIX. GERMAN INNOVATION.

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

senator®

Mehr unter: [www.senatorglobal.com](http://www.senatorglobal.com)

designed to brand



## IMMER COOL BLEIBEN

**D**er Gedanke an Kühltaschen ist meistens mit Assoziationen an unförmige Boxen verbunden, in denen bisher die Familienverpflegung für einen Tag am Baggersee verstaut wurde. Der Werbetaschenexperte Halfar hat nun den Begriff Kühltasche zeitgemäß interpretiert und eine kleine, aber feine Auswahl an neuen Modellen kreiert. So etwa die Kühltasche Satellite, die auf den ersten Blick eher wie eine kompakte Freizeittasche aussieht. Dabei hat sie es in sich, denn nicht nur, dass in ihr bis zu drei Literflaschen oder der Proviant kühl gehalten werden kann, sie hat auch einen Kopfhörerausgang, diverse Fächer und bequeme Tragegriffe. Dadurch wird Satellite zum idealen Begleiter für Ausflüge und sportliche Aktivitäten.

45666 • Halfar System GmbH • Tel +49 521 982440  
info@halfar.com • www.halfar.com

## MAUS MIT PFIFF

**I**ntraco Trading präsentiert eine Computer Mouse, die nicht nur in jede Tasche passt, sondern ohne USB-Kabel oder Extra-Batterie auskommt. Dem Nutzer steht damit ein umweltfreundliches Accessoire zur Verfügung, dessen Energiebedarf durch zwei integrierte, wiederaufladbare Power Sticks gedeckt wird. Die Werbung wird durch ein LED-Logo auf der Oberseite realisiert, was ebenfalls eine Besonderheit der unter dem Markennamen Xoopar erhältlichen Pocket Mouse darstellt.

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



## HIGHTECH MEETS RETRO

**S**tilvoll und exklusiv präsentiert sich die von SL Lederwaren entwickelte Laptop-Tasche im angesagten Retro-Stil. Sie kommt mit einem hohen Maß an Funktionalität daher und ist ganz auf die Bedürfnisse der Hightech-Geräte von heute ausgerichtet. Sie kann mit einem Schultergurt oder Handgriff getragen werden. Hochwertiges PU-Leder und Metallbeschläge sorgen für einen stilvollen und exklusiven Look. Die Tasche kann gleichermaßen im alltäglichen Business verwendet werden, eignet sich aber auch als Reisetasche. Verschiedene Farben sowie bedruckte oder geprägte Individualisierungen bietet der Hersteller dazu an. Als Familienunternehmen ist SL Lederwaren seit 1973 ein Begriff, mit eigenen Produktionsstätten in den Niederlanden und im Fernen Osten.

48221 • KYMM Bags by SL Lederwaren b.v. • Tel +31 575 515455  
info@kymbags.com • www.kymbags.com



## PLATZSPARENDES REISESET

**D**as neue hochwertige, dreiteilige Reiseset der Firma Lehoff besteht aus einem Rucksack mit größenverstellbaren Schultergurten, einer Reisetasche und einem Trolley. Trolley und Reisetasche sind faltbar und können leicht und platzsparend verstaut werden. Die Frontseite des Trolleys hat eine hohe Stabilität, da sie aus EVA-Hartschaum besteht. Auf der Innenseite ist ein elastischer Gepäckspanngurt vorhanden. Das gesamte Reiseset besteht aus 600D-Nylon.

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



## MOBILE UNTERHALTUNGSTECHNIK

**N**eu im Sortiment von Intraco sind weitere Philips-Produkte, die auf keiner Reise fehlen sollten, unter anderem ein HD-Camcorder und ein GoGear-MP4-Player. Beide Artikel sind absolute Highlights aufgrund ihrer technischen Ausstattung und der leichten Bedienbarkeit. So kann der Camcorder Videos in HD-Qualität aufnehmen und auf dem Hochleistungsmonitor abspielen. Der MP4-Player hat eine Kapazität von 30 Stunden Musik oder fünf Stunden Videos. Leistungsfähige Earphones werden mitgeliefert.

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

-Anzeige-



# Zieh Leine!



Die Tablet PC- und die Smartphone-Tasche aus Wollfilz von mbw gibt es jetzt auch mit „pull-out“ Gurtband.  
Einfach besser!

**mbw**  
meine beliebten Werbeträger

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



## TRIO AUF REISEN

Vom Kosmetikspezialisten Francos kommt ein neues Reiseset, mit dem auch unterwegs eine perfekte Körperpflege gelingt. Es gibt zwei Standardkombinationen: Duschgel/Shampoo und Bodylotion oder ein Set aus antibakteriellem Gel/Aloe Vera After Sun/Sun Lotion LSF 20. Man kann auch aus den angebotenen Inhalten ein eigenes Set kreieren. Der Clou ist die Möglichkeit, die Flaschen so zusammenzustecken, dass eine Einheit entsteht. Jedes Flaschenetikett kann in bis zu vier Farben bedruckt werden.

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

## NIE MEHR ÜBERGEWICHT

Das hat schon mancher Flugreisende erlebt: Man steht am Abfertigungsschalter und muss feststellen, dass das Reisegepäck zu schwer ist. Das hätte man auch schon zu Hause merken können, wenn die Gepäckwaage von Nestler-matho zur Hand gewesen wäre. Mit dieser kann das Gewicht in Abstufungen von 50 Gramm und bis zu 50 Kilogramm schnell und bequem ermittelt werden. Die Anzeige erfolgt digital. Der Artikel kann seitlich mit einer Werbung versehen werden, wiegt nur 90 Gramm und wird in einer schwarzen Verpackung inklusive Batterie geliefert.

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



## ÖKOLOGISCH TRAGBAR

Sozial fair produzierte Taschen aus ökologisch korrekter Bio-Baumwolle gehören zum Kernangebot von Green Promotion. Der Spezialist für nachhaltig produzierte Werbeartikel liefert die beliebte Standardgröße 38 x 42 Zentimeter mit langen oder kurzen Henkeln ab Lager, auf Wunsch auch mehrfarbig bedruckt (Siebdruckverfahren). Alle Taschen sind auch nach Pantone-Skala eingefärbt zu haben. Neben den Standardmodellen bietet Green Promotion verschiedene Sonderformate und -größen an, die den Kundenwünschen angepasst werden können.

48641 • Green Promotion • +49 7131 2791033  
info@greenpromotion.de • www.greenpromotion.de

# contigo

SUPERIOR PERFORMANCE FOR ACTIVE LIFESTYLES

## ADDISON AUTOSPOUT™ HYDRATION BOTTLE

- Just press the button to flip-up the drinkspout
- Made out of BPA free Tritan co-polyester
- One handed operation
- Durch Druck auf den AUTOSPOUT-Knopf klappt das Mundstück automatisch hoch.
- Die Tritan Flasche bietet hohe Stoßfestigkeit
- Mit einer Hand bedienbar



AUTOSPOUT™  
TECHNOLOGY



ONE-HANDED  
OPERATION

LEAK AND  
SPILL-PROOF

AUTOSPOUT™  
LID

BPA FREE

www.mycontigo.com

*“WAHRE  
SCHÖNHEIT  
KOMMT VON  
DRINNEN”*

beautyduo



WWW.REISENTHEL.COM

**reisen**thel®

KEEP IT EASY.



## SPORTLICHE ERSCHEINUNG

**A**ktiver Sport gehört immer mehr zu den beliebten Freizeitbeschäftigungen, da ist es nicht weiter erstaunlich, dass der Bedarf an Sporttaschen steigt. Mid Ocean Brands hat eine Reihe von Taschen im Angebot, die durch ihr charakteristisches Streifendesign ins Auge fallen. Zu haben sind verschiedene Modelle, auch für Spezialisten wie Bowlingspieler. Aber nicht nur im sportlichen Bereich lassen sich die Taschen sehr gut einsetzen, auch für andere Aktivitäten sind Modelle im Sortiment, beispielsweise Umhängetaschen für den Schulbesuch oder einen Einkaufsbummel in der City.

46280 • Mid Ocean Germany GmbH • Tel +49 261 9284463  
scharfs@midoceanbrands.com • www.midoceanbrands.com

## LEDERMAPPEN NACH WUNSCH

**L**edermappen fertigt Bühring als Spezialist für hochwertige Office-Accessoires auch als Sonderanfertigung nach Kundenvorgabe an. Diese Collegemappe im Format von etwa 35x25x3 Zentimetern wurde zudem in verschiedenen Ausführungen für Damen und Herren farblich unterschiedlich realisiert. Die Innengestaltung ist besonders hochwertig ausgelegt, die innere Überschlagklappe besteht aus Leder. Das Hauptfach der Collegemappe wurde aus Textilfutter Ton in Ton gestaltet und seitlich sind Köcher für Schreibgeräte vorgesehen. Auf der Rückseite bietet ein Steckfach die Möglichkeit, Papiere oder Broschüren bereitzuhalten. Eine Werbeanbringung kann als dezente Blindprägung realisiert werden.

40807 • Bühring • Tel +49 4154 7954012  
buehring@buehring-shop.com • www.buehring-shop.com



## WELTWEITER VERLUSTSCHUTZ

**W**er kennt das nicht die Handtasche im Taxi vergessen, der Koffer steht im Hotel. Mit dem Anhänger des Herstellers KeyRefinder – zu beziehen über die Firma Art di Como Design GmbH – sind die Chancen groß, den verlorenen Gegenstand nur wenige Tage später wieder in den Händen zu halten. Hinter den Produkten aus Edelstahl steckt ein ausgeklügeltes System zur Identifikation eines Fundstücks und seines Rücktransports, da auf der Rückseite eines jeden Anhängers ein individueller Code und eine Information für den Finder eingepreßt sind. Der Fund wird über das Internet gemeldet und KeyRefinder organisiert die Abholung sowie die Rücksendung zum Eigentümer.

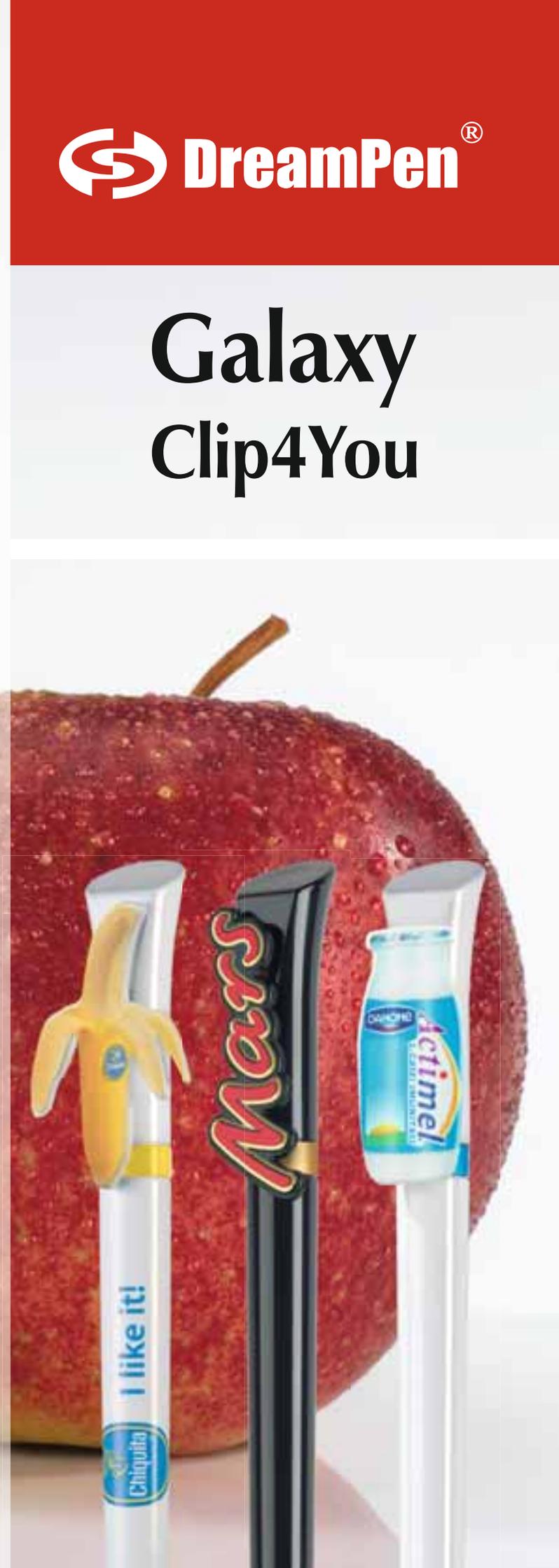
45495 • Art di Como Design GmbH • Tel+49 9123 989980  
info@artdico.de • www.artdico.de

-Anzeige-

**TOPPOINT®**  
Bargain  
Auslaufartikel zu  
super günstigen  
Preisen!

 **DreamPen**<sup>®</sup>

# Galaxy Clip4You



[www.dreampen.pl](http://www.dreampen.pl)



## SHOPPINGAUFTRITT GANZ GROSS

**B** Brillante Farben und großflächige Logos machen aus den PP-Tragetaschen von Asia Pins Werbebotschafter, die schon aus der Entfernung wirken. Praktisch, komfortabel und funktionell sind sie in Form, Farbe und Ausstattung komplett individuell an die Wünsche des Kunden anpassbar. Die reißfesten und zudem faltbaren Taschen können sowohl im Siebdruck als auch im Digitalverfahren bedruckt werden. Die Oberfläche wird je nach Wunsch glänzend oder matt laminiert. Und selbst beim Henkel wählt der Kunde, ob ihm Stoffhenkel oder Kordel eher zusagen. Eine Inneneinteilung und ein Reißverschluss machen die Individualität der Tasche schließlich komplett.

45428 • Asia Pins Direct Gmbh • Tel +49 30 720200400

info@apd-gmbh.de • www.asiapinsdirect.eu

## MOBILER KAFFEEGENUSS

**E**gal ob im Auto, in der Bahn oder auch im Büro, überall wird Kaffee getrunken, aber nicht immer steht die richtige Tasse zur Verfügung. Die Firma Raja bietet einen Becher an, der aus besonders strapazierfähiger Keramik besteht und vor allem auf Reisen gute Dienste leistet. Auch eine doppelwandige Ausführung ist zu haben, innen wird das Getränk sehr lange warm gehalten, außen schützt der zusätzliche Mantel vor Verbrennungen. Ein praktischer Deckel mit Trinköffnung verhindert das Auslaufen, falls der Becher einmal umfallen sollte. Raja bietet eine große Auswahl, was Formen, Größen, Farben und Möglichkeiten zur Werbeanbringung betrifft.

48570 • Raja Europe BV • Tel +31 43 4079200

info@raja-europe.nl • www.raja-europe.nl



## FAST FOOD STYLE

**B**ei Stiefelmayer-Contento gibt es etwas ganz Besonderes, das Fans von Grillpartys und Picknickausflügen erfreuen sollte: spühlmaschinen-festes Geschirr im klassischen Fast Food Style. In peppigen Farben macht das Geschirr eine gute Figur und wird so zum Eyecatcher. Die Einzelteile aus 100 Prozent Melamin sind äußerst strapazierfähig, langlebig, maschinenfest, hitzebeständig bis 70 Grad Celsius und pflegeleicht. Das Produkt kann unter der Bezeichnung picnic fast food bestellt werden.

45280 • Stiefelmayer-Contento GmbH & Co. KG • Tel +49 9342 96150

info@contento.com • www.contento.com



-Anzeige-

**TOPPOINT**<sup>®</sup>

EXPRESS **24** HOURS & **3** **5** **8** DAYS

**100% Garantie,**  
**ansonsten kostenlos!**  
gilt nur für ausgewiesene Artikel

Werben mit Emotionen

deer up

Flaschenöffner  
bottle opener



DESIGNIMNDORF · STEFAN SPITZ GMBH & CO. KG  
DORFSTRASSE 15 · D 79872 BERNAU IM SCHWARZWALD  
FON +49 (0) 76 75 . 92 38 38 · WWW.DESIGNIMNDORF.DE

# ECO FRIENDLY BAGS



f&f verpakkingen

NL GB B L

Nobelstraat 35  
3846 CE Harderwijk (NL)  
+31(0)341-430413  
www.fenfverpakkingen.nl

EWP East West  
Packaging B.V.

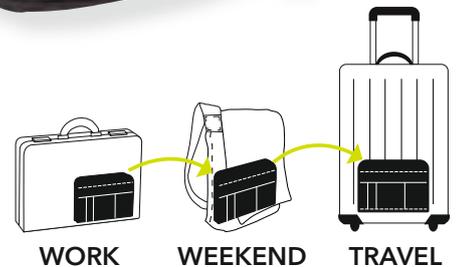
D CH A F

Stenograaf 3  
6921 EX Duiven (NL)  
+31(0)26-3121002  
www.eastwestpackaging.com

# TROIKA®

## IPACK®

IPC80/BK  
iPad Schutzhülle und Utensilentasche



## ALLES DABEI - NICHTS VERGESSEN: TROIKA IPACK®

Damit Sie nichts mehr vergessen!  
iPad Schutzhülle und Utensilentasche mit viel Stauraum, Polyester, schwarz mit roten Akzenten, 6 Außentaschen, Schlüsselring und Stecketui für Karten, inkl. Display-Reinigungstuch aus Mikrofaser.



Weitere Informationen finden Sie hier  
[www.troika.org/ipack](http://www.troika.org/ipack)





## RIESIGE WERBEFLÄCHE

**S**chon bald werden manche Autofahrer wieder über das aufgeheizte Cockpit stöhnen, wenn das Vehikel mal wieder in der prallen Sonne stand. Für dieses Problem gibt es aber von der Firma Clipy eine einfache Lösung. Diese besteht in einem praktischen Schutz, der hinter die Windschutzscheibe geklemmt wird und nach Gebrauch bequem bis auf Handygröße zusammengefaltet werden kann. Und nicht nur das: Der Sonnenschutz bietet eine riesige Fläche, um Werbung gekonnt in Szene zu setzen. Hierfür bietet Clipy eine schier unendliche Anzahl von Möglichkeiten und Farben. Das Material des patentierten Schutzes ist sehr strapazierfähig und daher langlebig, die Farben bleichen auch bei starker Sonneneinstrahlung nicht aus.

45619 • Clipy • Tel +34 91 5238206  
clipy@clipy.com • www.clipy.com

## EDLE HÜLLE AUS HOLZ

**H**olz Fichtner bietet für das neue iPhone 4S einen edlen Schutz in Form einer handgefertigten Holzhülle. Als Material wird Eiche oder Buche eingesetzt, die charakteristische Maserung der Hölzer verleiht jeder Hülle eine ganz individuelle Note. Das iPhone ist gegen mechanische Einflüsse optimal geschützt, trotzdem funktioniert die Touchscreen-Steuerung ohne Probleme. Eine Werbung wird in bester Qualität aufgelasert.

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



## SHOPPINGVERGNÜGEN PUR

**M**it der geräumigen Tasche XL von koziol wird jeder Gang durch die Geschäfte zum puren Shoppingvergnügen. Das große Volumen, das handliche Format und der hervorragende Tragekomfort sorgen für Begeisterung. Die Miniausgaben dagegen stellen ein ausgefallenes Utensil dar und eignen sich für verschiedene Zwecke, zum Beispiel als „Verpackung“ für kleine Geschenke, Blumenvase oder Handyhalter auf dem Schreibtisch. Wie alle koziol-Produkte sind die Taschen von hervorragender Qualität.

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

# timekeeper

YOUR TIME IS OUR CHALLENGE

TimeKeeper GmbH CH-2540 Grenchen Tel +41 32 653 26 70  
Fax +41 32 653 26 72 www.timekeeper.ch info@timekeeper.ch

Brandwatches · Advertising watches · Advertising articles · Outsourcing · Logistic



## Fit und Gesund in den Tag

mit eigenen Kräutern  
auf der Fensterbank

Die Pflanzdosen mit Aufreißdeckel enthalten Spezialgranulat und Samen für die Anzucht - praktisch und klein zum Überreichen!



--- GRATIS! KATALOG 2012 anfordern unter [info@multiflower.de](mailto:info@multiflower.de)

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



## Seifenblasen Made in Germany

### SUCCESS

Erfolgreiche Werbung mit Spaß



Telefon 07071 - 78898  
[www.success-werbung.de](http://www.success-werbung.de)  
[info@success-werbung.de](mailto:info@success-werbung.de)



Die Alternative für LKW Plantaschen  
Exklusivvertrieb über den Werbemittelhandel

  
**TRENDBAGZ**  
Trendbagz GmbH · D-42229 Essen · Germany  
Tel.: +49-(0)201-891122-0 · [www.trendbagz.com](http://www.trendbagz.com)



## DER SCHIRM AUS DER DOSE

Zunächst scheint es nur eine gut gestylte Dose zu sein, allerdings in eleganten Designs und mit modernen Farben. Aber dann ist die Überraschung perfekt, denn in der Dose versteckt sich Tube, der kleinste Schirm der Brain Promotion GmbH. Das Produkt wurde speziell für die Werbung entwickelt und eignet sich für viele Anlässe, unter anderem als Give-away auf Messen oder aufgrund der kleinen Größe als Mailingverstärker. Keine lästige Schirmhülle – die Tube ist gleichzeitig der stabile Schirmgriff. Für Werbeaussagen steht die riesige Fläche von 260 Quadratzentimeter zur Verfügung. Eine Laserung ist schon ab einem Stück möglich, beispielsweise für Einzelnamen.

40585 • Brain Promotion GmbH & Co. KG • Tel +49 212 2801555  
info@brain-promotion.de • www.brain-promotion.de

## SCHLUSS MIT KABELCHAOS

Dank des neuen Strippenbändigers im Visitenkarten-Format der Firma e!xact wird dem Kabelsalat bei Ohrhörer-kabeln ein Ende gesetzt. Einfach die Kopfhörer in den zwei Ausschnitten fixieren, das Kabel um die Karte wickeln und das Ende wieder in den anderen beiden Ausschnitten befestigen. Die Karte lässt sich (ohne Kabel) bequem in der Brieftasche verstauen.

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



## ALLES DABEI

Mit der iPad-Schutzhülle von Troika ist nicht nur der elektronische Freund gut und sicher verstaut, auch Utensilien wie Schlüssel, Karten, USB-Kabel oder das Handy sind immer dabei. Das Produkt, das auf den Namen IPack getauft wurde, ist aus schwarzem Polyester gefertigt und weist sechs Außentaschen mit viel Stauraum auf. Auffällig sind die roten Akzente, die der Hülle ihr unverwechselbares Design verleihen. Ein Mikrofasertuch zur schnellen Reinigung des Displays wird mitgeliefert. Die Abmessungen sind 293 x 230 x 32 Millimeter, das Gewicht gibt Troika mit 178 Gramm an.

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





## REFLEKTIERENDE DETAILS

Die neue Taschen-Serie Grey Line von Elasto Form besticht durch ihre Paspelierung aus reflektierendem Material. Grey Line ist als praktische Schultertasche, geräumige Reisetasche, klassischer Rucksack oder als Umhängetasche erhältlich, die jeweils über ein Haupt- und Frontfach verfügen. Die größte Tasche der Serie verfügt außerdem noch über zwei Seitentaschen mit Reißverschluss sowie zwei Tragegriffe und einen verstellbaren, abnehmbaren Tragegurt. Die Umhängetasche hat ein Reißverschlussfach auf dem Überschlag und einen verstellbaren Tragegurt. Zwei Netzfächer an den Seiten des Rucksacks sind ideal für Trinkflaschen geeignet. Des Weiteren ist dieser durch einen Tragegriff und gepolsterte Schultergurte angenehm und einfach zu transportieren. Alle Taschen lassen sich durch Transferdruck veredeln.

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

-Anzeige-

**PHILIPS**  
Philips Promotional Range  
**NEW**  
[WWW.INTRACO.NL](http://WWW.INTRACO.NL)

**UMA**<sup>®</sup>

Die Handschrift  
der Werbung



UP SI  
0-0096 SI



UP transparent SI  
0-0096 T-SI



[www.uma-pen.com](http://www.uma-pen.com)

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

Jetzt Muster anfordern unter  
[www.uma-pen.com/up!](http://www.uma-pen.com/up!)



## STYLISH IN DEN URLAUB

**K**offeranhänger gibt es viele. Doch gerade die jüngere Generation der Trendsetter sucht nach modernen Formen, Farben und Materialien, um ihren Geschmack zum Ausdruck zu bringen. Der neue Werbeanhänger X-TAG Survive der Firma Die Drucker ist aus stabiler Lkw-Plane gefertigt, hat Metallöse und Karabinerhaken und bietet genau das. Praktisch unzerstörbar kann er perfekt an Taschen, Koffer, Jacken, Rucksäcke, Sport- oder Technikequipment gehängt werden. Die Plane lässt sich nach Kundenwunsch vollfarbig bedrucken und kann auch einzeln personalisiert werden. So wird der Anhänger schnell zum Sammlerstück und zur schönen Erinnerung an eine tolle Reise oder ein cooles Event.

48551 • Die Drucker • Tel +49 6162 6554  
salewski@diedrucker.de • www.diedrucker.de

## GELUNGENES FACELIFTING

**D**as englische Unternehmen The Leather Business hat seinen Warwick-Produkten ein Facelifting verpasst, aber die Preise nicht erhöht. Auch an der Qualität der Artikel wurden keine Abstriche zugelassen. Wie es beim Hersteller heißt, sind alle Modelle ab Lager lieferbar und in den Farben Black oder Navy Blue zu haben. Über die Möglichkeiten der Werbeanbringung informiert das Team aus Worcestershire gerne.

46523 • The Leather Business • Tel +44 1562 733904  
sales@leather-business.co.uk • www.leather-business.co.uk



## NEUHEIT IM SCHECKKARTENFORMAT

**D**ie After-Bath-Pocket-Lotion von Création Cilia ist ein interessanter Convenience-Artikel, da sie bequem in jeden Kosmetikkoffer, ins Reiseneccessaire, in die Bademanteltasche und natürlich auch ins Handschuhfach des Autos passt. Der natürliche Aloe-Vera-Feuchtigkeitskomplex und Provitamin B5 machen die Haut geschmeidig und schützen sie vor Austrocknung. Ohne Emulgatoren und Konservierungsstoffe und mit neutralem pH-Wert ist die Lotion absolut hautverträglich. Der Artikel ist bruchfest und, da der Inhalt ohne Treibgas entwickelt wurde, noch dazu umweltfreundlich. Ein idealer Werbeträger auch bei Messen und als Kunden-Give-away.

43431 • Création Cilia Cosmetics GmbH • Tel +49 2235 691328  
info@creation-cilia.de • www.creation-cilia.de



-Anzeige-

**TOPPOINT**<sup>®</sup>

— EXTRANET —

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

**remarkable**  
eco-friendly trade



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

all your eco products at  
[www.psiproductfinder.de](http://www.psiproductfinder.de)  
[www.remarkabletrade.de](http://www.remarkabletrade.de)

+44 1905 769 999



## REGENSCHIRME

hochwertig und innovativ

EuroSCHIRM®  
EBERHARD GÖBEL



**Fordern Sie jetzt unseren  
aktuellen Katalog an**

EBERHARD GÖBEL GMBH+CO

Im Lehrer Feld 44 • 89081 Ulm  
Fon +49 (0)731-140130 • Fax +49 (0)731-1401310

[info@euroschirm.com](mailto:info@euroschirm.com) • [www.euroschirm.com](http://www.euroschirm.com)

**Wir machen  
Ihr Produkt „glücklich“!**



**RE:THINK**  
ÜBERDENKEN - UMDENKEN - NEU DENKEN

**BEUTLER VERPACKUNGSSYSTEME GMBH**

Kalthofer Feld 9 • D-58640 Iserlohn

Telefon: +49 2371 / 9495 0    Telefax: +49 2371 / 9495 44

E-Mail: [info@beutler.de](mailto:info@beutler.de) • [www.beutler.de](http://www.beutler.de)



das **kleinste**  
Fitnessstudio  
der Welt

**team-d**  
Import - Export Warenvertriebs GmbH

Erlenwiesen 10 - 12    Fon: 07181 / 989600  
D-73614 Schorndorf    Fax: 07181 / 989601

[psi@team-d.de](mailto:psi@team-d.de)    [www.team-d.de](http://www.team-d.de)



## HERR BERT ON TOUR

**A**ls treuer und verschwiegener Reisebegleiter geht Herr Bert, das sportliche Männlein am Gepäck, mit auf die Reise. Der auffällige Kofferanhänger von mbw besteht aus hochwertigem Soft-PVC und hat auf der Rückseite ein verdecktes Adressfeld, das vom Reisenden leicht per Hand beschriftet werden kann. Die Größe des originellen Anhängers: etwa 10,5x6,5 Zentimeter. Er ist damit auch für kleinere Gepäckstücke geeignet. Außerdem neu im Programm bei mbw sind einfarbige PVC-Adressanhänger für das Reisegepäck. Sie sind in den Farben Grün, Blau, Pink, Gelb, Rot, Weiß und Schwarz in der Größe 6x11 Zentimeter lieferbar. Die Vorderseite lässt sich individuell bedrucken, auf der Rückseite befindet sich ein klares Vinylsichtfenster.

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

## MOBILE ZAHNPFLEGE

**D**as Unternehmen Francos - Image - Cosmetics & more präsentiert eine praktische Neuheit, nämlich eine Reisezahnbürste, die mit integrierter Zahncreme immer und überall sofort einsetzbar ist. Ob im Zug, auf einer Messe oder nach einer Tasse Kaffee – die Reisezahnbürste leistet wertvolle Dienste und sorgt jederzeit für die gewünschte Atemfrische. Erhältlich in den Standardfarben Weiß, Gelb, Blau, Rosa, Orange und Grün ist die Zahnbürste auch im Set mit Pflastermäppchen und Fleckenentfernungstuch kombinierbar. Eine Werbeanbringung erfolgt im 2c-Druck auf der Verpackung.

47463 • Francos GmbH • Tel +49 2521 825112  
info@francos-gmbh.de • www.francos-gmbh.de



## UNTERWEGS GLÄNZEND AUFTRETEN

**F**ür einen glänzenden Auftritt im wahrsten Sinne des Wortes sorgen die in verschiedenen Größen und Ausstattungen lieferbaren Schuhpflege-Sets von Frank Bürsten. Die praktischen Klickboxen passen in jedes Gepäck und sind mit allen Utensilien, die für einen gepflegten Schuh benötigt werden, bestückt. Das kleine Set kommt mit einer Glanzbürste daher, das große Set bietet zusätzlich noch eine Creme- und Raulederbürste. Abgerundet wird das Ganze mit einem Polierruch und neutraler Schuhcreme. Logo oder Werbebotschaft druckt der Hersteller direkt im Haus in bis zu zwei Farben auf die Produkte.

41853 • Frank Bürsten GmbH • Tel +49 7673 888650  
info@frank-brushes.de • www.frank-brushes.de

-Anzeige-





## MEHR PLATZ IM HOTEL-BAD

**F**ür die bessere Nutzung des oft recht engen Raumes im Hotel-Badezimmer hat reeko design eine pfiffige Lösung gefunden. Man verpasste der Kulturtasche eine Art Kleiderbügel, mit dem sämtliche Accessoires für Schönheit und Körperpflege jetzt auch unterwegs griffbereit an der Wand hängen. Viele verschieden große Fächer für alle möglichen Utensilien sorgen für Übersichtlichkeit und Ordnung. Bei der Abreise benötigt die Tasche wieder den gleichen Platz im Koffer wie herkömmliche Kulturtaschen auch.

46261 • reeko design GmbH & Co. KG. • Tel +49 4106 7660  
info@reeko.com • www.reeko.com

## BRILLANTE DRUCKE

**A**lle Artikel aus Leder oder Kunstleder von Selecta Signé können auf der Außen- und Innenseite mit einem digitalen Print in höchster Qualität versehen werden. Die Abbildungen lassen sich zusätzlich auch auf der Packung anbringen. Die Mindestabnahmemenge ist 50 Stück für größere und 100 Stück für kleinere Artikel. Die Lieferzeit beträgt etwa acht Wochen. Auf der Website von Selecta Signé finden sich zahlreiche Gestaltungsbeispiele.

41650 • Selecta Signé B.V. • Tel +31 186 654065  
selectas@selecta-signé.nl • www.selecta-signé.nl



-Anzeige-

# NeuUMwicklung!

- rundum 4-c-Werbesleeve
- fotorealistischer Druck
- ab 1.000 Stück



bisher: | neu:  
Topseller! | Erfolgsgarant!





## LIEBLINGSSOUND IM OHR

**N**icht immer kann oder will man Musik über Lautsprecher hören. Unterwegs ist es meist praktischer, einen Kopfhörer zu benutzen, auch in Bus und Bahn oder zu Hause will man niemanden stören. Powern beim Sport und dazu den Lieblingssound im Ohr – ein Genuss, wenn man das Allround-Modell T-109 von lifestyle besitzt. Das Modell sitzt perfekt im Ohr, hat einen brillanten Klang (Frequenzgang von 20 bis 20 000 Hertz) und stellt ein willkommenes Werbegeschenk dar. Weitere Artikel finden sich auf der Website des Anbieters.

48388 • lifestyle + promo it • Tel +49 7633 802190

henfling@lifestyle-promo-it.de • www.lifestyle-promo-it.de

## AUCH AUF REISEN PÜNKTLICH

**W**er im Urlaub oder auf Reisen viel erleben will, muss früh aus den Federn. Für einen dennoch entspannten Start in den Tag sorgt der neue Funk-Wecker WT 171 von technoline. Der kleine und handliche Reisebegleiter weckt nicht nur zuverlässig, egal an welchem Ort der Welt, sondern erlaubt dank der praktischen Schlummerfunktion auch nochmal ein gemütliches Umdrehen. Durch den umklappbaren Kunststoffdeckel lässt er sich leicht aufstellen und ist zusammengeklappt äußerst kompakt. Mit einem Werbedruck individualisiert ist dieser Kunden und Geschäftspartnern schon am Morgen im Gedächtnis.

43817 • Technotrade Import-Export GmbH • Tel +49 3375 216050

info@technotrade-berlin.de • www.technotrade-berlin.de



## HANDLICH FÜR JEDEN TAG

**A**ls individuelle Tasche für jeden Tag beschreibt Spranz sein neues Modell Travel in style. Die Handtasche eignet sich auch als Handgepäck für den kurzen Trip und passt sich mit Tragehenkel und Gurt den Wünschen und Gewohnheiten der Trägerin an. Diverse Accessoires runden das Bild dieser Tasche ab. Ebenfalls für Kurzreisen optimiert ist die BigWeekend Bag, die auch zwei alternative Tragemöglichkeiten bietet. Moderne Reisende, die für den Wochenendtrip nicht zuviel Stauraum benötigen, freuen sich zudem über diverse Innenfächer, die für Ordnung in der Tasche sorgen.

41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 984880

info@spranz.de • www.spranz.de



### OPTIMAL VERSTAUT

**N**etbooks und Tablet PCs sind empfindliche Geräte und sollten optimal gegen Stöße, Staub und mechanische Einflüsse geschützt werden. Bei Trendbagz steht für diese Zwecke das Produkt Truckz Net aus Lkw-Plane zur Verfügung, das den elektronischen Freund nicht nur schützt, sondern außerdem eine große Fläche für Werbebotschaften bietet. Diese werden per Siebdruck oder Stick appliziert und das in hervorragender Qualität. Die Lieferung ab Lager ist möglich, wobei aus verschiedenen Farben ausgewählt werden kann.

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

-Anzeige-

**TOPPOINT®**  
 Günstige Taschenkollektion zu kleinen Preisen  
**REAL EYE CATCHER**

# CUSTOMISED SPECIALS!

*Werbewirkung schmeckt!*

## Markenqualität & Individualität

ihre WERBUNG AUF M&M's

individual solutions  
**WWW-Profi**

Tütchen 10g  
 Metallbox 20g

my **m&m's**

**Die einzigartigen Schokolinsen!**  
 + personalisierte Linsen und Verpackungen  
 + 16 Linsenfarben

Wir informieren Sie gerne!  
 Vertriebs-Hotline: 076 43/801-25, -26, -479, -550  
 Vertrieb über Werbemittelfachhandel.

bente | werbung & design



**Süße Werbung**  
 Qualität + Wirkung

[www.suesse-werbung.de](http://www.suesse-werbung.de)



## SCHMUCK UNTERWEGS GESCHÜTZT

Die praktische Schmuckrolle von Bodenschatz bietet Platz für alle Schmuckstücke, die Frau unterwegs benötigt. Sie lässt sich auch im bereits vollgepackten Koffer bequem verstauen, ohne wertvollen Schmuck zu beschädigen. Je ein Ring- und Armreifhalter, 14 Steckplätze für Ohrringe und zwei Reißverschlussfächer bieten genügend Stauraum. Zwei Abdeckungen sorgen für Schutz vor Staub und Schrammen. Die abnehmbare Reißverschluss tasche macht zudem mobil. Für jeden Anlass gewappnet, lässt sie sich praktisch in der Handtasche verstauen. Das hochwertige Kings-Nappa-Leder besticht zudem durch seine edle Oberflächenstruktur. Der weiche Griff des Leders sorgt für ein angenehmes Tragegefühl. Die Schmuckrolle wurde übrigens zur ILM, der Internationalen Lederwaren Messe in Offenbach, mit dem Buyers' Best Award ausgezeichnet.

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

## LEDER-VARIATIONEN GANZ NATÜRLICH

Das Naturmaterial Leder ist der Grundstoff, aus dem Wilhelm Schmidt die verschiedensten Kollektionen mit einem breiten Sortiment klassischer und sportlicher Accessoires fertigt. Gürtel, Börsen und Schlüsseletuis für Damen und Herren lassen sich besonders effektiv als Werbemittel nutzen. Hier können per Prägung im Leder oder durch Prägung und Druck auf der Schnalle Werbeaussagen und Logos eindrucksvoll platziert werden. Die Produkte überzeugen durch Form und Haptik ebenso wie durch ihre Langlebigkeit, die für eine nachhaltige Präsenz der Werbung beim Empfänger sorgt. Mit einer ansprechenden und hochwertigen Verpackung werden die Produkte zu echten Highlights und vermitteln besondere Wertschätzung.

48591 • Wilhelm Schmidt GmbH & Co. KG • Tel +49 421 71081  
wsmhb@t-online.de • www.wilhelm-schmidt-bremen.de



## FOR WOMEN ONLY

Frauen wollen immer gut aussehen, erst recht unterwegs oder bei einem Geschäftstermin. Damit das auch stets der Fall ist, kann bei der Barbara Hofmann GmbH ein Schiebe-Kosmetikpinsel aus echtem Ziegenhaar geordert werden. Natürlich gewachsene Endspitzen sorgen für einen sanften und gleichmäßigen Auftrag der Kosmetik. Die matt schwarze Metallhülse verleiht dem Produkt einen edlen Charakter. Werbebotschaften werden wunschgemäß aufgebracht.

48350 • Barbara Hofmann Cosmetic-Pinsel GmbH • Tel +49 6661 963216  
m.thamm@barbarahofmann.com • www.barbarahofmann.de

-Anzeige-

**SHORTY**  
MADE IN GERMANY



**Ihr SPEZIALIST für recycelte und ökologische Werbeartikel**

**SPECIALIST Supplier of recycled and eco-friendly products**



**eco-promo**

ÖKOLOGISCHE  
WERBEARTIKEL

[www.eco-promo.de](http://www.eco-promo.de)

[sales@eco-promo.de](mailto:sales@eco-promo.de)  
Tel: +49 9369 983 59-10



**eco-promo**

ENVIRONMENTAL  
TRADE SUPPLIER

[www.eco-promo.eu](http://www.eco-promo.eu)

[sales@eco-promo.eu](mailto:sales@eco-promo.eu)  
Tel: +49 9369 983 59-11

## PSF FORUM AM 24. MAI 2012 IN LUZERN

## PROMOFRITZ MAL SECHS



Der Verband der schweizerischen Werbearbeitelindustrie Promoswiss verleiht im Rahmen des PSF Forums, der schweizerische Fachmesse für Werbearbeitel und Werbetechniken, am 24. Mai 2012 im Schweizerhof Luzern gleich sechs Mal seinen begehrten Award für Werbe- und Promotionsartikel. Der sogenannte PromoFritz wird in Gold, Silber und Bronze für den Werbearbeitel des Jahres in den Kategorien Design und Innovation sowie für die Kampagne des Jahres vergeben. Mit dem PromoFritz-Award



zeichnet der Verband die herausragenden Werbearbeitel und Konzepte aus, die in der Schweiz im kommerziellen, kulturellen oder Service-Public-Bereich eingesetzt werden. Der erst im vergangenen Jahr neu hinzugekommene Preis für die „Kampagne des Jahres“ prämiiert Verkaufsförderungsartikel, die als begleitendes Medium einer gesamtheitlichen Kampagne eingesetzt werden.

„Ziel der Awards ist es, den Werbearbeitel als bewährtes Kommunikationsmittel noch stärker ins Zentrum der Aufmerksamkeit von Entscheidungsträgern des Marketings zu rücken – zum Vorteil der gesamten Branche“, so Promoswiss-Marketingchef Michael Mätzener. „Promoswiss setzt eine unabhängige Jury ein, die verantwortlich zeichnet für das Reglement sowie die sorgfältige Abwicklung der Rangierung und für die breite Vermarktung des PromoFritz in der Öffentlichkeit. Fachpersonen aus Marketing, Werbung, von Fachmedien und Werbearbeitelern bilden das Gremium. Bewertet werden die Eingaben nach den Kriterien Originalität, Neuartigkeit, Umsetzung der Werbebotschaft, kommunikative Nachhaltigkeit, Funktionalität und Gebrauchswert“, erläutert Marcel Spiess, Präsident von Promoswiss. Hersteller, Importeure und Händler können ihre Werbe- oder Verkaufsförderungsartikel noch bis zum 15. Mai 2012 bei Promoswiss einreichen. [www.psf-forum.ch](http://www.psf-forum.ch) – [www.promoswiss.ch](http://www.promoswiss.ch)

## THE LEATHER BUSINESS

## NEUER SALES UND MARKETING MANAGER

Der britische Spezialist für personalisierte Lederwaren, The Leather Business, stellt Lui Notarnicola als neuen Sales und Marketing Manager vor. Der Geschäftsführer des Unternehmens, John Thorp, sagt dazu: „Es ist nur selten der Fall, dass ein Kandidat mit den Qualitäten von Lui Notarnicola auf dem Markt in Erscheinung tritt. Deshalb sind wir umso erfreuter, ihn für unsere Firma gewonnen zu haben. Er wird für Großbritannien zuständig sein und ist verantwortlich für die Einführung neuer Produkte und Verkaufsiniciativen bei bestehenden und neuen Kunden. Ich bin sicher, dass Lui Notarnicola ein großer Aktivposten in unserem Geschäft sein wird.“ [www.leather-business.co.uk](http://www.leather-business.co.uk)



Lui Notarnicola

## VERTICAS

## ÄNDERUNGEN IN DER GESCHÄFTSLEITUNG



Steffen Weigand

Prokurist Steffen Weigand (41), der seit 2003 die Bereiche Marketing und Vertrieb bei der Wiesbadener Full-Service-Agentur Verticas verantwortet, ist zum Januar 2012 in die Geschäftsleitung gewechselt und

wurde zudem auch Partner von Klaus Ritzer, der das Unternehmen 1990 gegründet hat. Steffen Weigand, der seit 1995 in der Branche tätig ist und sein Know-how im Bereich Werbearbeitel und Merchandising unter anderem bei Mercedes-Benz, Chrysler/Jeep und in leitender Funktion in Werbeagenturen erworben hat, wird zukünftig noch stärker den Bereich Full Service innerhalb der Gruppe verantworten, ausbauen und weiterentwickeln.

[www.verticas.de](http://www.verticas.de)

KHK, MAGNA SWEETS, MBW, STAEDTLER  
HARTWIG VERTRITT IDEAS4

Die unter dem Namen Ideas4 kooperierenden Unternehmen KHK (Köln), Magna sweets (Moorenweis), mbw (Wandrup) und Staedtler (Nürnberg) konnten Arnd Hartwig als neuen freien Handelsvertreter für



Arnd Hartwig

die Bereiche Deutschland Nord und Mitte gewinnen. Der Hamburger ist bereits seit mehreren Jahren in der Werbearbeitelbranche zu Hause. Er unterstützt ab sofort Frank Magin, der in Süddeutschland, Österreich und der Schweiz für die vier Unternehmen der Marketing-Kooperation tätig ist. [www.ideas-4.de](http://www.ideas-4.de)

**GUSTAV DAIBER GMBH  
KAI GMINDER WIRD MITGLIED  
DER GESCHÄFTSLEITUNG**

**P**assend zum Jubiläum wird im Jahr 2012 auch die vierte Generation im Hause Daiber offiziell vorgestellt. Kai Gminder, der Neffe von Geschäftsführer Rolf Daiber, wird neues Mitglied der Geschäftsleitung und dabei nach und nach neue Aufgabenfelder im Unternehmen übernehmen. Nach dem Abitur machte Kai Gminder eine Lehre als Bauzeichner, denn eigentlich wollte er Bauingenieur werden.



**Kai Gminder**

Doch nach mehreren Ferienjobs in der Firma seines Onkels Rolf Daiber und nach vielen Gesprächen merkte er schnell, dass die Textilbranche „mehr zu ihm passt“. Er studierte also Marketing/Kommunikation. Nach seinem Studium wollte Kai Gminder zunächst Erfahrungen in anderen Unternehmen sammeln. Doch als eine Stelle im Vertrieb frei wurde, wurde aus einer Aushilfsstelle im Lager eine Festanstellung. Im Gegensatz zu Rolf Daiber, der mehr der Visionär im Betrieb ist, setzt Kai Gminder diese Visionen operativ um. Er ist maßgeblich an neuen Trends und Designs beteiligt, so auch an dem neuen Katalog „Compendium 2012“. „Mit dem bestehenden Team kann ich mit einem sehr guten Gefühl in die Zukunft blicken“, sagt er. Ziel ist es, in den nächsten 10 bis 15 Jahren den Weg so weiterzugehen wie bisher und die Nummer 1 im Bereich Caps und Werbetextilien in Europa zu werden. Der 35-Jährige ist optimistisch: „Ich sehe dieses Ziel sehr realistisch.“ Zudem möchte Kai Gminder die Bekanntheit der Eigenmarken Myrtle Beach und James & Nicholson steigern. [www.daiber.de](http://www.daiber.de)

**GWW  
EHRENKODEX-URKUNDEN SIND DA**

**H**ans-Joachim Evers, bis Januar dieses Jahres Vorsitzender des bwg, hat den Ehrenkodex des Gesamtverbandes der Werbeartikelwirtschaft (GWW) mit auf den Weg gebracht. Deshalb war es auch nur logisch, dass sein Unternehmen das erste war, dem jetzt die fertige Urkunde des Ehrenkodex überreicht wurde. Der Tenor dieses Ehrenkodex: Als Unterzeichner verpflichten sich die Mitgliedsunternehmen der Fachverbände im GWW (AKW, bwg, BWL und PSI) die Prinzipien in den folgenden Themenbereichen zu respektieren: Berufliche Chancengleichheit/Nicht-Diskriminierung, Kaufmännische Sitten, Wettbewerbsrecht/Markenschutz, Anti-Korruption, Vermeidung gefährlicher Stoffe, soziale Gesetzgebungen, Umweltschutz, Datenschutz, Qualitätsanspruch. Diese Prinzipien sind für alle GWW-Mitglieder und ihre Mitgliedsunternehmen bindend. Patrick Politze, Vorsitzender des GWW, betonte bei der Übergabe ans Unternehmen Evers, dass der Ehrenkodex der erste und wichtige Schritt auf dem Weg zur weiteren Qualifizierung bis hin zur Zertifizierung der Unternehmen in der Branche ist. Angestrebt sind europaweite Standards, die Image und Geschäftserfolg der Unternehmen nachhaltig beflügeln.



**Kristin-Helen Evers präsentiert die Ehrenkodex-Urkunde.**

Der neue Centrix von Senator beeindruckte die internationale Expertenjury des red dot award: product design 2012. Das innovative Kunststoffschreibgerät erhielt eine der begehrten Auszeichnungen, vergeben von einer 30-köpfigen Fachjury. Kreative und Hersteller aus aller Welt hatten insgesamt 4515 Designs zu dem renommierten Produktwettbewerb eingereicht. Der neue Centrix begeisterte die Fachleute mit seiner hohen Gestaltungsqualität und erhielt für die gelungene Formensprache des Product Designs den weltweit begehrten red dot. Die Verleihung des international anerkannten Qualitätssiegels erfolgt am 2. Juli 2012 im Rahmen der traditionellen red-dot-Gala im Essener Aalto-Theater. Anschließend wird der Centrix in einer vierwöchigen Sonderausstellung im red dot design museum präsentiert. Beim Centrix verbinden sich Design und Produktkonzept zu einem innovativen Werbeträger. Der markante, breite Clip sitzt aufmerksamkeitsstark im Zentrum des Schreibgerätes und zentriert dort jede Werbemessage. Mit seinen außergewöhnlichen Proportionen ist der Centrix ein Individualist mit modernem, innovativem Design. [www.senatorglobal.com](http://www.senatorglobal.com)

**RED DOT AWARD: PRODUCT DESIGN 2012  
SENATOR CENTRIX ERFOLGREICH**

**D**er neue Centrix von Senator beeindruckte die internationale Expertenjury des red dot award: product design 2012. Das innovative Kunststoffschreibgerät erhielt eine der begehrten Auszeichnungen, vergeben von einer 30-köpfigen Fachjury. Kreative und Hersteller aus aller Welt hatten insgesamt 4515 Designs zu dem renommierten Produktwettbewerb eingereicht. Der neue Centrix begeisterte die Fachleute mit seiner hohen Gestaltungsqualität und erhielt für die gelungene Formensprache des Product Designs den weltweit begehrten red dot. Die Verleihung des international anerkannten Qualitätssiegels erfolgt am 2. Juli 2012 im Rahmen der traditionellen red-dot-Gala im Essener Aalto-Theater. Anschließend wird der Centrix in einer vierwöchigen Sonderausstellung im red dot design museum präsentiert. Beim Centrix verbinden sich Design und Produktkonzept zu einem innovativen Werbeträger. Der markante, breite Clip sitzt aufmerksamkeitsstark im Zentrum des Schreibgerätes und zentriert dort jede Werbemessage. Mit seinen außergewöhnlichen Proportionen ist der Centrix ein Individualist mit modernem, innovativem Design. [www.senatorglobal.com](http://www.senatorglobal.com)



**Beim Centrix verbinden sich Design und Produktkonzept zu einem innovativen Werbeträger.**

## FYVAR

## NEUER VORSTAND IM AMT



Gabriel Moese

**A**uf der 59. Generalversammlung hat der spanisch-portugiesische Verband Fyvar einen neuen Vorstand gewählt. Für die kommenden drei Jahre gehören dem Board folgende Personen an: Gabriel Moese (Paul Stricker, S.A.) steht als Präsident weiterhin an der Spitze des Verbandes. Seine Vertreter sind Romà Bruch (Camimpress Comercial, S.L.U.) als Vizepräsident und Nuno Oliveira (Marketing e Brinde, LDA) als Vizepräsident Portugal. Zum Sekretär wurde Félix Abian (Donodarei venta de soportes publicitarios, SLU) berufen, sein Vize ist Alejandro Ibañez (Promociones

Técnicas a Temps, S.L.). Darüber hinaus fungieren Josep María Pont (F. Puig Suc. Puig Domingo, S.L.) als neuer Schatzmeister und Miguel Pérez (2000 Publismark, S.L.) als Buchhalter. Weitere Mitglieder des Boards sind Joan Panadès (Graficser, S.L.), Rodrigo Martín (Idea Publicidad de Avila, S.L.), Sara Ogando (PSL Europe Spain, S.L.), Sonia Greño (Prodir Iberia, S.A.), Celestino Blanco (Sedesma) und Silvia Pecker (Gravalaser, S.L.). [www.fyvar.es](http://www.fyvar.es)

## L-SHOP-TEAM GMBH

## MADEIRA-STICKGARNE AB SOFORT ERHÄLTlich

**D**er Promotionstextilienlieferant L-Shop-Team hat sein Sortiment um Madeira-Stickgarne erweitert. Somit können Stickereien ab sofort sowohl Textilien als auch Stickgarne, Nadeln sowie weiteres Stickzubehör komfortabel aus einer Hand bei dem Unternehmen aus Dortmund beziehen, getreu dem Motto „Eine Bestellung, eine Lieferung, eine Rechnung, ein Partner: L-Shop-Team“. Madeira zählt weltweit zu den führenden Herstellern hochwertiger Stickgarne. Das Label steht für „überdurchschnittliches Know-how, unerschöpfliche Kreativität und ein hohes Maß an Verantwortungsbewusstsein der Umwelt gegenüber“. Sortiments-Highlight ist das Garn Polyneon 40 in 1000- oder 5000-Meter-Spulen in den gängigsten 100 Farben. Polyneon 40 als 1000-Meter-Spule ist sogar als Einzelspule je Farbe erhältlich. Für detailliertere Bestickungen wird das Garn Polyneon 60 (1500-Meter Spule) empfohlen. Beide Garne sind nach ÖkoTex zertifiziert.



Weitere Artikel des von L-Shop-Team angebotenen Madeira-Sortiments sind vorgespulte Unterfäden, Sticknadeln, Stickvliese und Stabilisierungsfolien. Textilien, Madeira-Stickgarne und Stickzubehör sind ab jetzt frei kombinierbar über den webshop [www.wahlbuch.com](http://www.wahlbuch.com) erhältlich. [www.l-shop.de](http://www.l-shop.de)

BOSCHAGROUP GMBH & CO. KG  
STAUSS-WISSIG VERSTÄRKT  
VERTRIEBSBEREICH

**D**as Traditionsunternehmen Boschgroup GmbH & Co. KG, Spezialist für Lederwaren und Individuallösungen in Form von Sonderanfertigungen, konnte Adelheid Stauss-Wissig vom Handelsunternehmen markenbotschafter zur Verstärkung der Vertriebsaktivitäten gewinnen. Adelheid Stauss-Wissig verfügt über umfassende Branchenerfahrung und übernimmt diese Aufgabe für die Postleitzahlengebiete 7,8,9 in Deutschland, ganz Österreich und die Schweiz. Sie vertritt die Eigenmarke Bodenschatz sowie die Lizenzmarken Betty Barclay Accessories und Sansibar Bags für den Vertriebsbereich Werbemittelhandel.

Tel: +49 6202 94 56 692  
info@markenbotschafter.eu  
[www.boschagroup.com](http://www.boschagroup.com)



Adelheid Stauss-Wissig

JUNG UND EMOTION FACTORY  
NEUER AUSSENDIENSTLER

**T**horben Brennecke heißt der neue Außendienst-Mitarbeiter in Diensten der Jung Bonbonfabrik und der Tochterfirma emotion factory für alle Vertriebsgebiete nördlich der Mainlinie und Skandinavien. Der Branchenkenner kommt vom Hamburger Werbemittel-Spezialisten giffits, wo er als Einkaufsleiter verantwortlich zeichnete. Beim Süßwaren-Spezialisten Jung betreut er künftig ausschließlich die Großhandelspartner. Er folgt David Dreier ins Team, der das Unternehmen im letzten Winter verlassen hat. [www.jung-europe.de](http://www.jung-europe.de)



Thorben Brennecke



## PRODUKTSICHERHEITSGESETZ

# ERSTE MASSNAHMEN AUS DER PRAXIS

Am Gesetz selbst kommt langfristig keine Branche vorbei, die Kennzeichnungspflicht gilt für alle Verbraucherprodukte – somit auch für Werbeartikel. Es gibt aber kurz- und mittelfristig situationsentschärfende Handlungsoptionen und vorbeugende Maßnahmen. Eine Zwischenbilanz zum Thema ProdSG vom BWL, Bundesverband der Werbeartikellieferanten e.V.

In jedem Falle vorteilhaft ist laut BWL der Informationsaustausch des Lieferanten mit seinen Distributoren. Die entsprechenden Vorab-Details zum Gesetz mit den daraus resultierenden konkreten Maßnahmen auf Lieferantenseite sind klar zu kommunizieren. An diesem Punkt hat auch der Handel die Gelegenheit, etwaige eigene Kennzeichnungswünsche einzubringen.

### GENERELLE PFLICHT ZUR KENNZEICHNUNG

Die generelle Kennzeichnungspflicht gemäß dem ProdSG besteht seit dem 1. Dezember 2011 und gilt grundsätzlich für alle Verbraucherprodukte und somit auch jeden Werbeartikel. Zu kennzeichnen ist jedes Produkt mit dem Namen und der zustellungsfähigen Anschrift des Herstellers bzw. desjenigen, der das Produkt in den europäischen Wirtschaftsraum einführt und

dort bereitstellt. Neben Namen und Anschrift ist auch eine Serien- oder Typnummer zur eindeutigen Identifizierung Pflicht. Anstelle des Lieferanten können auch der Werbemittelberater oder der Werbende selbst mit ihren Namen und ihrer Anschrift zur Produktkennzeichnung herhalten. Sie gelten damit quasi als Hersteller und übernehmen folglich sämtliche Haftungsrisiken für das Produkt. Grundsätzlich hat die Kennzeichnung auf dem Produkt zu erfolgen.

### AUSNAHMEFÄLLE

Lediglich in Ausnahmefällen – wenn eine Kennzeichnung etwa aus Platzgründen nicht möglich ist – ist auch eine Kennzeichnung auf der Verpackung gestattet. Aufkleber oder auch Hang-Tags, die die erforderlichen Angaben enthalten und mit dem Produkt fest verbunden sind, sollten der Kennzeichnungspflicht in der Regel genügen. Für Produkte, deren Kennzeichnung

aus Sicht des Verantwortlichen einen unverhältnismäßigen Aufwand bedeuten würde, sollte der Bereitsteller eine entsprechende Dokumentation verfassen und hinterlegen. Um Bußgelder zu vermeiden, sollte eine Kennzeichnung im Sinne des ProdSG spätestens durch den Importeur vorgenommen werden. Die Abnahme nicht gekennzeichnete Produkte kann vom Empfänger mit Hinweis auf Verstoß gegen das ProdSG ggf. verweigert werden.

### VERPFLICHTUNGEN DER BEHÖRDEN

Das ProdSG umgekehrt verpflichtet auch die Behörden. Diese müssen eine festgelegte Anzahl an Stichproben auf dem Markt überprüfen, ihr Kontrollzwang steigt. In Deutschland sind mehr als 100 Behörden dafür zuständig. Daraus folgt, dass jeder Bereitsteller seine Produktpalette einmal durchdekliniert haben sollte auf Ausnahmen von der Kennzeichnungspflicht. Dies wird aber nur auf sehr wenige Produkte zutreffen, wie es beispielsweise bei Einkaufswagenchips der Fall sein könnte. Weitere Informationen erhält der Werbeartikelhandel von seinen BWL-Lieferanten. Eine sehr gute Gelegenheit bietet sich dazu auch auf dem Handelstag der BWL Newsweek am 3. Mai 2012 im direkt am Frankfurter Flughafen gelegenen The Squire Conference Center. <

### KONTAKT

BWL e.V.

Tel. +49 221 9541358

Fax +49 221 9553938

info@bwl-lieferanten.de

www.bwl-lieferanten.de



Das Werbemittelzentrum in Obertshausen war dieses Jahr an den riesigen aufblasbaren Skulpturen von Weitem als Event-Location zu erkennen.



K+M-Geschäftsführer Stéphane Hennig (rechts) hat zu den Ausstellern ein vertrauensvolles und herzliches Verhältnis. Hier mit Rafael Kladzinsky von Chocollissimo.



## K+M WERBEMITTEL GMBH: 40. FRÜHJAHRSMESSE

# TRADITIONELL HOHES NIVEAU

Ein Weilchen ist es schon her, seit das Werbemittelzentrum in Obertshausen für einen Tag zur vielbesuchten Event-Location wurde. Doch gerade mit einem gewissen Abstand erinnert man sich umso lieber an einen geschäftigen Tag mit guten Gesprächen, vielen Produktideen und gut gelaunten Teilnehmern in gewohnt sympathischer Umgebung. Kein Wunder also, dass auch die 40. Auflage der Frühjahrsmesse wieder zur gelungenen und gut besuchten Produktschau geriet, die bei Lieferanten und Kunden zu den Highlights unter den Hausmessen zählt.

**D**ass alle so gern kommen, so lange da bleiben und sich wohlfühlen, gehört schon zu den Konstanten der Hausmesse der K+M Werbemittel GmbH und hat sicherlich mit der Kompetenz, Natürlichkeit und mitreißenden Fröhlichkeit von K+M-Geschäftsführer Stéphane Hennig und seinem Team zu tun. Unermüdlich führen sie Kunden durch die Gänge, zeigen dies und erläutern das und man kann nur ahnen, wie viel Arbeit in dem jährlich stattfindenden Event steckt. Die ganze Mannschaft ist beteiligt, und so teilt Hennig den Erfolg auch gern mit allen. Auch die Konzeption der Messe mag ein Erfolgsfaktor sein: Die Aussteller, das sind Stamm- sowie wechselnde Lieferanten, sind mit ihren Produkten in den Regalwänden des Showrooms permanent präsent. Sie pflegen diese Flächen regelmäßig und bringen zur Messe ihre Neuheiten und Bestseller mit. Dieses System erspart aufwen-

diges Stände-Schleppen und -Aufbauen, und das schenkt Zeit, Energie und gute Laune.

**GUTE RESONANZ**  
Trotz allen Trubels nimmt sich Hennig immer Zeit für ein Gespräch: „In diesem Jahr präsentieren sich 60 Aussteller, 350 Firmen haben sich auf Kundenseite angemeldet, und es sieht so aus, als seien sie alle gekommen.“ Wie schon einmal vor drei Jahren hat K+M selbst auch dieses Jahr

diges Stände-Schleppen und -Aufbauen, und das schenkt Zeit, Energie und gute Laune.



**Tolle Produkte, professionelle Beratung und gute Stimmung – die 40. K+M-Frühjahrsmesse hat den Teilnehmern sichtlich Freude gemacht.**

wieder ein eigenes Neuheitenregal bestückt: „Auf einer Fläche im Vorraum zeigen wir die Produkte, die das Team auf der PSI entdeckt hat. Auch was wir sonst bei unseren Recherchen an Highlights aufgetan haben, ist dort zu sehen.“ Auch der Schweizer Kooperationspartner, ein Händler, mit dem K+M gemeinsame Kunden in der Schweiz betreut und Synergieeffekte nutzt, ist vertreten und beeindruckt durch meterhohe Aufblaskulpturen im Außengelände. Die Objekte können je nach Werbezweck gestaltet werden.

#### **KEIN KOMPROMISS BEI QUALITÄT**

Wie ist die Stimmung im Markt? Da muss Hennig nicht lange nachdenken: „Wir hatten ein sehr erfolgreiches Jahr. Aber zurzeit sieht es so aus, als würde der Kunde abwarten, wie sich die Konjunktur entwickelt. Wir haben zwar viel Arbeit und schreiben laufend Angebote, aber die Aufträge kommen schleppend.“ Auch in dieser Situation bleibt Hennig konsequent, wenn es um Qualität geht. Zu groß ist die Gefahr, dass Menschen durch nicht-konforme Produkte zu Schaden kommen. „Wir ar-



**Neuheiten von der PSI waren ebenfalls zu sehen.**

beiten nur noch mit Lieferanten, die eine lückenlose Qualitätssicherung nachweisen können. Jeder weiß, dass Social Audits, Labortests und Konformitätsbemühungen Geld kosten und zwangsläufig die Produkte verteuern. Leider haben viele Kunden in dieser Beziehung noch kaum Bewusstsein, denn sie fordern das Unmögliche: billige Preise für sichere Produkte. Da muss die Branche noch einiges zur Aufklärung tun.“

#### **UMFASSENDE SERVICE**

Pünktlich zur Messe ist der neue Internetauftritt von K+M online gegangen. Nutzerfreundlich, schnell, übersichtlich und äußerst informativ präsentiert sich K+M dem Kunden. Außerdem weist Hennig auf das neue Shop-Portal Wetterdepot.com hin, ein klassischer B2C-Shop, bei dem der User Produkte rund um das Thema Wetter er-

stehen kann. Dazu gehören zum einen Regenponchos in den verschiedensten Farben, zum anderen aber auch Liegestühle oder Autofahnen. Das Besondere bei diesem Shop ist, dass das System den User in seinem Einkauf führt. Bestellt er beispielsweise zehn Regenponchos, dann errechnet das System für ihn, wie viele Ponchos er jetzt noch dazunehmen müsste, um die nächsthöhere Rabattstufe zu erreichen. Insofern eignet sich dieser Shop sowohl für den einzelnen User als auch für Unternehmen, die ihre Mitarbeiter oder Kunden mit Wetteraccessoires ausstatten wollen. „Dieser Endkunden-Shop dient uns als Demo-Version, denn er zeigt dem Kunden, wie von uns entwickelte Shops aussehen können“, erklärt Hennig abschließend.

<



Corporate Wear at its best: Das Team um Ralf Hesse ganz in der Tradition des modebewussten Chefs – gut gerüstet für den Event in der BayArena.



Motivierte Aussteller, interessierte Kunden.

## M.E.S. MARKETINGSERVICES GMBH

# SPORTLICHER AUFTRITT

Die Macher von m.e.s. Marketingservices aus Solingen und Münster haben sich für ihre diesjährige Hausmesse wieder etwas ganz Besonderes einfallen lassen. Unter dem Motto „2012 – Ihr Frühlingmärchen“ ging in der Leverkusener BayArena eine hochkarätig besetzte Produktschau über die Bühne.

**W**ürde die Fußball-Abteilung von Bayer Leverkusen regelmäßig Leistungen wie zuletzt beim 1:7-Auswärtsdebakel in der Champions League gegen den spanischen Weltverein FC Barcelona abliefern, wären die Tage wohl gezählt hinsichtlich der Erlaubnis, die Heimspiele in der schmucken BayArena austragen zu dürfen. Aber nur zwei Tage danach durfte sich Leverkusen wieder freuen: Schließlich war das Stadion des Fußball-Bundes-

ligisten dann aufmerksamkeitsstarker Austragungsort für die Hausmesse von m.e.s. Marketingservices aus Solingen und Münster. Die Crew um Geschäftsführer Ralf Hesse, wie eh und je guter Laune und modisch gekleidet, zeigte wieder einmal, dass es sich durchaus lohnt, den Weg in die BayArena anzutreten.

**50 AUSSTELLER IN EDLEM AMBIENTE**  
Die 50 Lieferantenpartner zeigten in einer edlen VIP-Lounge der Arena rund 220 Kun-

den von 150 Firmen, was die Werbeartikelbranche an Highlights zu bieten hat. Neben Produktneuheiten und aktuellen Trends wurde der Kunde natürlich auch zum Einsatz von Evergreens des Werbemittelmarktes wie Schreibgeräte, Textilien oder USB-Elektronikartikel umfassend beraten. Meisterliche Produkte, attraktive Novitäten und erstklassige Betreuung waren also Trumpf in Leverkusen. Leckere Speisen, darunter bestens angenommene



**Eindrucksvoll:  
Die Führung durch  
das Stadion.**

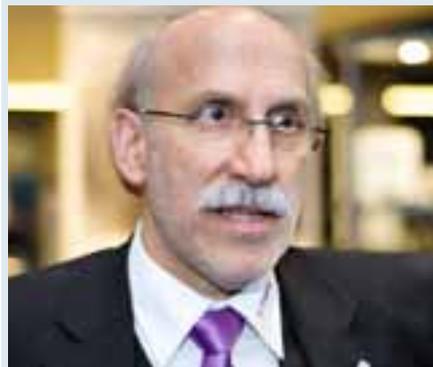


Curry-Wurst, und eine 30-minütige Stadionführung mit Besuch von Innenraum, Kabinen, Tribüne, Einlaufunnel, Presserräumen und VIP-Bereichen rundeten einen mit hochklassigen Begegnungen gefüllten Tag ab.

#### INFORMATIVE VORTRÄGE

Im Laufe des Messtags gab es überdies interessante Vorträge zu hören: Referent Tobias Erdmann, Geschäftsführer Erdmann GmbH aus Solingen, informierte über IT-Sicherheit & Datenschutz und Oliver Haarmann, Geschäftsführer oh!Kommunikation aus Remscheid, sprach über Einsatz und Nutzen des QR-Codes für zeitgemäßes und erfolgreiches Marketing. Patrick Politze, Gesamtverband der Werbeatikel-Wirtschaft e.V. (GWW), fasste die Ergebnisse der zu Jahresbeginn erschienenen ersten repräsentativen Werbewirkungsstudie für Werbeatikel des GWW zusammen und stellte dabei den hohen Stellenwert sowie die Position und Wirkung von Werbeatikeln als Teil des Kommunikations-Mixes heraus. <

#### IM GESPRÄCH MIT DEM PSI JOURNAL: RALF HESSE, GESCHÄFTSFÜHRER M.E.S. MARKETINGSERVICES GMBH



**Ralf Hesse**

*Herr Hesse, dreht sich im Jahr der Fußball-EM in Polen und der Ukraine auch im Produktangebot hier in der BayArena alles um König Fußball?*

Ja, natürlich haben wir viele bunte Werbemittel hier, die sich mit dem Thema Fußball beschäftigen, zumal wir im Vorfeld der Veranstaltung bei unseren eingeladenen Kunden ein gesteigertes Interesse feststellen konnten. Aber das Thema macht noch keine Hausmesse!

*Auf welche Neuheiten und Trends darf sich der Kunde derzeit besonders freuen?*

Da gibt's so viele, ich würde keines besonders herausstellen wollen. Wir bieten wie immer einen breiten Mix. Auch der eine oder andere

Exot ist sicherlich dabei. Die Auswahl ist und bleibt doch Geschmacksache.

*Wie schätzen Sie die Stimmung beim Industriekunden aktuell ein?*

Ich meine zu bemerken, dass die Wirtschaft langsam anzieht. Die in Gang kommende Konjunktur wirkt sich dann natürlich auch positiv auf mein Geschäft aus.

*Liegt made in Germany wieder im Aufwärtstrend?*

Das kann man durchaus genauso konstatieren. Deutsche Produkte sind wesentlich attraktiver geworden, weil die Preisunterschiede nicht mehr so eklatant sind. Zudem sprechen die kürzeren Lieferzeiten für Produkte aus deutscher Herstellung.

*In Ihrem Team hat es eine wichtige Veränderung gegeben: Markus Rensmann, der zuletzt als Prokurist das Verkaufsbüro in Münster geleitet hat, hat das Boot verlassen. Was nun?*

Natürlich geht mit einem Mitarbeiter auch ein Stück Kapital verloren, das ist klar. Aber dennoch laufen die Geschäfte in Münster gut und zufriedenstellend weiter, schließlich haben wir dort mit Boris Künzel einen ausgewiesenen Fachmann, der von Frau Eßer hervorragend unterstützt wird. Mit diesen beiden Kräften sind wir gut aufgestellt. Ich schaue positiv nach vorne.



## HAUPTFLEISCH GMBH

# EIN GESCHENKTER TAG

Seit den 1980er Jahren hat sich der Karlsruher Werbemitteltag fast schon zu einer Institution in der Branche entwickelt. Nach dreijähriger Pause inszenierten die Werbemittel-Spezialisten von Hauptfleisch das Event nun im Kunstwerk in Karlsruhe und lieferten Kunden und Besuchern wie gewohnt viele Ideen und Impulse.

**N**unmehr seit über 30 Jahren bietet Wolf Hauptfleisch und inzwischen auch sein Sohn Christian Hauptfleisch mit dem Karlsruher Werbemitteltag eine interessante und vor allem mit qualitativen und bunten Produkten gut bestückte Anlaufstelle. Auch in diesem Jahr war die Veranstaltung ein voller Erfolg, mussten doch sowohl die Lieferantenpartner als auch die Kunden von Hauptfleisch in den vergangenen drei Jahren auf das Event verzichten. Doch die kleine Pause hat dem Ganzen nicht geschadet. Ganz im Gegenteil, denn zur Feier des

Revivals dachten sich die Karlsruher Werbeprofis ein besonderes Konzept aus: Sie schenkten ihren Kunden einen Tag voller werbestarker Stunden. Den 29. Februar gibt es nur alle vier Jahre im Kalender, warum also den zusätzlichen Tag nicht ideal nutzen? Unter diesem Motto richteten Wolf und Christian Hauptfleisch die Messe in der Eventhalle Kunstwerk aus, die als alte Nähmaschinenfabrik in Kombination mit den dort ausgestellten modernen Kunstwerken den Besuchern eine sehr angenehme Atmosphäre bot.

### BUNTE TRENDS

Ganz bewusst entschieden sich Wolf und Christian Hauptfleisch und Prokurist Tullio Coveli im Vorfeld für das Kunstwerk, denn die Veranstaltungshalle bot genügend, aber vor allem nicht zu viel Platz. So hatte sich das Geschäftsführer Christian Hauptfleisch auch vorgestellt, denn seine Kunden zu einem Event in Hallenatmosphäre zu begrüßen, lag ihm fern. Insgesamt kamen 219 Besucher von 127 Firmen vorbei und ließen sich von den 30 Ausstellern zeigen, was die Werbeartikelbranche zu



Freuen sich über den gelungenen Karlsruher Werbemitteltag: Tullio Coveli, Wolf R. Hauptfleisch und Christian Hauptfleisch. (v. l.)

bieten hat. Dank dem vielfältigen Angebot konnte man sich schon am frühen Vormittag über großen Zulauf im Kunstwerk freuen. Dem Auge des Besuchers wurde viel geboten: Ob Tassen, Kullis, Vasen oder Krawatten – fast alle Aussteller waren sich einig, dass vor allem kräftig leuchtende Farben momentan besonders gefragt sind. Davon ist auch Christian Hauptfleisch überzeugt. Er sieht jedoch noch einen weiteren starken Trend in der Werbemittelbranche: die Qualität. Dies bestätigte die Auswahl an Produkten, die die Lieferanten präsentierten. So bot sich Besuchern als auch Ausstellern ein gelungenes buntes Spektakel, das sich natürlich in der Stimmung widerspiegelte.

**POSITIVE STIMMUNG  
IN DER BRANCHE**

„Der Karlsruher Werbemitteltag ist eine sehr lebendige und auch sehr beliebte Messe, die allen gerecht wird“, so Ralf König von Jung Bonbonfabrik. Zu der guten Stimmung der Werbemittelhersteller trug wohl

auch die Tatsache bei, dass nach den vergangenen doch sehr schwierigen Jahren wieder Licht am Horizont zu erkennen ist. Zwar zögern viele Unternehmer noch zu investieren, da die Meldungen über ein krisengeplagtes Europa nicht abreißen, aber auch Christian Hauptfleisch ist sich sicher, dass die Branche auf einem guten Weg ist. Der guten Stimmung konnte also nichts Abbruch tun. Am Ende des Tages freuten sich die Veranstalter und die Aussteller über eine gewohnt gelungene Messe und die Besucher gingen verwöhnt von vielen Messe-Eindrücken, guter Beratung und gutem Essen glücklich und zufrieden nach Hause. <

**IM GESPRÄCH MIT  
CHRISTIAN HAUPTFLEISCH**

*Herr Hauptfleisch, wie schätzen Sie die Stimmung in der Werbemittelbranche zurzeit ein?*

Die Branche hat schwere Zeiten hinter sich und hat sich meiner Meinung nach noch nicht vollständig erholt. Sie ist allerdings auf einem sehr guten Weg dorthin. Vor allem in den letzten Jahren hat sich herausgestellt, dass man gerade als Händler breit aufgestellt sein muss. Das betrifft nicht nur den Kundenstamm, sondern auch den Service, den man bietet.

*Was verlangen Ihre Kunden und wie werden Sie dem gerecht?*

Was immer wichtiger wird, ist in meinen Augen die Qualität. Der Kunde setzt verstärkt auf hochwertige Produkte, verlangt aber auch mehr Qualität in der Dienstleistung der Händler. Als Full-Service-Anbieter ist es unser Ziel, nicht nur Standard, sondern über eine individuelle Beratung das passende Produkt und Konzept anzubieten. Wir versuchen alles um den Werbemittelhersteller herum zu leisten und konnten damit bisher sehr gute Erfahrungen sammeln.



Großzügiger Schauplatz der Viering Promotion Days 2012 war das Cineplex-Kino in Münster. Vertreter von 200 Firmen waren gekommen, um sich zu informieren, was die Werbewelt zu bieten hat.

## VIERING GMBH

# WERBESTARS FÜR JEDEN ANLASS

Über ein kreatives Mailing hatte Viering seine Kunden diesmal für zwei Tage ins Cineplex-Kino in Münster eingeladen. Im Rahmen der Viering Promotion Days 2012 wurde neben kompetenter Beratung und dialogstarken Werbemitteln auch ein originelles Gewinnspiel geboten.

**W**ie immer hatte sich das schlagkräftige Team des Werbeartikelspezialisten aus dem Münsterland um Geschäftsführer Mark-Oliver Schrader für die zweitägige Produktschau einiges einfallen lassen: In diesem Jahr wurde exklusiv für seine Kunden im großzügig bemessenen Cineplex in Münster der rote Teppich ausgerollt. Das Motto: Werbestars by Viering. Exakt 40 Aussteller zeigten, dass bei Viering neben einer breiten Auswahl an kreativen Produktideen immer auch kompetente

Beratungsleistung im Vordergrund steht. Ein kreatives, mehrstufiges und auf die Location thematisch pfiffig zugeschnittenes Mailing war als Einladung an rund 2500 Adressen gegangen. Die 320 Personen von 200 Firmen, die nach Münster gekommen waren, wurden nicht enttäuscht.

### WERBEIDEEN ZUR GRILLSAISON

Wer suchte, wurde fündig: Schließlich hatte Viering für jedes Budget, jeden Einsatzzweck und Geschmack etwas zu bieten.

Dabei ging es auch um Produkte zur diesjährigen Fußball-Europameisterschaft in Polen und der Ukraine: „Die EM ist zwar ziemlich weit weg, hat aber durch die Public Viewings im Sommer großen Aufmerksamkeitswert. Fußballereignisse sind auch immer ein Anlass zu privaten Fernseh-abenden im Freundeskreis. Daher unsere Idee, das Thema auch mit dem Thema Grill und dessen Zubehör zu verknüpfen“, erklärte Viering-Geschäftsführer Mark-Oliver Schrader.



**DAUERBRENNER FEHLTEN NICHT**

Natürlich spielten aber auch andere Werbemittel im Cineplex eine wichtige Rolle: „Zu den stabilen Rennern des Programms gehören nach wie vor auch etwa Lanyards, Textilien oder Elektronikartikel und Taschen“, listete Schrader auf. Für Abwechslung in der stimmigen Location sorgte ein Gewinnspiel: So bekam jeder Besucher eine 3D-Brille, mittels derer er die Fragen und Antwortmöglichkeiten an jedem der 40 Ausstellerstände erkennen konnte, um letztlich die Lösung in die Laufzettelkarte einzutragen. Damit sorgte der Veranstalter für einen zusätzlichen Anreiz, eben die vollständige Vielfalt zu sichten – und bei den Ausstellern für gute Laune: „Die Idee ist so gut wie einfach und jeder von uns bekommt damit die Gelegenheit, mit dem Kunden ins Gespräch zu kommen“, sagte Patrick Polaniok vom Krawattenspezialist Alta Seta stellvertretend für seine Lieferanten-Kollegen.

**ATTRAKTIVES GEWINNSPIEL**

Entsprechend der Themenausrichtung mit Schwerpunkt auf der Sommersaison durfte sich der Gewinner des vor Ort initiierten Gewinnspiels über einen als Hauptpreis ausgelobten, hochwertigen Kugelgrill freuen. Und wer mochte, konnte sich von einem Profi-Fotografen in die Szene eines Filmklassikers wie Casablanca oder Spiderman layouts lassen und das ausgedruckte Foto gleich mitnehmen. Neben dem informativen Rundgang durch die bunte Viering-Werbeartikelwelt sorgte ein kulinarisch anspruchsvolles Catering für einen runden Abschluss. <

**IM GESPRÄCH MIT VIERING-GESCHÄFTSFÜHRER MARK-OLIVER SCHRADER**

**Wie schätzen Sie derzeit die Stimmung beim Industriekunden ein?**  
 Sie ist positiver als im letzten Jahr. Dennoch gibt es natürlich Unterschiede in den verschiedenen Branchen. Manche geben wieder richtig Gas, andere halten das Budget nach wie vor gering. Der Trend geht vor allem Richtung Streuartikel mit hoher Wertanmutung.



Marc-Oliver Schrader

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

Im Textilbereich, bei Taschen, Lanyards und USB-Produkten ging es weiter aufwärts, aber auch Tassen halten unverändert hohes Niveau hinsichtlich des Absatzes.

**Vergleich zwischen Produkten „made in Germany“ und der Asien-Produktion: Asien-Produkte sind teurer geworden. Liegen deutsche Produkte damit im Aufwärtstrend?**

Das betrifft natürlich deutsche Produkte, aber vor allem solche aus europäischer Herstellung, die jetzt eine deutlich gestiegene Nachfrage erleben. In Asien haben schließlich neben den Preisen für Rohstoffe und Fracht auch die Lohnkosten deutlich angezogen. Zudem haben sich die Lieferzeiten durch die größere Nachfrage im Binnenmarkt für uns verschlechtert.

**Ihre Erwartungen für das Geschäftsjahr 2012?**

Ganz klar: Nach den Boomjahren 2007 und 2008 gab es in den Folgejahren etwas schwächere Umsätze. Wir wollen 2012 aber wieder ganz oben landen. Mit der Einstellung neuer Vertriebsmitarbeiter haben wir unsere Aktivitäten in der Akquise verstärkt. Das macht uns sehr zuversichtlich.



Freuen sich über einen gelungenen Event:  
Anne und Tobias Bartenbach, Geschäftsführer der Bartenbach Marketing Services.



## BARTENBACH MARKETING SERVICES: 8. MAINZER WERBEMITTEL-TAG

# WERBEMITTEL-TRENDS IN DER LOKHALLE

Nicht mehr wegzudenken aus den Events der Region ist der von Bartenbach Marketing Services initiierte Werbemittel-Tag in der Mainzer Alten Lokhalle. Auch die achte Auflage des weit über die Region hinaus bekannten und geschätzten Events wurde nicht nur vom Veranstalter, sondern auch von Ausstellern und Kunden als Erfolg gewertet. Ein Konzept, das Zukunft hat.

**A**uch die achte Auflage der Produktschau der Bartenbach Marketing Services, die traditionell Mitte März in der Alten Lokhalle in Mainz über die Bühne ging, zeigte wieder ein breites Spektrum an Werbeartikeln aller Produktgruppen und Preissegmente. 37 Aussteller präsentierten eine große Vielfalt an Produkten, sowohl Innovatives wie Bewährtes. Auch Last-Minute-Ideen zu den beiden Top-Sportevents dieses Sommers, der Fußball-Europameis-

terschaft sowie den Olympischen Sommerspielen in London, waren zu sehen. Darüber hinaus wurde das Angebot mit Eigenkreationen und Sondersets sowie einem Ausblick auf das Thema „Weihnachten 2012“ abgerundet. 390 Besucher von über 200 Unternehmen nutzten den Tag in der extravaganen Location, um die werbestarken Produkte live zu erleben und so mancher ließ sich zu neuen Werbeideen inspirieren. Auf großes Interesse stieß auch

das Rahmenprogramm mit Kugelschreiberwerkstatt sowie den Tipps von Food-Consultant Reinhard-Karl Üblacker zur gesunden Ernährung am Arbeitsplatz. Insgesamt also ein informativer, ereignisreicher und kommunikativer Tag in entspannter Atmosphäre, an dem sich alle Beteiligten dank der persönlichen Betreuung durch das Bartenbach-Team sichtlich wohlfühlten. Der 9. Werbemitteltag ist für den 14. März 2013 geplant. <

## V o r t e i l e i m F o k u s

*"Wir sind Mitglied im bwg..."*



**Florian Mansard**  
Mansard Werbemittel GmbH  
bwg-Mitglied seit 1986

*... weil wir vom exklusiven  
UPS-Rabatt profitieren.*

*Je nach Gewicht des Pakets  
sind bis zu 50% Ersparnis  
zur Normal-Rate möglich."*

Jetzt Mitglied werden!  
[www.bwg-verband.de](http://www.bwg-verband.de)

## Warum Mitglied werden?

- ➔ Kostenlose Rechtsberatung
- ➔ Exklusive Fachseminare
- ➔ Aufklärung über Gesetze
- ➔ Freier Eintritt zur Messe TREND



## SCHOLZ PROMOTION SERVICE GMBH

# SERVICE ERLEBEN

Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile – frei nach diesem verkürzten Zitat von Aristoteles veranstaltete die Scholz Promotion Service GmbH nun zum zwölften Mal die WEMA. Im Stuttgarter Römerkastell machte der Werbeartikel-Profi sein ganzheitliches Leistungsspektrum für seine Kunden erlebbar.

Eine Wohlfühlveranstaltung wollte die Scholz Promotion Service GmbH ihren Kunden mit der WEMA bieten. Dies gelang, denn mit der bunten Hausmesse bot Geschäftsführer Alexander Helm einmal mehr die ideale Gelegenheit, sich über Neuheiten zu informieren und über Neuigkeiten der Werbeartikelbranche auszutauschen. 36 Aussteller präsentierten mehr als 360 Besuchern von 182 Unternehmen ihre Produkte. Unter dem Motto „Das Ganze ist mehr als die Summe

seiner Teile“ standen in Stuttgart vor allem Service und Philosophie des Unternehmens im Vordergrund. Das Römerkastell bot die richtige Kulisse. Was den Römern lange Zeit als Festung diente, war Mitte März Schauplatz der WEMA, auf der ein buntes Treiben rund um ein vielfältiges Angebot an qualitativen Produkten herrschte. Schon am Vormittag sorgte dies für einen großen Besucherandrang. Besonders hoch im Kurs stehen laut Helm nach wie vor Elektronikartikel. Wichtig

sei es jedoch, den Werbeartikelanwendern mehr als nur das Produkt zu liefern. Ganz nach dem diesjährigen Konzept bietet er seinen Kunden „das Ganze“, das sich aus der Summe der einzelnen Komponenten Beratung, Lieferanten und Produkten zusammensetzt. Seit 1996 ist die Scholz Promotion Service GmbH im Besitz der Familie Helm, die viel Wert auf Zuverlässigkeit, Beständigkeit und zukunftsorientierte Weiterentwicklung im Unternehmen legt. 2009 bekam Alexander Helm die Leitung des Unternehmens von seinem Vater übertragen. Die WEMA ist laut Helm die ideale Möglichkeit für ihn, seinen Kunden für eine gute Zusammenarbeit zu danken und Partnerschaften zu festigen. Das Feedback war auch in diesem Jahr durchweg positiv. Die Aussteller freuten sich über gehaltvolle und vielversprechende Kundenkontakte und die Besucher genossen kompetente Beratung und eine serviceorientierte Veranstaltung, die ihrem Konzept „Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile“ durchaus gerecht wurde. <

# 27<sup>th</sup> INTERNATIONAL PREMIUMS & PROMOTIONAL ITEMS EXHIBITION

**20-23**  
SEPT 2012  
CNR Expo



## FLIGHT TO PROMOTION

### ALWAYS CLOSE TO YOU.

Wherever you are in Europe we are only  
a few hours away.

### GET READY TO BE IMPRESSED.

In every booth you visit, you will meet  
creative solutions.

### WE SPEAK THE SAME LANGUAGE.

Communication will not be a problem with us.  
You will be well understood.

### YOU WILL BE CHARMED.

You will not only have new business opportunities,  
but have a great long weekend in the magic  
atmosphere of Istanbul.

Save the Date **20-23 September 2012**



u fi  
Approved  
Event

**Istanbul Expo Center / CNR Expo, Turkey**

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 licence from Reed Exhibitions Deutschland GmbH. EUF A.S. is an independent business and a licensee of Reed Exhibitions Deutschland GmbH.  
BU FUAR 5174 SAYILI KANUN GEREĞİNCE TOBB (TÜRKİYE ODALAR VE BORSALAR BİRLİĞİ) İZİNİ İLE DÜZENLENMEKTEDİR.  
THIS FAIR IS ORGANIZED WITH THE PERMISSION OF THE UNION OF CHAMBERS AND COMMODITY EXCHANGES OF TURKEY IN ACCORDANCE WITH THE LAW NUMBER 5174.





# GESUNDHEIT UND FITNESS

## GUT IN FORM

Gesundheit ist ein wichtiger persönlicher und gesellschaftlicher Wert. Förderung und Erhaltung der Gesundheit bedürfen keines großen Aufwands: meist genügen angemessene Bewegung und entsprechende Ernährung. Teuer ist dagegen der Versuch, Gesundheit wiederherzustellen.

**F**olgt man den Aussagen der Weltgesundheitsorganisation, so ist Gesundheit „ein Zustand des vollständigen körperlichen, geistigen und sozialen Wohlergehens und nicht nur das Fehlen von Krankheit oder Gebrechen“. Dies zeigt den ganzheitlichen Ansatz eines gesunden Menschen, welcher auch schon im lateinischen „Mens sana in corpore sano“ („Gesunder Geist in gesundem Körper“) mitschwingt und physiologische wie seelische Komponenten im Zusammenhang sieht. Pragmatischer klingt dagegen die Ansicht des Philosophen Friedrich Nietzsche, für den „Gesundheit dasjenige Maß an Krankheit ist, das es mir noch erlaubt, meinen wesentlichen Beschäftigungen nachzugehen“ – eine Ansicht, die auf den ersten Blick zwar nicht mehr ganz zeitgemäß scheint, die sich im heutigen (Berufs-)Leben aber noch allzu häufig findet. Da klingt das Diktum des Pflegepädagogen Reinhard Lay schon weit besser: „Gesundheit bedeutet eine zufriedenstellende Entfaltung von Selbstständigkeit und Wohlbefinden in den Aktivitäten des Lebens.“ Produkte, die dies (werbe-)wirksam unterstützen, finden sich auf den folgenden Seiten. <



## ATTRAKTIVER BLICKFANG

**S**chon seit einiger Zeit haben auch weltbekannte Profi-Sportler Hologramm-Armbänder für sich entdeckt. Mittlerweile erfreuen sie sich auch bei Nicht-Sportlern immer größerer Beliebtheit, wie sich am Absatz der von Lehoff vertriebenen Bänder zeigt. Das Vital-Maxx-Armband gibt es für Damen und Herren jeder Altersklassen und kann sowohl im Alltag als auch beim Sport getragen werden.

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

## LUFTERFRISCHENDER VIRENKILLER

**E**inen ultrakompakten Luftreiniger mit Ionisierungsfunktion und Staubkollektor von Klarstein gibt es bei Ceotra. Das kleine Gerät lässt sich über den Anschluss an eine reguläre Steckdose oder auch an einen 12-Volt-Zigarettenanzünderanschluss betreiben. Es ist geeignet zur Nutzung in Räumen bis 15 Quadratmeter, in Kraftfahrzeugen oder in Campingwagen. Das Klarstein AP-15M sorgt dafür, dass die Atemluft deutlich aufgefrischt wird und produziert dabei Aktivsauerstoff, wodurch schlechte Gerüche neutralisiert und Viren sowie Mikroorganismen, Feinstaubpartikel, Pollen und Pilzsporen abgetötet werden.

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



## SPORTLICHE OUTFITS

**D**aiber hält für jede Sportart und jeden Geschmack passende textile Outfits bereit. Mit Reißverschluss und der CoolDry-Technologie ausgestattet sind die für Radfahrer beider Geschlechter ideal geeigneten Bike-T Half Zips sowie die Bike Short Tights von James & Nicholson. Die Faser der Oberbekleidungsstücke transportiert die Körperfeuchtigkeit nach außen, ist atmungsaktiv und sorgt für ein angenehmes Tragegefühl. Der reflektierende Druck der Radlerhosen, die wie eine zweite Haut eng anliegend sitzen und die Feuchtigkeit absorbieren, sorgt auch im Dunklen für Sicherheit. Darüber hinaus sind noch viele weitere interessante und hochwertige Sportartikel bei Daiber erhältlich, darunter auch Jogging-Kleidung oder etwa bequeme Kapuzenjacken, die bestens geeignet sind zum Drüberziehen während der Trainingspausen.

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

-Anzeige-





## VITAMIN B2B

Die Macher bei Jung Bonbonfabrik wissen genau, wie die Zielgruppe auf Messen oder am P.O.S. auf besonders leckere Art an Vitamine kommt: mit dem Vitamin-Fruchtgummi-Tetraeder. Das Geschmackserlebnis in Fruchtsaft-Qualität mit Pfirsich-Fruchstückchen überzeugt auch optisch: Drei Werbeseiten des Tetraeders können im vierfarbigen Druck individualisiert und somit statt mit nur einer auch mit bis zu drei verschiedenen Werbebotschaften versehen werden.

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

## IDEALER SCHWITZABLEITER

Ein schweißabsorbierendes und zugleich schnell wieder trocknendes Mikrofaser-Workout-Handtuch mit Waffelstruktur hat Troika für Freizeitsportler im Angebot. Der hochwertige Schwitzableiter verfügt über eine praktische Zipptasche für die Unterbringung von MP3-Player, Kreditkarte oder Schlüssel sowie über eine Halteschleife zum Aufhängen. Der Schwitzableiter macht seinem Namen aller Ehre, ist in Grau erhältlich und hat die Maße 1140 x 240 x 6 Millimeter. Damit haben Kunden ihren Erfolg schnell in trockenen Tüchern.

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



## WIRKUNGSVOLLE KÜCHENKRÄUTER

Ein Hauch Nostalgie und starker Geschmack – das sind die wirkungsvollen Zutaten, mit denen die emotion factory ihr attraktives Blumen- respektive Kräuterkästchen aus verzinktem Metall ausgestattet hat. Es enthält eine Torftablette und Kräutersamen-Mischung mit Basilikum, Majoran und Schnittlauch. Der Verschlussdeckel aus Karton bietet zudem eine optimale Werbefläche, die sich der Kunde im Digitaldruck ab einer Abnahmemenge von 250 Stück vierfarbig individualisieren lassen kann.

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



## GELENKE SCHONEND

Der Nordic-Walking-Crosstrainer von Lehoff bietet dem Nutzer die Möglichkeit zum gelenkschonenden Ganzkörpertraining. Schließlich werden beim Nordic Walking sowohl Muskeln als auch das Herz-Kreislauf-System angesprochen, was bei gleichmäßigem Training bereits im niedrigen Pulsbereich zur Körpergewebe-Straffung beitragen kann. Das Bauchkissen kann individuell an die Körpergröße angepasst werden. Der Trainingscomputer zeigt neben Trainingszeit und Schrittzahl auch den durchschnittlichen Kalorienverbrauch an. Das Gerät kann platzsparend zusammengeklappt werden.

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

-Anzeige-

**NEED PROMOTIONAL  
GADGETS? CALL US!**  
**+31 (0) 75 64 754 20**

 **Intraco Trading** bv  
www.intraco.nl

# The Collection

2012

PP non woven  
with lamination  
20 gr.



91646

AB  
€ 0,955



91643

AB  
€ 0,700



91644

AB  
€ 0,860



91641

AB  
€ 1,110



91645

AB  
€ 1,110



91648

AB  
€ 1,295



91629

AB  
€ 1,140



91647

AB  
€ 0,955



91642

AB  
€ 1,295



91649

AB  
€ 0,500

VERFÜGBARE FARBEN:



WWW.TOPPOINT.COM

Dies sind Netto Preise



91603

AB  
€ 1,875



## VERNÜFTIGE ENERGIEPOLITIK

**U**nterstützt von der geballten Power eines drei Gramm leichten Stückchens Traubenzucker von Jung Bonbonfabrik ist der Weg in einen erfolgreichen Tag gebahnt. Versehen mit der richtigen Dosis an Vitamin C ist die Zusatzportion Energie stets willkommener Gast beim Sportevent, auf der Beach- oder Dance-Party oder auf der Messe und überall am P.O.S., wo sich der Kunde über die kleine Kraftreserve freut. Geradezu ideal geeignet sind die Energiepaketchen für jedes Unternehmen aus der Energiebranche. Der Traubenzucker ist in einem Blister auf der Werbekarte fixiert und ab 2000 Stück digital vierfarbig vollflächig individualisierbar.

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

## SPORTIV UND WERBESTARK

**F**it werden auf Schritt und Tritt und dabei die persönlichen Werte wie Trainingszeit, gelaufene Wegstrecke in Kilometern sowie die dabei verbrauchten Kalorien abrufen – das leistet der USB-Activity-3D-Schrittzähler von Kasper und Richter. Die Daten lassen sich spielend leicht per Plug-in mittels des USB-Sticks auf den Computer übertragen. Das kleine, ultraflache, stylische und sportive Tool eignet sich bestens für Gesundheits- und Präventionskampagnen.

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



## BUCHSTÄBLICH GESUND

**G**edacht für den werblichen Einsatz im Bereich Reise und Wellness ist das neue Notizbuch von Ralev. Das in verschiedenen Gestaltungsvarianten erhältliche Buch lässt sich ideal einsetzen für Unternehmen, die im medizinischen oder pharmazeutischen Sektor tätig sind, da auch etwa das Cover aus hautfreundlichen Materialien angefertigt wird.

47629 • Ralev Ltd. • Tel +359 29507745  
office@ralevi.com • www.ralevi.com

-Anzeige-



# SANISTICK DAS ORIGINAL HANDEDESINFEKTIONSSPRAY



SANISTICK  
DAS ORIGINAL HANDEDESINFEKTIONSSPRAY

## INHALT

Antibakteriell und hochwirksam gegen ein breites Spektrum von Mikroorganismen. Hautpflegend mit Aloe Vera Extrakt. Nach den Richtlinien von DGHM und EN 1500 produziert.

## NUTZUNG

Durch patentierten Click-Verschluss mit einer Hand zu bedienen. Lange Nutzungsdauer und vielseitig im Gebrauch.

## LIEFERUNG

Ab 250 Stück.  
Lieferzeit: 3-4 Wochen.

## BIOZIDE SICHER VERWENDEN

Vor Gebrauch stets Kennzeichnung und Produktinformation lesen

## KHK GmbH

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





## VIELSEITIGER TRAININGSHELFER

Im Bereich Gesundheit und Fitness gibt es bei Mid Ocean auch für den werblichen Einsatz eine große Bandbreite an interessanten Produkten, darunter das Latex-Gymnastikband. Das Produkt ist mit griffigen Henkeln aus ABS-Kunststoff ausgestattet und begleitet den Nutzer durchs anspruchsvolle Training. Damit der Anwender auch weiß, wie außerordentlich vielseitig mit dem Gymnastikband trainiert werden kann, sind auf der Latexoberfläche gleich 14 verschiedene Übungen abgebildet. Damit wird Langeweile zum Fremdwort

42042 • Mid Ocean Germany GmbH • Tel +49 261 92840

sales.deutschland@midoceanbrands.com • www.midoceanbrands.com

## MINIBIKE HEIMTRAINER

Minibike-Heimtraining-Reha-Fahrrad heißt die pfiffige, effiziente Trainingsidee für zu Hause aus dem Angebot von Ceotra. Die geringen Aufstellabmessungen und das niedrige Gewicht sorgen für optimale Verstaubarkeit. Das Minibike für bis zu 100 Kilogramm schwere Benutzer ist der platzsparende, kleine Ableger großer Fitness-Maschinen und des Fahrrads selbst. Auch die Nutzung im Sitzen, etwa auf dem Wohnzimmersofa, ist möglich, sodass die Trainingseinheiten etwa direkt vor den Fernseher verlagert werden können. Das Sportgerät fragt dieselben Muskelgruppen ab wie beim Training auf dem Rennrad und eignet sich somit bestens für das alltägliche Training der Bein- oder auch Armmuskulatur. Am großen Display sind zudem Resultate wie Entfernung, Zeit, Kalorien und Zählfunktion abzulesen.

47689 • Ceotra Vertriebs- und Handels GmbH • Tel +49 30 36424914

thomas.faisst@ceotra.de • www.ceotra.de



## MUSKELN AUF EXPANSIONSKURS

Fit in den Frühling heißt die Devise für alle, die mit dem Expander Stretch aus dem Angebot von Inspirion trainieren. Das Fitnessgerät eignet sich perfekt zum Kraftaufbau. Der Expander besteht aus zwei handsympathischen, mit Moosgummi beschichteten Griffen und einem flexiblen Gummiband mit einer Länge von 115 Zentimetern. Durch langsames Auseinanderziehen kann der Anwender gezielt einzelne Muskelpartien wie Brust, Rücken, Arme und Schultern stärken.

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

info@inspirion.eu • www.promotiontops.eu



## COMEBACK FÜR BEACHMINTON

**B**eachminton heißt die neue Marke im Sortiment von MTS Sportartikel. Zwar nicht neu, aber neu im Programm: Das Power-Badminton im Freien und auf weichem Sand erlebt mit MTS nun sein Comeback. Unter dem Dach von Talbot-Torro entwickelt der Spezialist für Rackets und Funsport brandneue Produkteigenschaften und macht aus der Indoor-Beachmarke nun ein Allroundkonzept für überall. Durch einen verkürzten Schläger mit spezieller Kopfform ist für ein besseres Handling und eine besonders stabile Konstruktion gesorgt, die mehr Power möglich macht. Schließlich sind auch die Beachshuttles kleiner und schwerer als Federbälle – und somit weit weniger windanfällig.

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

-Anzeige-

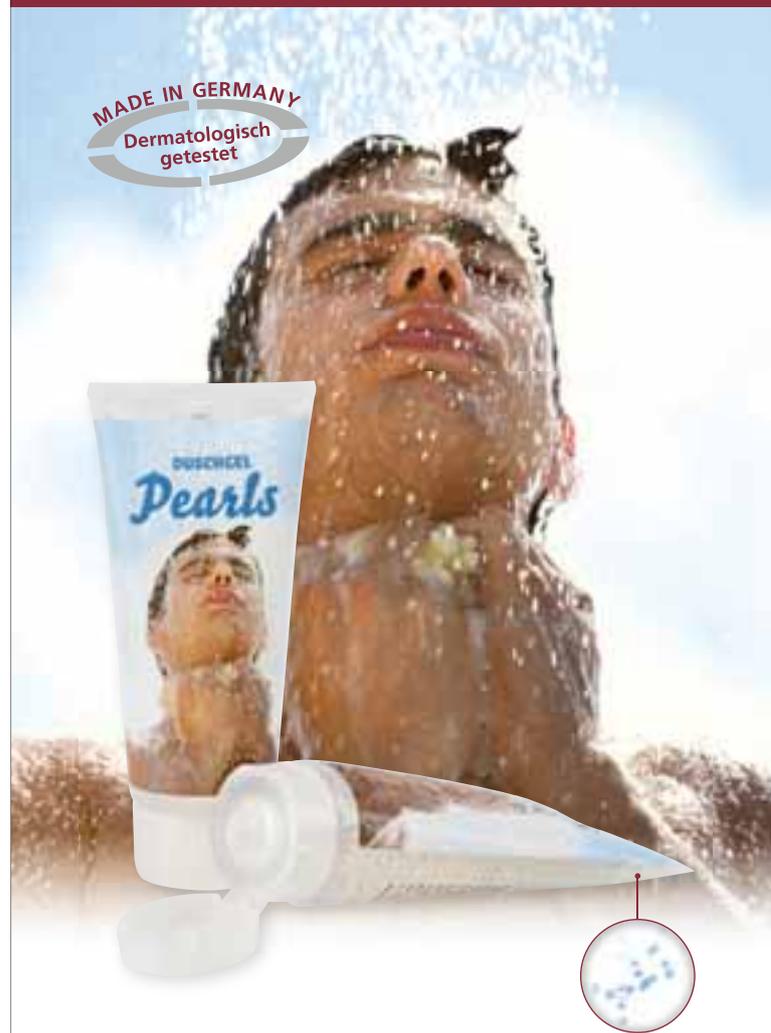
CHECK OUR  
**xooper**<sup>®</sup>  
RANGE!



 **IntracoTrading** bv  
www.intraco.nl

# SHOWER POWER

Duschgel mit Vitamin E-Perlen  
»Für ein einzigartiges Duscherlebnis.«



## Duschgel „Pearls“

100 ml Tube · mit Vitamin E-Perlen

**Exklusive Duschemulsion mit Unisex-Duft und rückfettenden Eigenschaften.**

Angereichert mit Vitamin E-Perlen, die sich beim Einschäumen öffnen und Vitamin E an die Haut abgeben. Erzeugt ein einzigartiges Duscherlebnis.

**Ab 1.000 Stück auch mit Rundumetikett erhältlich!**

**FRANCOS**<sup>®</sup>  
IMAGE - COSMETICS & MORE!

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

**PSI**  
Für die Profis

**BWL**  
Beratung Wirtschaftsprüfung



## LIEBESERKLÄRUNG AN DIE HAUT

**N**atürliche Pflegeprodukte für den hygienischen Einsatz im Bereich Wellness hat die türkische H & S Kozmetik im Repertoire. Zur Auswahl steht etwa die natürliche Kombination aus Meeresschwamm und Seife in den Gewichtsgrößen 120 oder 200 Gramm. Das Duo wird ausschließlich aus natürlichen Zutaten gewonnen und pflegt die Haut sanft und wohltuend. Weiterhin ist eine solche Kombination zur Genesung arg strapazierter Haut sowie ein hochwertiges Massageöl aus nativem Olivenöl sowie Teebaum-Extrakt zu haben, das die Haut besonders zart und geschmeidig macht. Das Kundenlogo hat jeweils auf den Bändern seinen Platz.

46953 • H & S Kozmetik • Tel +90 216 6270314  
info@hskozmetik.com • www.hskozmetik.com

## KÜSSCHEN MIT VANILLE-GESCHMACK

**A**us seinem breiten Sortiment an Kosmetikartikeln bietet Bio Laboratories aus Großbritannien für den Werbeartikelsektor natürliche Lippenpflegestifte mit Vanille- oder Schokoladengeschmack an. Die Produktpalette der Briten enthält darüber hinaus viele weitere Hautpflegeprodukte und weitere Kosmetika, die als Geschenksets in umweltfreundlichen Verpackungen erhältlich sind. Die köstlich intensiv und natürlich riechenden Duftnoten Vanille und Schokolade und die Zusammensetzung aus umweltfreundlichen Zutaten machen die Lippenpflegestifte zum echten Renner für die Frühlings- und Sommersaison.

46839 • Bio Laboratories Ltd. • Tel +44 161 9039520  
sales@bio-labs.co.uk • www.bio-labs.co.uk



## WERBUNG MACHT SICH AUF DIE SOCKEN

**W**er den ganzen Tag auf den Beinen ist, braucht beste Bedingungen für Füße, Fersen und Gelenke: Bei Brecht ProFashion gibt es eine große Auswahl an strapazierfähigen, robusten und modisch stets attraktiven Socken und Strümpfen, auf die sich nach den Vorgaben des Kunden Logos und Schriftzüge aufbringen lassen. Die ideal für Corporate Fashion, Merchandising und Werbeaktionen geeignete Fußbekleidung hält warm und sorgt für guten Schutz der Füße.

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







## WOHLDOSIERT

**N**eu von koziol ist eine praktische Pillenbox namens Well.com, die sich ideal in der Jacken- oder Handtasche transportieren lässt. Der Einsatz hat vier Fächer, in welche die jeweilige Tablettenration einsortiert werden kann. Zur einfachen Reinigung kann der Einsatz aus der Box genommen und anschließend abgespült werden.

47406 • koziol »ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 604273

Katrin.bode@koziol.de • www.koziol.de

## IM TEE ENTSPANNEN

**A**ls wohltuendes Badevergnügen entpuppen sich die Relaxing-Badeteetebeutel von Multiflower. Die Beutelchen werden einfach in das heiße Badewasser gegeben, woraufhin sich ein herrlich entspannender Duft im Badezimmer entwickelt. Die genaue Handhabung und die Inhaltsstoffe sind auf der Packung aufgedruckt. Für die werbliche Botschaft ist genügend Platz auf dem Standardmotiv. Aber auch völlig eigene Ideen bezüglich der Gestaltung sind ab einer Abnahmemenge von 250 Stück möglich.

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560

info@multiflower.de • www.multiflower.de



## PASTA FÜR LÄUFER

**E**in echter Renner im Sektor sind die Nudeln in Form eines Läufers von Gutting Pfalznudel. Die kulinarischen Werbemittel mit echtem Mehrwert für Laufsportler geben reichlich Kohlehydrat-Power und machen schon durch ihr Aussehen Lust auf das Rennen. Erhältlich sind die kleinen Kohlehydratlieferanten in allen Packungsgrößen von 10 bis 500 Gramm – und somit quasi stufenlos von der Mailing-Beilage über das Give-away bis hin zum attraktiven Geschenkset einsetzbar. Letzteres bietet sich in Form der Nudeln in Kombination mit leckerer Gewürzmischung für Pasta an. Wahlweise stehen die Gestaltung eines eigenen Werbeetiketts und viele Wunschfarben zur Verfügung. Zu den weiteren Sport-Standard-Formen gehören zudem Golfspieler, Tennisschläger, Fußbälle, Fahrräder, Bogenschützen oder auch Wanderer.

46944 • Gutting Pfalznudel GmbH • Tel +49 6323 5719

info@pfalznudel.de • www.pfalznudel.de

-Anzeige-

**TOPPOINT®**

**Stark in den  
custom made Taschen**



## PRAKTISCHER TEEFILTER

Nach dem original DropStop-Weinausgießer und den praktischen IdentiTire-Reifenmarkern hat Kandinsky einen weiteren Mailing-fähigen Streuartikel ins Produktsortiment aufgenommen. Beim pfiffigen TeaCone handelt es sich um einen faltbaren und lebensmittelechten Teefilter, der durch den hochwertigen Fotodruck zum Hingucker wird. Ab 250 Stück ist der TeaCone inklusive vierfarbigem Fotodruck innerhalb von 10 bis 14 Tagen individualisierbar und mit unter 3 Gramm Eigengewicht zudem vielseitig einsetzbar: Sowohl als Brief- als auch als Magazin-Beileger lässt er sich fast portoneutral integrieren, maschinell verarbeiten und setzt jedes Design optimal in Szene. Das hochwertige und langlebige Material bietet eine auffällige, lange und nachhaltige Markenpräsenz.

46232 • Kandinsky Deutschland GmbH • Tel +49 211 770577-0  
info@kandinsky.de • www.kandinsky.de

## HÜBSCHES SPEICHERGLÄSCHEN

Es ist klein, hat ein zeitloses Gewand und eignet sich in idealer Weise als Speicher für kleine Give-aways wie zum Beispiel Gewürze, Kräuter, Tees oder Sand: das originelle, quadratische Glas mit Korkverschluss von Gläser und Flaschen aus Berlin. Auf die ebenen Seiten des Gefäßes lassen sich Motive und Logos aufkleben oder auch sandstrahlen. Zudem können individuelle Schildchen bedruckt und angehängt werden.

48609 • Gläser und Flaschen GmbH • Tel +49 30 33778833  
stefanie.burmeister@glaeserundflaschen.de • www.glaeserundflaschen.de



## FIT UND GESUND

Abwechslungsreiche und effektive Specials für gesundheitsbewusste Fitness-Fans hält micx-media aus Bielefeld bereit. Wer sich vom Frühling bis in den Sommer hinein fit präsentieren will, startet mit den sympathischen DVD-Trainingsinhalten von Fitness-Spezialistin Johanna Fellner inklusive anpassbarem Springseil. Zudem erhältlich sind Vital-DVDs sowie verschiedenste Musik- oder Hörbuchkonzepte in Form individueller Sets. Die micx-media-Manufaktur überrascht mit großer Auswahl und einem breiten Themenspektrum. Weitere fein abgestimmte und variantenreiche Präsent- und Prämien-Arrangements für stilvolle Werbepotschaften finden sich zudem im neuen „micx – media in concept“-Katalog wieder.

45899 • micx – media in concept – gmbh & co. kg • Tel +49 5205 9910-0  
info@micx-media.de • www.micx-media.de

-Anzeige-

**SHORTY**  
MADE IN GERMANY





## BELEBENDES BAD

Die pro Packung enthaltenen fünf farblich sortierten Sprudelbad-Fizzer aus dem Angebot von Multiflower sorgen für ein wohl duftendes, prickelndes Baderlebnis. Die dekorative Wanne als originelle, attraktive Verpackung und Darreichungsform ist überall schön anzusehen. Die umlaufende Banderole bietet auch im Standardmotiv ausreichend Platz für den Werbeslogan. Ab 250 Stück kann der Kunde die Banderole nach eigenem Gusto gestalten lassen.

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

## HÄNDE GUT, ALLES GUT

Zur schnellen und hygienischen Reinigung sowie Desinfektion der Hände ist der SaniStick von KHK ideal. Klein und handlich, passt er in jede kleine Tasche und ist mit seinem patentierten Klick-Verschluss leicht mit einer Hand zu bedienen. Das Handdesinfektionspray ist geprüft nach DGHM und EN 1500, hochwirksam gegen ein breites Spektrum von Mikroorganismen und laut dermatologischem Test „sehr gut hautverträglich“. Als Werbeträger transportiert SaniStick durch seinen Einsatz für Gesundheit und Wohlbefinden ein sympathisches Image und ist vielseitig verwendbar. Das Rundum-Etikett wird im 4c-Digitaldruck personalisiert. Bei bis zu 200 Pumpstößen feinsten Sprühnebels bleibt die Werbebotschaft für lange Zeit erhalten. Das Spray ist bereits ab 250 Stück bestellbar, die Lieferzeit beträgt rund drei Wochen.

46131 • KHK GmbH • Tel +49 221 98547  
sales@lipcare.de • www.lipcare.de



## TOPMODISCHE SPORTFLASCHE

Mit 750 Millilitern Füllvolumen für ein Plus an Getränk und größerer Werbefläche auf dem Flaschenhals hat Adoma die spülmaschinengeeigneten Sportflaschen ausgestattet, die aus einem neuartigen Material hergestellt werden. Die extra großen Einfüllöffnungen der geschmacks- und geruchsneutralen Behältnisse erlauben selbst das Befüllen mit Eiswürfeln. Das Adoma-Dichtigkeitssystem stattet jede Flasche mit einem doppelt gedichteten Verschluss aus. Auf Wunsch lässt sich der Kunststoff individuell bedrucken und ein passender Design-Flaschenhalter im kundenexklusiven Design umsetzen.

43999 • Adoma GmbH • Tel +49 7522 9716-47  
info@adoma.de • www.adoma.de



## LEICHTE ENERGIE-ERNTE

**M**it den Geschenksets Fresh Energy sowie Fresh Vitamins bietet koziol seinen Kunden die idealen Helfer zur Obstsaison. Bo und Fips sind zwei fröhliche Helfer, mit denen es gleich doppelt Spaß macht, Mandarinen und Bananen aus ihrer Schale zu befreien. Leicht an frische Vitamine kommen zudem die Nutzer des Geschenksets Fresh Vitamins: Schließlich enthält das Set den originellen Orangenschäler Emma P., den Grapefruitlöffel Pink sowie den Kiwilöffel Kiwi. Damit wird Vitaminenaschen zum entspannten Genuss.

47406 • koziol »ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 604273

Katrin.bode@koziol.de • www.koziol.de

-Anzeige-



## High Resolution Digital Customisation

raises the perception  
of quality

Just imagine...

Macra Digitaly, with 360° full wrap photo realistic customization.

An eye-catching way of impressing a company's brand identity on the memory of the consumer.



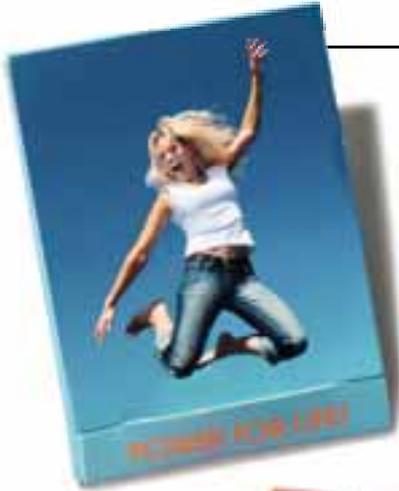
...we can do it!

**Request your free sample now at**  
[editorial@ergaonline.com](mailto:editorial@ergaonline.com)

**Discover the wonders of digital print on**  
[www.ergaonline.com](http://www.ergaonline.com)

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





## ENTSPANNUNGSWUNDER

**D**er Energy-Ring im Vertrieb von AS Advertising Support hilft, bei Stresssituationen zu entspannen und wieder neue Kraft zu schöpfen. Der Ring wird einfach übergestreift und massiert so die Reflexzonenpunkte an den Fingern. Dort befinden sich die Meridiane der Organe, sodass bei Bauchschmerzen, Erschöpfungszuständen, Bluthochdruck, Rücken- und Atembeschwerden sowie bei Halsschmerzen Linderung eintreten kann. Die traditionelle chinesische Medizin kennt diese Punkte schon seit Jahrtausenden. Der Ring wird in einem Briefchen angeboten, dass ab 500 Stück vierfarbig im Offset-Druckverfahren individualisiert werden kann.

42676 • AS Advertising Support Werbeträger Vertriebs GmbH • Tel +49 4104 9198356  
info@as-advertising.de • www.as-advertising.de



## SCHLÜSSEL ZU MEHR SICHERHEIT

**S**icherheitsschlüsselanhänger mit zwei weißen LEDs für viele Gelegenheiten und zwei rot blinkenden LEDs, die bei Spaziergängen, beim Joggen, bei Unfällen oder auf dem Schulweg als Warnsignal für Sicherheit sorgen, gibt es bei Spranz. Die Anhänger sind mit feststellbarem Schalter und Ni-Mh-Akku ausgestattet und werden im Designkarton geliefert. Diese und viele andere Designprodukte auch zu vielen anderen Themen sind im Katalog der aktuellen Spranz-Kollektion gelistet. Die Koblenzer halten etliche Produkte am Lager vor und stehen für Full Service aus einer Hand, inklusive Beratung, Bemusterung, Druckvorstufe, Bedruckung und Versand im Kundennamen.

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



## AUF UND ZU

**D**as patentierte System des bei der Produktionsteam Gesellschaft für Medienproduktion mbH erhältlichen Getränkedosenverschlusses namens Cliqloc ist nicht nur clever konzipiert, sondern auch aufmerksamkeitswirksam individualisierbar. Cliqloc verschließt sicher, einfach und zuverlässig alle handelsüblichen Getränkedosen der Größen 0,33, 0,335 sowie 0,5 Liter. Umfallende Dosen laufen nicht mehr aus, kohlenensäurehaltige Getränke behalten bis zum letzten Schluck ihr prickelndes Aroma. Das Oberflächenmaterial ist individuell und anspruchsvoll gestaltbar, etwa über fotorealistische Darstellungen im Offsetdruckverfahren.

48106 • Produktionsteam Gesellschaft für Medienproduktion mbH • Tel +49 211 977169-70  
cliqloc@produktions-team.de • www.produktions-team.de

-Anzeige-

**OUR EVERGREEN  
THE UNTANGLER  
ORIGINAL**



**Intraco Trading**  
www.intraco.nl

# RÖSLER CeramTec

individualisiertes hochwertiges Porzellan aus eigener Fertigung

...more than mugs and cups



trendige Themenwelten

## TRENDIG



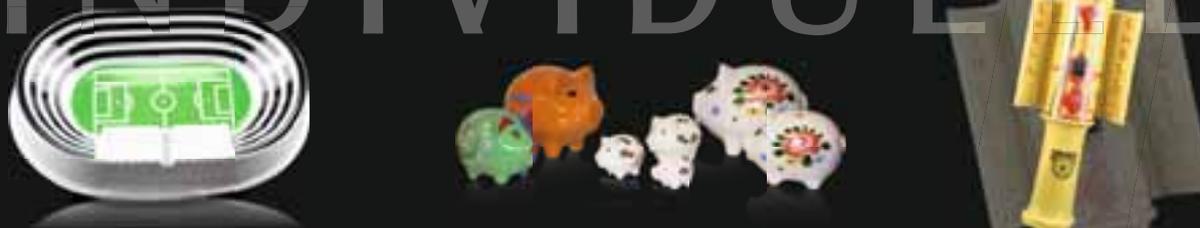
eine innovative breite Produktpalette

## INNOVATION



individuelle Sonderanfertigungen

## INDIVIDUELL



Individuelles Design aus einer Hand – von der CAD Konstruktion über Probemuster bis hin zum Endprodukt mit Ihrem Logo. Wir verfügen über eine firmeneigene Modellabteilung, die binnen kürzester Zeit mittels modernster Technik Ihre Ideen in Porzellan verwirklicht - bei uns ist nichts unmöglich!

Selbstverständlich führen wir auch Becher und Tassen in unterschiedlichen Formen und Größen.

### Individueller Logodruck auf Porzellan:

- auf qualitativ hochwertigem Hartporzellan
- mikrowellen, spülmaschinen u. backofengeeignet
- mit hoher Farbgenauigkeit in der Umsetzung, lebensmittelecht, blei- u. cadmiumfrei
- schnell, flexibel, zuverlässig, permanent lieferfähig
- schon ab 100 Teilen



Testen Sie uns - wir beraten Sie gerne!

09269/78115 oder 09269/78122

katharina@roesler-ceramtec.de

www.roesler-ceramtec.de



## BRAUN ODER NICHT BRAUN...

Die UV-Card namens UV-Watch im Angebot der JHI Hackel Industrievertretung zeigt die aktuelle Intensität der Sonneneinstrahlung an und warnt so vor einer schädlichen Dosis UV-Strahlung. Auf der Karte ist ein UV-sensibles Feld angebracht, welches sich bei zunehmender Sonnenintensität verdunkelt. Der praktische Sonnenschutz im Kreditkartenformat, erhältlich auch als Armband, bietet darüber hinaus eine ausreichend große Werbefläche für individuelle Botschaften.

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

## MOBILE ZAHNPFLEGE

Schöne, gesunde Zähne sind die beste Visitenkarte. Mit dem Zahnpflegeset aus Kunststoff, blau gefrostet, von Kundenpflege ist alles griffbereit, was zur ordentlichen Zahnpflege gehört: Das kompakte Set besteht aus einer Zehn-Gramm-Tube Zahnpasta, einer Zahnbürste mit Schutzkappe, einer Sanduhr, zwei Zahnseiden-Sticks, einer Zahnzwischenraumbürste sowie einem Döschen Zahnseide, alles in einer praktischen Box verpackt, die individuell bedruckt werden kann.

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



## DUFTE SACHEN

Im wahrsten Wortsinne „dufte“ sind die Raumduftartikel im Lieferprogramm von Wilhelm Schmidt aus Bremen. Die über mehr als 20 Millionen Nervenenden der menschlichen Riehzellen warten nur darauf, die Werbebotschaft mitten ins Gefühlzentrum des Gehirns zu befördern. Zu diesem Zweck stehen attraktive Behälter aus Glas oder Keramik mit Duftstäbchen oder Katalysatorduftlampen zur Auswahl. Wer sich für die hochwertigen, zertifizierten Duftflüssigkeiten entscheidet, die es in vielen verschiedenen Duftrichtungen gibt, beweist den richtigen Riecher und setzt die eigene Duftmarke an der richtigen Stelle. Die Produkte können auch mit dem Kundenlogo versehen werden.

48591 • Wilhelm Schmidt GmbH & Co. KG • Tel +49 421 71081  
wsmhb@t-online.de • www.wilhelm-schmidt-bremen.de



## EINEN KÜHLEN KOPF BEWAHREN

**D**er Stirnkühler ist einfach anzuwenden und eignet sich in idealer Weise zur Kältetherapie bei Kopfschmerzen. Zur sofortigen Verwendung sollte er im mitgelieferten, wiederverschließbaren Polybeutel im Kühlschrank aufbewahrt werden. In puncto Ausführung kann zwischen einer transparenten, phthalatfreien PVC-Folie oder einer Velours-Flockfolie gewählt werden. Die Farbe des Kühlgels, das bis 0 Grad Celsius kühlbar ist, kann frei gewählt werden. Dabei lässt sich nahezu jede Farbe nach Pantone-Farbkarte realisieren. Das nützliche Produkt kann mittels Prägung oder Siebdruck ein- oder mehrfarbig individualisiert werden.

43242 • Göckener GmbH • Tel +49 2561 9829-0  
info@gockener.de • www.gockener.de

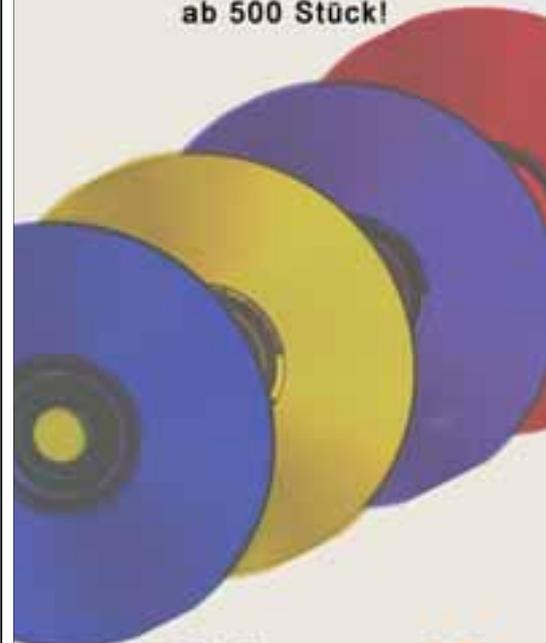
-Anzeige-



## Back to Black

Ihre CD im  
Vinyl-Look  
ab **0,94€/Stk**

Oder die klassische Schallplatte  
ab 500 Stück!



**multimedia**  
more than music...

Tel: 05241 - 96 03 - 0  
info@mm-multimedia.com



Die mt-Produktionspartner in den verschiedenen chinesischen Regionen erfüllen alle europäischen Standards.



## MT PRODUCTS GMBH

# DIE BESONDERE NOTE

Fernöstliche Importware, qualitativer Anspruch und ganz auf die Kundenbedürfnisse zugeschnittene Sonderanfertigungen – die mt products GmbH zeigt, dass sich diese Komponenten nicht ausschließen, sondern im Gegenteil bestens miteinander in Einklang zu bringen sind.

**D**as junge, innovative Unternehmen mit Sitz in Bargtheide bei Hamburg wird geleitet von Martin Koglin und Jeffrey To, zwei branchenkundigen und langjährigen Partnern. Koglin, der seine Kompetenzen in der Fernost-Niederlassung von Terrex sowie als Verkaufsleiter bei Michel Toys sammelte, und To entschlossen sich, ein Importgeschäft in Eigenregie zu gestalten. Dies führte Anfang 2010 zur Gründung der mt products GmbH und der Verbindung zu der mt products Hongkong Ltd. im chinesischen Shenzhen. Neben

dem Angebot klassischer Werbeartikel hat sich die Firma vor allem auf die Lieferung maßgeschneiderter Sonderanfertigungen aus Fernost spezialisiert – kein Zufall, denn Martin Koglin kann in diesem Bereich bereits auf rund ein Vierteljahrhundert Erfahrung in der Betreuung des Werbemittelhandels bauen.

### DIREKTE „HOTLINE“ NACH CHINA

Eine ideale Brücke für einen reibungslosen Ablauf von der Angebotsphase bis zur termingerechten Lieferung bildet die eng verzahnte Zusammenarbeit zwischen den bei-

den mt-products-Eckpfeilern in Deutschland und China, die eine flexible wie rasche Realisierung der Kundenbedürfnisse gewährleistet. Ein umfangreicher Pool von diversen Partnerfabriken in Fernost ermöglicht eine schnelle Recherche der Umsetzbarkeit der Wünsche. „Unsere enge Vernetzung ermöglicht eine ‚Rund um die Uhr‘-Kontrolle unserer Partnerfabriken. Dieses permanente Follow-up ermöglicht eine termingerechte und qualitativ hochwertige Produktion, die den europäischen Standards entspricht und dazu auch Kosten spart. Zusätzlich lassen wir unsere Produkte von international renommierten Instituten wie TÜV Rheinland oder SGS prüfen. Gerade in Sachen Produktsicherheit, sind die Anforderungen in den letzten Jahren erheblich gewachsen. Wir nehmen die damit verbundene Verantwortung gegenüber unseren Kunden sehr ernst und liefern deshalb nur einwandfrei normgerechte Artikel“, betont Martin Koglin und erklärt weiter: „Deshalb setzen wir in China in den verschiedenen Produktionsregionen Inspektoren-Teams ein, welche die Fertigungsstandards überwachen und uns damit eine



Der mt-products-Firmensitz in Bargteheide bei Hamburg: Von hier aus managt das mt-Team Aufträge schnell, effizient und verlässlich.



mt-Geschäftsführer Martin Koglin in seinem Büro in Bargteheide.



Beispiele der von mt products realisierten Sonderanfertigungen.

permanente Qualitätssicherung ermöglichen. Qualitätssicherungen im laufenden Prozess verlängern auch nicht die Produktionszeit, sondern geben allen Beteiligten Sicherheit.“

#### VERLÄSSLICH UND KREATIV

Damit weiß sich der Kunde von mt products im wahren Wortsinn „auf der sicheren Seite“. Geprägt vom unbedingten Servicegedanken und der Maxime „100-prozentiger Verlässlichkeit“ hat es mt products bereits in kurzer Zeit geschafft, namhafte Werbemittelpartner zu gewinnen. Koglin legt Wert darauf, dass sich der Kunde bei seinem Unternehmen „gut aufgehoben“ fühlt. Persönlicher Kontakt und ständige

Kommunikation schaffen Vertrauen und damit die unverzichtbare Basis jeglicher erfolgreicher Geschäftsbeziehung. „Unser Bestreben ist es, gemeinsam mit dem Kunden das richtige, unvergleichliche Produkt zu kreieren. Genauso wichtig aber ist es auch, dass man zusammen Spaß dabei hat, ein nicht vergleichbares Unikat als Werbeträger zu entwickeln. Umso besser wirkt der so entstandene Werbeartikel.“ Dazu berät und begleitet das mt-products-Team seine Werbemittel-Kunden von Beginn an, angefangen bei der Produktidee über die technische Machbarkeit bis hin zur „neutralen“ Auslieferung beim Endkunden.

#### GÜNSTIG UND SCHNELL

„Durch unseren relativ kleinen Overhead in China ist es uns möglich, ohne qualitative Kompromisse trotzdem sehr günstig zu arbeiten. Durch den direkten Zugriff auf die chinesischen Produktionsstätten sind wir in der Lage, relativ unkompliziert Waren aus den unterschiedlichen Produktionsregionen zusammenzuführen und damit auch kostensparend zu verschiffen. Dank unseres dichten Netzes vor Ort können wir Angebote innerhalb von nur einem

bis drei Tagen erstellen“, garantiert Martin Koglin. Eine ausgefeilte Logistik ermöglicht es, die Produkte zur richtigen Zeit am richtigen Ort zu haben. Hierzu kooperiert das Unternehmen mit leistungsstarken Logistikpartnern, welche die Sendungen zu Wasser, zu Luft oder per Lkw effizient managen. Am Standort in Bargteheide ist so lediglich ein kleines Lager ausschließlich für Neuheitenmuster und Abrufware vonnöten.

#### SPEZIALITÄT „MAGIC TOYS“

Neben den Produktkategorien wie Taschen, Plüsch, Porzellan, Elektronik, Dekoration oder Textilien erweist sich mt products auch als Spezialist für Spielzeuge, die unter der eigenen Handelsmarke Magic Toys vertrieben werden und „höchsten Anforderungen entsprechen“. Außerdem bietet das Unternehmen auch Direktkauf aus China. „Die Kontrolle bis zur Verschiffung übernehmen wir“, so Koglin. „Auch mit diesem reinen FOB-Geschäft (Free on Board) setzen wir uns ab. Sollten wir die Seefracht übernehmen, so geben wir unsere ausgehandelten Konditionen gern weiter.“

[www.werbemittelimport.de](http://www.werbemittelimport.de)





**LEXON S.A.**

## 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.

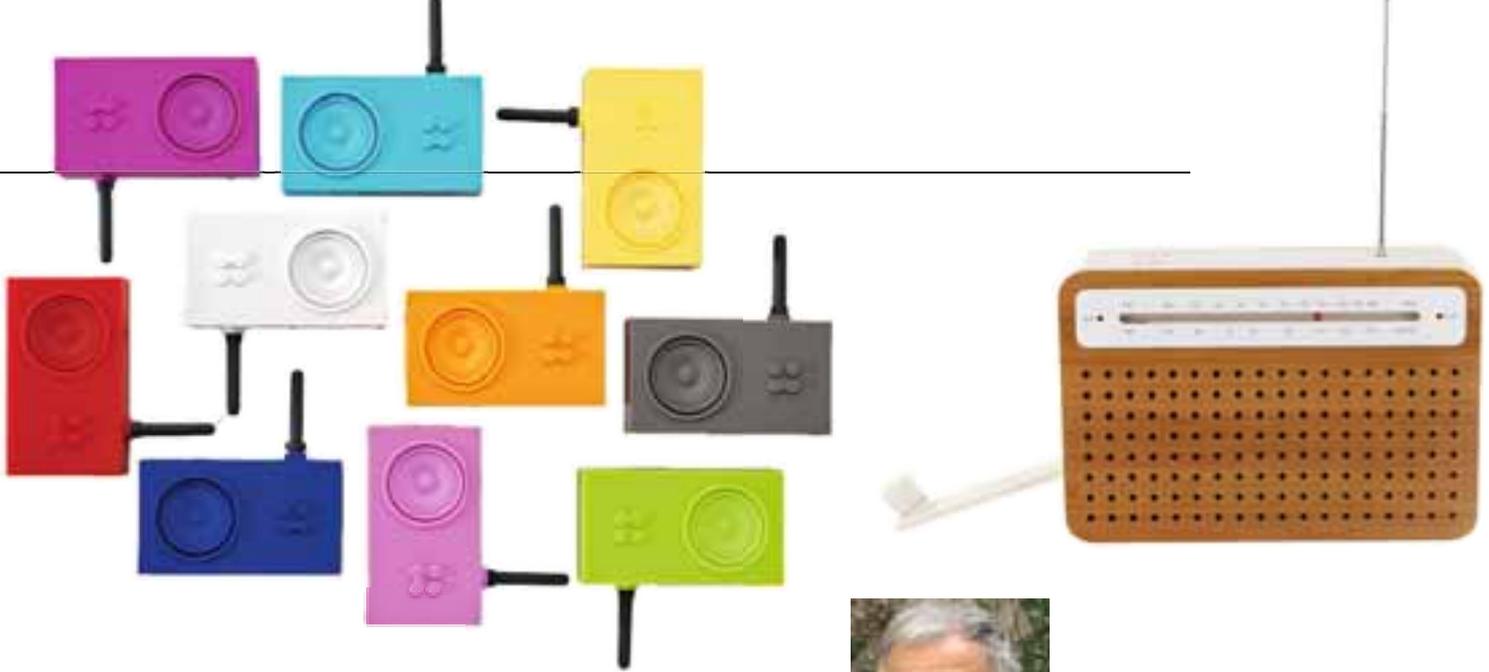
**K**reativität wird in dem französischen Unternehmen Lexon großgeschrieben. Und das beweisen die Designer jeden Tag aufs Neue. Ob Taschen, Bürobedarf oder Regenschirme – das Design der Franzosen überzeugt mit schlichter Eleganz und einer klaren Linie, die sich in jedem Produkt widerspiegelt. Im vergangenen Jahr feierte Lexon sein zwanzigjähriges Jubiläum. 1991 gründete René Adda das Unternehmen mit dem Ziel, für den Alltag etwas Besonderes zu kreieren. Der

Durchbruch gelang noch im gleichen Jahr: Mit zehn Artikeln im Gepäck stellte Lexon seine erste Produktlinie auf der PSI Messe vor. Der Erfolg ließ nicht lange auf sich warten. Wurde anfangs nur für den französischen Markt produziert, überzeugt Lexon heute mit seinen typischen Designs die Werbeartikelbranche in 55 Ländern weltweit. Und trotzdem hat sich das Unternehmen den Status eines Familienbetriebs erhalten. Zwölf Mitarbeiter zählt Lexon in seinem Hauptsitz in Boulogne in

der Nähe von Paris. Zum zwanzigjährigen Jubiläum gab es ein rauschendes Fest mit allen Mitarbeitern und Kunden aus aller Welt.

### AUSGEZEICHNETE WERBEARTIKEL

Die Mischung aus Gebrauchsgegenstand und Kunst ist es, was die Lexon-Produkte ausmacht. Vielleicht liegt es daran, dass Lexon ausschließlich hochkarätige Designer für sich gewinnen kann. Philippe Starck, Marc Berthier oder Theo Williams sind nur einige der kreativen Köpfe, die für das Un-



Das Radio Tykho war der Anfang von allem und zählt heute noch zu den Verkaufsschlägern. Ausstellungen im MoMa und im Centre Pompidou sowie mehrere Auszeichnungen sind die Belohnung für den Designer Marc Berthier.



René Adda, Geschäftsführer Lexon:  
„Was Lexon ausmacht, ist das Design.  
Wir versuchen, anders zu sein.“

ternehmen entwerfen und den Produkten den typischen Lexon-Stil verpassen. Der Erfolg gibt ihnen recht. Einige Objekte, wie das Radio Tykho, sind Teil der Dauerausstellungen im New Yorker Museum of Modern Art (MoMa) und im Centre Pompidou in Paris. Das Mini-Radio, das vor allem mit seinen ausdrucksstarken Farben und dem außergewöhnlichen Material Aufsehen erregt, ist bis heute einer der Verkaufsschlager. Der Designer Marc Berthier erhielt sieben Awards für das Radio Tykho aus Vollgummi. Aber auch mit seiner Taschenkollektion kann Lexon punkten. Die Airline-Kollektion gibt es in allen möglichen Formen, von der Dokumententasche bis zum Reisetrolley. Feinheiten, wie ein besonders platzierter Reißverschluss oder die runden und weichen Formen, geben dem

Design der Taschen etwas Besonderes. Zu den Vorzügen der Reisebegleiter zählt laut Lexon auch das superleichte Mikrofasermaterial.

#### STYLISH FÜR DIE UMWELT

In die Auswahl des Materials seiner Produkte investiert das Unternehmen viel Zeit. Vor allem die Verarbeitung umweltfreundlicher Materialien hat Priorität. Ganz neu im Konzept ist die Safe-Linie. Die Radios, Uhren, Taschenrechner und Stifte bestehen aus dem schnell nachwachsenden Rohstoff Bambus und PLA, einem biologisch abbaubaren Kunststoff. Auch hier sind es Kleinigkeiten, die den Unterschied machen: Das Safe-Radio läuft über einen Dynamo. Eine Minute kurbeln bedeutet 30 Minuten Hörgenuss – ideal also für unterwegs. Die Uhren und Taschenrechner der

Kollektion werden über Solarmodule betrieben. Abfallstoffe wie Batterien fallen deshalb nicht an.

#### MIT GROSSEN SCHRITTEN NACH VORNE

Ursprünglich wurden alle Lexon-Artikel nur für den Werbeartikelmarkt produziert. Und wenn dies auch heute noch zu 75 Prozent der Fall ist, können einzelne Produkte auch im Einzelhandel erworben werden. Seit Kurzem erobert Lexon den asiatischen Markt. 2009 hat das Unternehmen seine ersten Dependancen in Shanghai und Xiamen eröffnet. Aber Lexon hat noch einiges für die Zukunft geplant. Ganz nach dem Motto „Ohne Pause immer voran“ soll demnächst auch den Südamerikanern mit etwas Kunst der Alltag versüßt werden. <



#### LEXON S.A.

Tel. +33 141 102000  
Fax +33 141 102001  
contact@lexon-design.com  
[www.lexon-design.com](http://www.lexon-design.com)



Ein erfindungs- wie erfolgreiches Gespann:  
Silvia und Yasmin von Schweinitz.

## LUNARI OUTDOOR, WERBEMITTEL & VERLAG GMBH

# VIELSEITIGE INNOVATIONEN

Das Unternehmen Lunari aus Lemwerder überrascht mit einer Anzahl von Werbeartikeln, deren multifunktionaler Nutzen dabei hilft, das alltägliche Leben auf angenehme Art zu erleichtern. Hinter den Produkten stecken zwei innovative Köpfe, die mit Erfindergeist und Herzblut agieren.

**D**ie bemerkenswerte Geschichte des Unternehmens Lunari ist auch die Geschichte zweier sympathischer Damen. Sie begann bereits fünf Jahre vor der offiziellen Firmengründung an einem regnerischen Tag im Jahre 2000. Da nämlich

stand Silvia von Schweinitz am Fenster ihres Hauses in Lemwerder unweit von Bremen und sah auf der Straße eine Mutter auf einem Fahrrad, dessen Kindersitz schutzlos dem Nass ausgesetzt war. Sofort begann es in ihrem Kopf zu arbeiten,



Der Multi-Fit-Schal für sportliche Menschen kann auch als Flaschenhalter, Schirmmütze und Gürtel genutzt werden.

wie dem Problem idealerweise abzu helfen wäre. Ihr Erfindergeist war geweckt und sollte von da an nicht mehr zur Ruhe kommen. Dies war auch die Geburtsstunde des „Lucky Capes“, der Keimzelle des heutigen Erfolgs.

### MULTIFUNKTIONALE WERBEFLÄCHE

Beim Lucky Cape handelt es sich um einen alles andere als gewöhnlichen Regenponcho, dessen Entwicklung nach dem anfänglichen Entwurf einige Monate des Tüftelns und Testens kostete, bis der erste, die hohen Ansprüche der Schöpferin zufriedenstellende Prototyp die Nähwerkstatt verlassen konnte. „Meine Mutter achtete bei ihrer Kreation auf jede kleine Nuance“, erinnert sich Tochter Yasmin von Schweinitz, die zusammen mit ihrer Mutter das Unternehmen führt. Und tatsächlich steckt das Besondere des „Lucky Capes“ vor allem im Detail. Schon hier zeigt sich der Leitspruch von Lunari: „Immer mehr, als man auf den ersten Blick sieht“ – denn der Regenschutz vereinigt gleich vier Funktionen. Zum einen schützt er das Kind, dann den Sattel, dient aber auch als wasserdichte Verpackung für den Sitz wie darauf transportierte Sachen und ist, los-



Mit dem Lucky Cape hat alles begonnen.

gelöst vom Fahrrad, auch als klassisches Regencape tragbar. Ganz nach Kundenwünschen gestaltet, verwandelt sich das Lucky Cape zudem in eine fahrende Werbefläche.

#### ERFOLG MIT „LUCKY CAPE“

Bis zur marktauglichen Serienreife des patentierten Produktes sollte es aber noch bis zum Jahre 2005 dauern. Von da an nahm das Unternehmen mit der Mondsichel im Logo Fahrt auf. Zunächst versuchte das Lunari-Team den Regenschutz per Direktvertrieb bei einzelnen Fahrradläden zu vermarkten. Mit wachsender Aufmerksamkeit stieg auch die Nachfrage. Der Durchbruch gelang mit einem Großhändler, der deutschlandweit Fahrradgeschäfte beliefert. Yasmin von Schweinitz konnte über Kontakte zu verlässige Produktionspartner – zunächst in Polen, später auch in Fernost – generieren. Die letzte Qualitätskontrolle sowie die Endabfertigung der aus hochwertigen Materialien hergestellten Produkte erfolgt indes nach wie vor am heimischen Firmensitz.

#### FARBE INS LEBEN

Bis heute hat sich das Lunari-Portfolio um einige weitere erfindungsreiche Artikel mit Multifunktionsnutzen erweitert. Die Serie

Color 4Life will – wie der Name schon andeutet – ein wenig Farbe und Leichtigkeit ins Leben bringen. Sie besteht aus einem speziellen Regencape für Behinderte, der für den Rollstuhl konzipiert mit vielen Extras ausgestattet ist, sowie einem Rollatorenschutz für Senioren. Beim Fit Tie handelt es sich um einen Schal für sportliche Menschen, der gleichzeitig auch als Flaschenhalter benutzt werden kann oder sich im Nu in eine schweißsaugende Schirmmütze oder einen praktischen Gürtel mit Tasche verwandeln lässt. Auch an die Fahrradfahrer wird bei Lunari weiterhin gedacht. Flex123 ist ein modischer, anschließbarer und natürlich wasserdichter Sattelschutz, der aber auch als Korb- oder ganz normale Tasche verwendet werden kann. Relativ neu im Programm ist die Spielart Flex1-2, ein Sattelschutz, der ebenso als Lenker- oder handliche Tasche fungiert. Alle Produkte sind selbstverständlich nach Wunsch individualisierbar.

#### HARMONISCHES DUO

Mit zunehmendem Erfolg wurden die ursprünglichen Geschäftsräume zu eng. Im



Der Color-4Life-Regenponcho für den Rollstuhl, mit vielen Extras ausgestattet.



Das neue, geräumige Firmengebäude.

Spätsommer 2011 wechselte das Lunari-Team deshalb in ein neues, geräumiges Firmengebäude ganz in der Nähe des alten. Hier entstehen auch die Produktmuster, arbeiten Silvia und Yasmin von Schweinitz an neuen Ideen und Konzepten. Das Unternehmerinnen-Duo harmonisiert dabei bestens. Während die Mutter als innovative Ideengeberin auftritt, kümmert sich die Tochter als Absolventin der Psychologie und Wirtschaftswissenschaften um Marketing und Vertrieb der Produkte. Beiden merkt man die Leidenschaft an, mit der sie ihre Profession verfolgen. Auch in Zukunft wollen Silvia und Yasmin von Schweinitz ihren Vorsätzen treu bleiben, „innovative wie qualitativ hochwertige Produkte zu entwerfen, die das Leben erleichtern helfen“. Mit den Eigenschaften, die ihr bisheriges Unternehmertum prägte, sollte ihnen dies auch gelingen: „Mit Herzblut und Spaß!“

[www.lunari.de](http://www.lunari.de)





**RALF RÜHLEMANN**

## „ALLES MUSS SINN MACHEN“

Als Ralf Rühlemann in das väterliche Unternehmen Kasper & Richter einstieg, hatte er bereits zehn Jahre in den USA gelebt, dort ein Studium absolviert und in Deutschland Berufserfahrung gesammelt. Sukzessive hat er das Produktportfolio des Herstellers feinmechanischer Präzisionsinstrumente sinnvoll weiterentwickelt: Heute liefert das Unternehmen hochwertige Instrumente zum Messen und Zählen, optische Produkte, Reisezubehör sowie Artikel für Outdoor und Fitness. Vieles, darunter die weltweit für ihre Qualität bekannten Profi-Kompass, wird noch immer in Deutschland produziert.

**K**ompass, Schrittzähler, Stoppuhren, Karten- und Pulsmesser, Fahrradcomputer, Timer, Wind- und Höhenmesser, Barometer, Thermometer, Fadenzähler, Stückzähler, Lupen, Ferngläser und mehr – was auch gemessen, gezählt und angezeigt werden kann, Kasper & Richter hat höchstwahrscheinlich das entsprechende Instrument dafür. Wen die Vielfalt der Begriffe zunächst verwirren mag, der ist nach dem Studium des übersichtlichen Hauptkatalogs garantiert bestens informiert und versteht, wie das umfangreiche Sortiment an Präzisionsinstrumenten aufgebaut ist: Gliedert nach den Bereichen Orientierung,

Fitness, Zeitmessung, Optik, Wetter, Reise, Messtechnik und Schlüsselanhänger findet der Handel dort Artikel, die im Alltag und Beruf, bei Sport und Freizeit zum Einsatz kommen. Sie machen viele Aktivitäten sicherer und entspannter, erleichtern die Orientierung und sind auf Reisen nicht wegzudenken. Was uns besonders auffällt: Die im Katalog gezeigten und dort sehr gut erklärten Produkte sind durchweg anspruchsvoll und decken ganz spezielle Bedürfnisse ab. Und sie alle haben eines gemeinsam: Sie sind von hohem Nutzwert. Deswegen ist die Marke K&R auch im Fachhandel, in Kaufhäusern und

Outdoor-Geschäften für ihre funktionalen und pfiffigen Produkte in hoher Qualität bekannt. Auch bei Versandhäusern, Versendern und Online-Shops sind K-&R-Artikel erfolgreich gelistet. Von jeher eine wichtige Vertriebsschiene ist auch der Werbeartikelhandel, dem K&R viele Anregungen für Kampagnen und außergewöhnliche Aktionen bietet.

### DAS SORTIMENT IST CHEFSACHE

Die Gestaltung des Produktportfolios nimmt Ralf Rühlemann sehr ernst. Deswegen nimmt er diese Aufgabe auch selbst in die Hand: „Ausgehend von unserer traditionell gewachsenen Kernkompetenz, der Herstel-

lung feinmechanischer Präzisionsinstrumente, stehen wir immer wieder vor der Herausforderung, dieses Portfolio zu erweitern und dem Zeitgeist anzupassen. Vor allem der Werbeartikelhandel verlangt nach Innovationen und Ideen. Wie schon mein Vater gehe ich dabei nach der Maxime vor: Alles Neue muss zum bestehenden Angebot passen, hohen Gebrauchswert haben und Sinn machen!“ Kasper & Richter ist Spezialist für Präzisionsgeräte und hat damit seit Firmengründung 1920 mit Erfolg eine Nische bedient. Bei aller Kreativität und Innovationskraft – keinesfalls will Rühlemann das Angebotsprofil verwässern. Das wäre auch ausgesprochen unklug, denn mit seinen einzigartigen Artikeln hat sich K & R inzwischen eine Alleinstellungsposition erobert, die es zu erhalten und auszubauen gilt. Doch bevor wir auf die heutige Strategie näher eingehen, blicken wir auf die vorige Generation zurück.

#### ALTE KAUFMANNSFAMILIE

Ralf Rühlemann stammt aus einer Kaufmannsfamilie, die mehrere Generationen im Lebensmittel-Groß- und -Einzelhandel tätig war. Schon sein Großvater betrieb in Thüringen einen Lebensmittel-Großhandel mit eigener Kaffeerösterei. Als sich jedoch der Mauerbau abzeichnete, ließ die Familie 1952 alles zurück und siedelte in den Westen über, ins nur wenige Kilometer entfernte Meiningen. „Dort fing mein Großvater wieder von vorne an und baute noch einmal ein Geschäft auf, inzwischen unterstützt von meinem Vater, Gerhard Rühlemann. Das lief so lange gut, bis Handelsketten wie Edeka in den Markt drängten – mit dem Ergebnis, dass kleinere Geschäfte aufgeben mussten. So hat auch er schließlich an einen Größeren verkauft.“ Gerhard Rühlemann indes wollte sich in dieser Situation nicht geschlagen geben und dachte über neue Geschäftsfelder nach. Dabei kam ihm der Zufall zu Hilfe: Er erfuhr, dass der Hersteller feinmechanischer Messinstrumente Kasper & Richter mangels Nachfolge zum Verkauf steht. Der Kaufmann zögerte nicht lange und so ging das Unternehmen in den Besitz der Familie Rühlemann über. Voller Elan nahm er die

Geschicke seiner neuen Firma in die Hand und setzte viele Ideen zukunftsweisend um.

#### NEUE MÄRKTE ERSCHLOSSEN

Gerhard Rühlemann erschloss schon bald die USA als Exportmarkt für die feinmechanischen Erzeugnisse. Die USA waren damals in vielerlei Hinsicht Vorbild für Deutschland, viele Trends kamen von dort. So schaute er sich im Land gründlich um und entdeckte den Schrittzähler, ein in den USA bereits etabliertes Produkt, bei uns noch völlig unbekannt. Es schien besonders geeignet, die Produktpalette zu erweitern. Er baute in Orlando, Florida, eine Schwesterfirma auf, produzierte und vertrieb dort Schrittzähler, die in Europa als Innovation einschlugen. In dieser Zeit brachten sich die Unternehmenszweige diesseits und jenseits des Atlantiks gegenseitig voran, denn man profitierte hier wie dort von den jeweils aktuellen Trends. In dieser Phase begann auch der Aufbau des Vertriebs über den Werbeartikelhandel. „Schon damals war meinem Vater klar, dass der Werbeartikelhandel für interessante Produkte aufgeschlossen ist. Er war jedoch gleichermaßen überzeugt, dass man sich vom gängigen Werbeartikelangebot abheben muss, um Erfolg zu haben. Der Schrittzähler, bei dem wir bis heute fast eine Alleinstellung im Markt haben, war das erste Produkt der neuen Generation, dann kamen Stoppuhren und Kompass dazu.“ In diesen Segmenten besitzt K & R bis heute umfassendes Know-how und hat sich als Spezialist am Markt etabliert.

#### STUDIENJAHRE IN DEN USA

Ganz dem Zeitgeist der späten Siebziger gemäß waren die USA auch für Ralf Rühlemann das Land seiner Träume, wo er unbedingt hin wollte. Dass die Familie dort geschäftlich präsent war, erleichterte das Vorhaben natürlich sehr. Also brach er nach dem Abitur nach Orlando auf. Damals wie heute gilt: Was er macht, macht er richtig. Und so setzte er auf seine Schulbildung noch zwei Jahre High School drauf und absolvierte anschließend das College (vier Jahre), ebenfalls in Orlando. Noch heute schwärmt er von dieser Zeit, die ihn in vielerlei Hinsicht weitergebracht hat. Unter

anderem hat er in den USA sein Französisch vertieft und war so gut darin, dass er ein Jahr an einer Partnerschule in Paris verbringen durfte. Um dann die amerikanische Universität besuchen zu können, musste er zwei Jahre Berufspraktika vorweisen. Für einen jungen Mann, der perfekt in Sprachen ist, war es natürlich kein Problem, in Deutschland adäquate Stellen zu finden, und so sammelte er Berufserfahrung bei adidas und René Lézard. Zurück in den USA, schloss er zwei weitere Jahre später die Uni mit dem MBA ab. Als Ralf Rühlemann mit 29 Jahren, nach insgesamt zehn Jahren in Amerika, nach Bayern zurückkehrte, fiel ihm die Umstellung nicht leicht, denn das soziale Gefüge und die Einstellungen der Menschen sind schon sehr unterschiedlich. Seine Rückkehr beschreibt er so: „Die Amerikaner sind leistungsbetonter, und obwohl sie weniger Sicherheiten haben, sind sie oft fröhlicher und ausgeglichener als wir Europäer.“ Kaum hatte er sich wieder in Deutschland eingelebt, wurde sein Vater krank und brauchte Unterstützung in der Firma. Dieser Herausforderung stellte sich der Sohn gerne und so wuchs er rasch ins Unternehmen hinein. Er setzte die behutsame Sortimentenerweiterung seines Vaters fort, der sich nach und nach aus der Firma zurückzog.

#### VIELSEITIGES PRODUKTPORTFOLIO

Inzwischen hat Ralf Rühlemann sein Unternehmen sowohl als zuverlässigen und flexiblen Hersteller und Zulieferer für die Industrie wie auch als Partner des Fachhandels und des Werbeartikelhandels positioniert. Rein feinmechanische Produkte werden noch heute in Deutschland hergestellt. Heute ist Kasper & Richter die größte deutsche Manufaktur von Kompassen, Schrittzählern und Kartenmessern. Artikel, die dieses Kernsortiment sinnvoll ergänzen, werden zugekauft. Ein besonders erwähnenswertes Produkt aus eigener Produktion sind High-End-Kompass, die seit Jahrzehnten unter anderem an die Nato geliefert werden. Sie zeichnen sich durch eine thermoelastische Fluidkapsel aus und liefern dadurch auch bei extremen Temperaturen noch genaueste Ergebnisse. Eben-

# RALF RÜHLEMANN IN PERSON



**Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?**

Hoffentlich hat unser Hund – ein junger Golden Retriever – nicht schon wieder sein Bett zerlegt ...

**Wann war Ihr Tag ein guter Tag?**

Wenn es ein guter Tag für die ganze Familie war.

**Was bringt Sie in Hochstimmung?**

Gutes Wetter in den Alpen.

**Und was bringt Sie auf die Palme?**

Komplizierte Menschen.

**Was verzeihen Sie sich am ehesten?**

Ein Genussmensch zu sein und oft auch so zu handeln.

**Wie können Sie die Zeit vergessen?**

Beim Mountainbiken mit meinem Sohn.

**Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?**

Auf jeden Fall dorthin, wo es keinen Handy-Empfang gibt.

**Wofür geben Sie gern Geld aus?**

Für gute Lebensmittel.

**Lassen Sie sich von Werbung verführen?**

Aber natürlich, das ist doch der Sinn guter Werbung.

**Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?**

Wenn er so nachhaltig wirkt, dass ich unbewusst, auch noch nach Monaten oder Jahren, tatsächlich an diese eine Firma denken muss, von der ich ihn bekommen habe.

**Der beste, den Sie je bekommen haben?**

Ob es der beste war, kann ich nicht sagen, aber ich mag ihn sehr: Während meines Studiums in den USA habe ich einen echten, hangenähten Major-League-Baseball bekommen. Jedenfalls benutze ich ihn nach all den Jahren im Sommer immer noch recht oft und er hat mir schon viel Freude bereitet. Eben gute Qualität.

falls nur bei K&R erhältlich: edle, nostalgische Messinstrumente wie beispielsweise der schwere Peilspiegelkompass aus Messing oder der Sextant in der Edelh Holzbox, alle nach alten Vorbildern handgefertigt aus hochwertigen Materialien. Einsetzbar sind all diese Kostbarkeiten als individuelle Anerkennung oder wertvolle Prämien. Oder die historischen Schutzbrillen – das ideale Präsent für Motorrad- und Cabrio-Fahrer. Allein an diesen Beispielen erkennt man die Bandbreite des Produktportfolios. Ralf Rühlemann hierzu: „In allen Pro-

duktbereichen gibt es alle Preisklassen vom einfachen, funktionalen Artikel bis zum differenzierten Produkt für den Fachhandel. Mit unseren Produkten kann man viele Marketingideen umsetzen.“

**EINFACH BIS HIGH-END: PRODUKTE, DIE WIRKEN**

Hier weist Rühlemann auf die vielseitigen Einsatzmöglichkeiten der Artikel hin: „Slogans und Verkaufsargumente, die zum Beispiel mit Vorwärtskommen, Schritt halten, Erfolg haben, klar Sehen, Durchblick, Motivation, Bewegung und Sport, Gesundheit, Reisen, Orientierung, Abenteuer und vielem mehr zu tun haben, werden mit unseren Produkten lebendig.“ Auch als Prämien eignen sich K-&R-Produkte bestens. Das hat auch das Bundesgesundheitsministerium erkannt und über Jahre hinweg seine Kampagne für mehr Bewegung nicht nur mit prominenten Testimonials, sondern auch mit Schritt- und Kilometerzählern von K&R verstärkt. Rühlemann selbst macht vor, wie es geht: Er ist ein leidenschaftlicher Skifahrer, der auch gerne Mountainbike fährt und täglich mit seinem Hund in der Natur unterwegs ist.

**HERSTELLERKOMPETENZ UND SERVICE**

Keine Frage, dass K&R als Hersteller dem Kunden dank größter Flexibilität individuelle Lösungen sowie hervorragenden Service bietet. Produkte können nach Kundenwunsch gestaltet werden, zum Beispiel durch Beschriftungen aller Art, Logoanbringung in allen Techniken, Materialfarben, aber auch durch individuelle Skalen und Zifferblätter sowie Verpackungsdesigns. Auch komplette Neuentwicklungen können realisiert werden. Die fachliche Beratung von der Planung einer Kampagne entlang der gesamten Produktionskette bis zur Durchführung von Projekten gehört zum Serviceangebot. Auf Wunsch werden auch Lagerung, Versand und logistische Abwicklung übernommen. Dank des Know-hows des Spezialisten sind auch Reparaturen und Garantieservice möglich. Termintreue und Zuverlässigkeit vor dem Hintergrund einer 90-jährigen Firmengeschichte sind selbstverständlich. Ein hohes Qualitätsniveau, sowohl der Eigenproduktionen wie auch der Importartikel, wird durch Prüfung in hauseigenen Testanlagen sichergestellt. In der Herstellerkompetenz, der Serviceorientierung und der Spezialisierung auf Präzisionsinstrumente mit hohem Gebrauchswert sieht Ralf Rühlemann auch die Zukunft seines Unternehmens. Und genau diese Kompetenzen und Alleinstellungsmerkmale kann der Werbeartikelhandel für sich nutzen, um sich mit seinem Angebot von der Masse abzuheben. <

# Werden Sie gefunden? Will you be found?

Sind Sie unter den TOP Lieferanten der TOP10 Produktbereiche im PSI Supplier Finder 1/2012?

Are you one of the TOP suppliers in the TOP10 product areas in the PSI Supplier Finder 1/2012?

#### KALENDER / CALENDARS

Geiger Aktiengesellschaft	18%
Eckenfelder GmbH & Co. KG	14%
Lediberg GmbH	14%
Bühner Werbemittel GmbH & Co. KG	6%
Ulrich Ripkens Graphische Betriebe	5%

#### SONDERANFERTIGUNGEN / SPECIAL MAKES

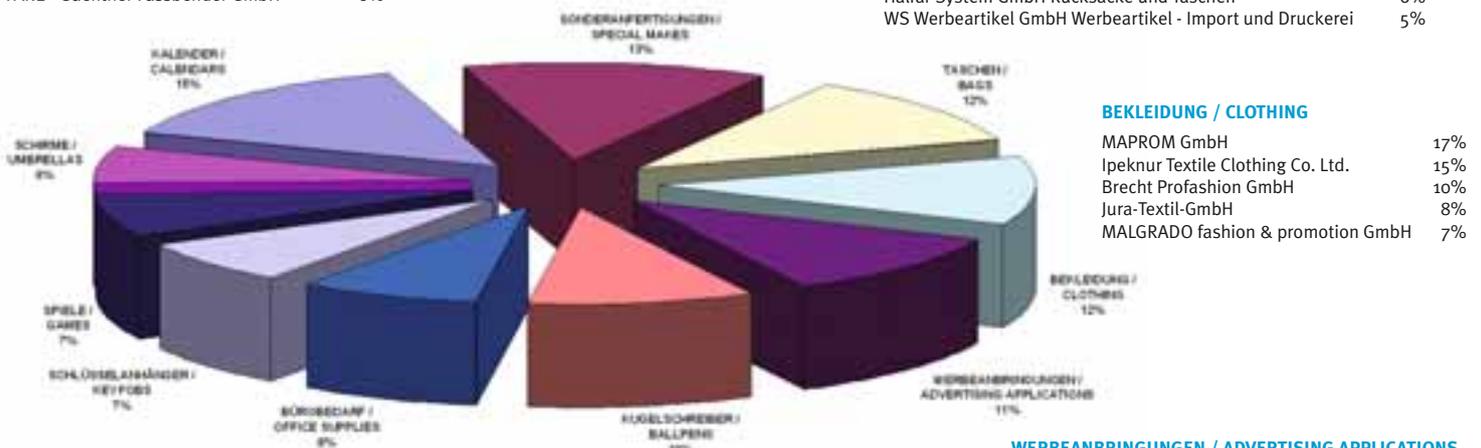
Gerhard Riegraf GmbH + Co. KG Tresor Verlag	4%
LAEISZ & LÜDERS Import- und Vertriebsges. mbH	4%
Artihove Regina B.V	3%
Ballon-AS GmbH Werbung und Dekoration + Co. KG	3%
Gabriele Bührung	3%

#### SCHIRME / UMBRELLAS

WIL Langenberg GmbH	34%
EBERHARD GÖBEL GMBH + CO	13%
HAWECO Import GmbH	13%
BRAIN PROMOTION GmbH & Co. KG	6%
FARE - Guenther Fassbender GmbH	6%

#### TASCHEN / BAGS

WIL Langenberg GmbH	40%
Dan Way Design Lizenz GmbH	8%
EUROSTYLE - Emil Kreher GmbH & Co. KG Lederwarenfabrik	6%
Halfar System GmbH Rucksäcke und Taschen	6%
WS Werbeartikel GmbH Werbeartikel - Import und Druckerei	5%



#### BEKLEIDUNG / CLOTHING

MAPROM GmbH	17%
Ipeknur Textile Clothing Co. Ltd.	15%
Brecht Profashion GmbH	10%
Jura-Textil-GmbH	8%
MALGRADO fashion & promotion GmbH	7%

#### SPIELE / GAMES

elasto form KG	17%
Gollnest & Kiesel KG	8%
HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG	8%
Spielkartenfabrik Altenburg GmbH	
ASS Altenburger Spielkarten	8%
B.W.S. SPRL	6%

#### BÜROBEDARF / OFFICE SUPPLIES

HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG	13%
Veloflex Carsten Thormählen GmbH & Co. KG	8%
AERO d.d. Celje kemicna, graficna in papirna industrija	5%
Bindewerk GmbH & Co. KG	5%
Marbo-Werbung Norbert Bokel GmbH	5%

#### WERBEANBRINGUNGEN / ADVERTISING APPLICATIONS

elasto form KG	9%
HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG	7%
Club Crawatte Crefeld	5%
Floringo GmbH	5%
Jura-Textil-GmbH	5%

#### SCHLÜSSELANHÄNGER / KEYFOBS

HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG	16%
aloga gmbh	5%
Asia Pins Direct GmbH	5%
Gerhardt's - Neuheiten Werbe- und Geschenkartikel	5%
LAEISZ & LÜDERS Import- und Vertriebsges. mbH	5%

#### KUGELSCHREIBER / BALLPENS

HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG	14%
SENATOR GmbH & Co. KGaA	14%
Ritter-Pen GmbH	12%
uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	8%
burger pen AG	4%

Aktualisieren Sie Ihr Lieferantenprofil im PSI Supplier Finder und erzielen Sie Reichweite!  
Update your supplier profile within the PSI Supplier Finder and achieve a broad reach!

So werden Sie im PSI Product Finder und PSI Supplier Finder gefunden.

The way to be found within the PSI Supplier Finder and PSI Product Finder.

[www.psi-network.de/supplierfinder](http://www.psi-network.de/supplierfinder)

Deadline: 11. Mai 2012 / 11<sup>th</sup> May 2012

Rufen Sie uns an, wir beraten Sie gern!

For any queries, please contact us!

Tel.: +49 211 90 191-321 · E-Mail: [supplierfinder@psi-network.de](mailto:supplierfinder@psi-network.de)

# WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



## DUFT ALS VIERTE DIMENSION

In einer Zeit, in der die Kunden von visuellen und lauten Werbebotschaften nahezu überrannt werden, setzt erga mit seinem Pura DigItaly auf eine Kombination aus Duft und fotorealistischer Darstellung. Der duftende Kugelschreiber gibt dem werbenden Unternehmen neben der optischen und haptischen jetzt auch eine durch die Nase wahrnehmbare Identität. Jeder Geruch trägt eine emotionale Aufladung und verbindet Bilder mit positiven Erfahrungen. Pura DigItaly setzt auf Kundenbindung durch eine olfaktorische Erfahrung. Im Clip von Pura DigItaly befindet sich ein Polymer aus Zellulose, welches ideal als Trägerstoff für Düfte geeignet ist. Sieben Standard-Aromen stehen zur Verfügung, eigene Düfte sind ebenfalls möglich.

42480 • erga Srl • Tel +39 11 2733032

info@ergaonline.com • www.ergaonline.com

## FRUCHTGUMMI IN FORM GEBRACHT

Einzigartigkeit in Form, Größe, Geschmack und Farbe bieten die Customised Specials von Kalfany Süße Werbung. Die Fruchtgummi-Sonderformen lassen sich in nahezu jeder Variante herstellen und bilden das Unternehmenslogo ebenso ab wie das beworbene Produkt selbst. Diese Symbiose aus individuellem Fruchtgummi und Verpackungsdesign erreicht ein Maximum an sympathischer Aufmerksamkeit. Erhältlich sind die ganz persönlichen Fruchtgummis mit zehn Prozent Fruchtanteil und natürlichen Aromen. Bunt gemischt kommen sie wahlweise im klaren oder weißen Werbetütchen mit 10 Gramm Inhalt oder in Flowpacks mit 16 oder 50 Gramm Inhalt zum Empfänger.

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

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



## PFEFFERMINZ IM MINIFORMAT

Zusätzlich zur bekannten Klappdeckeldose bietet die Peppermint Company jetzt auch eine Micro-Version dieser Verpackung für leckere Pfefferminzdragees an. Die kleine süße Dose mit der Bezeichnung Baby Tin gibt es gleich in neun verschiedenen Farben. Sie ist mit je neun Gramm Pfefferminz gefüllt und einzeln im Sleeve verpackt. Bereits ab einer Auflage von 288 Stück kann die Dose ein- bis vierfarbig nach Kundenwunsch bedruckt werden. Damit qualifiziert sie sich zu einem gleichzeitig aufmerksamkeitstarken wie erfrischenden Give-away mit Langzeitwirkung. Schließlich kann die Micro-Dose nach Verbrauch der Mintis gut als Aufbewahrungsbox für alle möglichen Kleinigkeiten genutzt werden.

44176 • The Peppermint Company • Tel +31 53 4750430

info@peppermint.nl • www.peppermint.nl



2012 B&C COLLECTION

B&C  
COLLECTION

BE INSPIRED



**ATMEN SIE TIEF DURCH,  
MACHEN SIE IHREN KOPF FREI**

GENIESSEN SIE EINFACH DEN UNTERSCHIED,  
DER BEIM TRAGEN EINES B&C POLOSHIRTS  
DEUTLICH WIRD.

**6 Modellreihen /// 14 Modelle /// 4 Duos,**

Inklusive des legendären B&C Safran, der berühmten hochwertigen Piqué-Qualität von B&C und mehr als 30 Farben als Antwort auf Ihre Kreativität und die höchsten Anforderungen Ihres Kunden.

2012 B&C Collection, Be inspired. [www.be-collection.eu](http://www.be-collection.eu)

T-SHIRTS - POLOSHIRTS - HEMDEN - SWEATSHIRTS - OUTDOOR FLEECEES - JACKEN



## SCHREIBEN MIT KLEINEM BUDGET

**S**teil nach oben geht es beim neuen Drehkugelschreiber UP von uma nur in Sachen Optik und Technik. Die Kosten für das Modell bleiben indes am Boden und zeigen, dass auch mit kleinem Budget effektiv geworben werden kann. Ein elegant abgerundetes Design plus spannendem Materialmix und angenehm weich gleitender Funktionalität heben dieses Modell aus der Masse hervor. Zum attraktiven Alltagsbegleiter wird der Kugelschreiber sowohl in gedeckten als auch transparenten Trendfarben. Eine hochglänzende Gehäuseoberfläche in Verbindung mit einer matten Clipstruktur und der charakteristischen Noppenfläche zwischen Clip und Stopfen wirkt optisch besonders interessant. Individuelle Kugelschreiber-Varianten lassen sich übrigens direkt online im Produktkonfigurator unter [www.uma-pen-konfigurator.com](http://www.uma-pen-konfigurator.com) zusammenstellen.

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

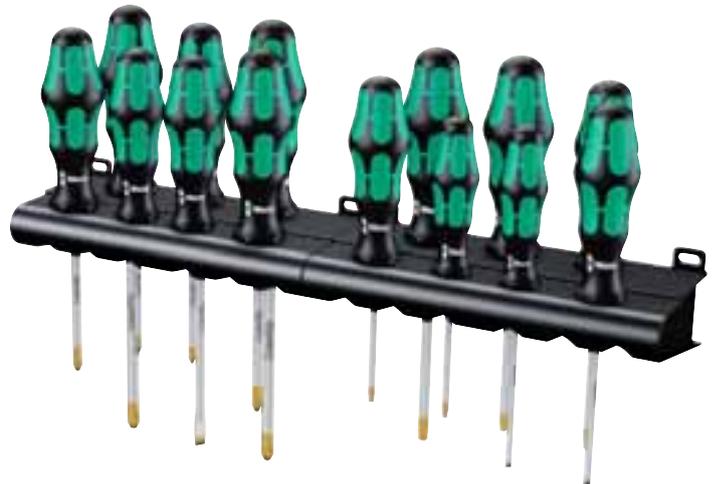
info@uma-pen.com • www.uma-pen.com

## SCHRAUBENDREHER FÜR PROFIS

**H**ier kommt es wirklich auf die Größe an: Das neue Big Pack des Schraubwerkzeugspezialisten Wera enthält alle Schraubendreher, die der Profi üblicherweise benötigt. Er ist damit für nahezu alle Anwendungen bestens gerüstet. Der Big Pack 300 umfasst 14 Werkstattdrehmomente mit den Profilen Phillips, Pozidriv, Torx und Schlitz in verschiedenen Größen sowie zwei Racks für die übersichtliche Aufbewahrung. Alle Schraubendreher verfügen über den bewährten Kraftform-Griff für ergonomisch sicheres Arbeiten. Die Phillips-, Pozidriv- und Schlitz-Werkzeuge sind zusätzlich mit Lasertip-Spitzen ausgestattet. Sie beugen dem störenden Herausrutschen der Schraubwerkzeuge aus dem Schraubenkopf vor, was den Schraubvorgang vereinfacht und beschleunigt.

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

matuschek@wera.de • www.wera.de



## IT'S TEA TIME

**A**ls Vertriebspartner von Bodum präsentiert JHI Hackel Tea For One, ein für Orthomol hergestelltes Geschenkset, bestehend aus einem bedruckten Teeglas mit Kunststofffilter nebst 60 Gramm Teemischung. Bei dem doppelwandigen Qualitätsglas wurde der Werbeaufdruck auf die Außenwand des Innenglases angebracht, wodurch die Werbung weder verkratzt noch durch Spülgänge in der Spülmaschine verblassen kann. Da der Filter exakt auf das Glas abgestimmt ist und einen Deckel besitzt, lässt er keine Hitze entweichen. Das doppelwandige Gefäß tut ein Übriges, damit der Tee solange wie möglich heiß gehalten wird.

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

info@j-h-i.com • www.j-h-i.com





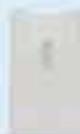
## NEUES FÜR DIE FESTIVAL-SAISON

**G**anz gleich, ob Fußball-Europameisterschaft oder Festivalsaison 2012: Die Kandinsky Deutschland GmbH ist mit gleich drei werbewirksamen, praktischen und exklusiven Ideen am Ball. Die praktischen, faltbaren Octopus-Tragegriffe gibt es aktuell in fünf verschiedenen Größen, sodass von Schnapsgläsern über Flaschen bis hin zu verschiedenen Bechergößen alles sicher zum Bestimmungsort transportiert werden kann. Bereits ab 1000 Stück lassen sie sich in eigener Farbe und mit Logodruck individualisieren. Der rechtlich geschützte Kandinsky-Fußball-Soundöffner spielt beim Öffnen einer Flasche einen 15 bis 30 Sekunden langen, individuellen Sound ab und ist zusätzlich als Kühlschrankmagnet ein langfristiger Begleiter. Die ebenfalls rechtlich geschützte Kandinsky-Bodyflag gibt es schon ab 500 Stück im ganz persönlichen Wunschdesign, egal ob Länder-, Fußball- oder Markenflagge – die Bodyflag ist ein wahrer Hingucker auf allen Sport- oder Fanveranstaltungen. Die Fahne zum Umhängen, mit praktischen Ärmeln und Armschlaufen, schützt zusätzlich vor Regen und sorgt für einen nachhaltigen und auffälligen Markenauftritt.

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

# The Collection

## 2012



Rückseite



AB  
€ 0,560

90346



AB  
€ 0,290

90397

Anti-Moskito



AB  
€ 0,300

90362



AB  
€ 0,575

90347

Antibakteriell



AB  
€ 0,300

90363



AB  
€ 0,500

90477



AB  
€ 0,270

90546



AB  
€ 0,460

90345

**UND MEHR!**  
**WWW.TOPPOINT.COM**  
Dies sind Netto Preise



AB  
€ 0,405

91798



## INDIVIDUELL VON ANFANG AN

**M**it individuellen Werbe-Spielkarten ohne Mindestauflage bietet der Schnappschussverlag auf [PikSieben.de](http://PikSieben.de) jetzt eine interessante Möglichkeit, Spielkarten bereits ab einer Auflage von einem Stück anzubieten. Wo bislang große Mindestbestellmengen bei Werberückseiten oder individuellen Spielen dem Einsatz als Werbemittel entgegenstanden, bieten sich hier neue Möglichkeiten. Das Gleiche gilt für individuelle Memos, Puzzles & Co. Die Spiele können personalisiert und als Mailing eingesetzt werden. Verpackungen beginnen bei der Klarsichtbox über frei gestaltbare Faltschachteln bis hin zu ausgefallenen Spieleboxen, die ebenfalls personalisiert werden können. Lederetuis und hochwertige Metallboxen sind außerdem lieferbar.

48614 • [PikSieben.de](http://PikSieben.de) by Schnappschussverlag KG • Tel +49 37602 76122

[anfragen@piksieben.de](mailto:anfragen@piksieben.de) • [www.piksieben.de](http://www.piksieben.de)

## FAN-FUN FÜRS SUPER SPORTJAHR

**O**b hippe Soundtracks, schräge Audio-Books, schrille Movies oder abgefahrene AD-Games. Jede Menge Fan-Fun vom Feinsten bieten die Medienprofis von micx im Supersportjahr 2012. Sie schaffen damit einen multimedialen Wirkungskorridor für sportliche Markenauftritte und temperamentvolle Werbebotschaften. Mit einer Vielfalt attraktiver und stimmungsvoller Werbeträger, insbesondere auch für ausgefallene On-by-Pack-Konzepte, feuern die medialen Stimmungsmacher sportliche Bestleistungen an und setzen werbewirksame Botschaften perfekt in Szene. Weitere innovative Konzepte und Ideen für Music & Media Specials gibt es auch bei [micx-media.de](http://micx-media.de).

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

[info@micx-media.de](mailto:info@micx-media.de) • [www.micx-media.de](http://www.micx-media.de)



## KLASSIKER WEITER VERBESSERT

**A**uf Kundenwunsch wurde bei meterex die Bandmaß-Serie Chroma überarbeitet und erweitert. Das 5-Meter-Modell gibt es jetzt in einer Bandbreite von 25 Millimetern, wodurch die Standfestigkeit des Bandes auf 2,2 Meter wuchs. Diese Eigenschaft schätzen insbesondere professionelle Anwender. Durch die neue Bandbreite vergrößern sich Skala und Zahlen, was das präzise Ablesen verbessert. Als neues Spitzenmodell wird ab sofort ein 10-Meter-Bandmaß angeboten. Mit dem rückseitigen Glip kann es am Gürtel befestigt werden. Die Stahlbänder von Chroma sind äußerst präzise (EWG Kl. II) und sind durch eine Nylonbeschichtung vor Abrieb und Korrosion geschützt. Dank zweier starker Punktma-gnete am Maßbandwinkel haftet dieser an Metalltüren oder Regalen, wodurch keine Kante oder zweite Person benötigt wird.

41836 • meterex • Karl Kuntze GmbH & Co. • Tel +49 2173 9988690

[kuntze@meterex.com](mailto:kuntze@meterex.com) • [www.meterex.com](http://www.meterex.com)



## Inserentenverzeichnis/Index of advertisers:

PSI Nr.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
45235	B&C - The Cotton Group S.A./N.V	087
48350	Barbara Hofmann Cosmetic-Pinsel GmbH	067
48159	Beutler Verpackungssysteme GmbH	035
45767	Bottle Promotions a Tacx International Company	067
49043	bwg Bundesverband der Werbemittel-Berater und -Großhändler e.V.	055
41275	C. Jul. Herberth GmbH	067
45619	CLIPY Artur Begin, S.L.	015
45562	Design im Dorf 25 Stefan Spitz GmbH & Co. KG	029
45720	DreamPen, Polish Ball-Point Pens Producer	
	Inh. Dariusz Libera	027
43420	EBERHARD GÖBEL GMBH + CO	035
47503	eco-promo GmbH	041
41369	elasto form KG	U2
44127	Elektronica SM-Handels GmbH	007
45997	emotion factory GmbH	037
42480	ERGA Srl	071
48521	F&F Verpackingen Foppen Grafische Bedrijven BV	029
47463	Francos GmbH Image-Cosmetics & More	065
46415	Giffits GmbH	093
42819	Gustav Daiber GmbH	005
45666	Halfar System GmbH Rucksäcke und Taschen	019
42907	Inspirion GmbH	U3
43540	Intraco Trading bv	023, 033, 036, 061, 065, 072
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	U4
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	039
48425	Kambukka BVBA	025
46131	KHK GmbH	063
46591	Kreutz GmbH	017
40717	Lensen Toppoint B.V.	
	019, 026, 028, 034, 039, 059, 061, 062, 068, 071, 075, 089	
48646	M&S Textilhandel e.K. Inh. Sohail Mushtaq	002
42020	MBW Vertriebsges. mbH	
	für Werbeartikel und Spielwaren	023
45974	Multiflower GmbH	031
45946	multimedia UG(mbH) & Co Musikverlag KG	075
47992	Plantanas Group GmbH	095
42332	prodir S.A.	001
	PROMOTURK Promotional Products	
	Suppliers & Distributors Association	057
	PSI Niederlassung der	
	Reed Exhibitions Deutschland GmbH	085
47182	Reisenthal Accessoires Inh. Peter Reisenthel	025
45612	Remarkable Ltd The Remarkable Eco Factory	035
47847	Rösler Ceramtec GmbH	073
48369	Scent of Europe Kamila Szymczak	067
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	021
13394	Studio anan d.o.o.	091
43053	SUCCESS - Dr. Rolf Hein GmbH & Co. KG	
	Pustefix - Dr. Rolf Hein GmbH & Co. KG	031
44186	team-d Import Export Warenvertriebs GmbH	035
44176	The Peppermint Company	012+013
48661	TimeKeeper GmbH	
	Markenuhren - Werbeartikel - Outsourcing - Logistik	031
48336	TRENDBAGZ GmbH	031
44970	TRIGON Deutschland GmbH	
	(ehemals SEMO Deutschland GmbH)	003
46311	TROIKA Germany GmbH	029
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	033
42394	WÖRTHER GmbH	040, 069

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

13394	Studio anan d.o.o.	*
-------	--------------------	---



Make the **biggest** impact this year!

Custom made promotional tattoos

[www.promoskin.eu](http://www.promoskin.eu)

★ best prices!

★ quick production times

★ custom made sizes and designs

★ full color print on both sides

★ individual packing in polybags

★ best quality for a long lasting effect

Make your own tattoos! Special prices for PSI members!

5x5cm, 10.000 pcs, your custom design,  
full color print (4/4), packed in polybags

0,157  
EUR/pc

15x10cm, 10.000 pcs, your custom design,  
full color print (4/4), packed in polybags

0,198  
EUR/pc

MOQ: 5.000 pcs. All prices are Ex Works. Graphic design and print setup fees are charged separately.

*Promoskin*  
www.promoskin.eu

Contact us to get the best quote  
or request blank samples: [info@promoskin.eu](mailto:info@promoskin.eu)  
phone: +386 1 292 72 71 fax: +386 1 292 72 79

**51. PSI MESSE, 9. BIS 11. JANUAR 2013**

## ATTRAKTIVE ANGEBOTE FÜR AUSSTELLER IN HALLE13



Die Nachfrage nach kreativen Köpfen mit frischen Ideen ist in der Branche besonders hoch. Deshalb hat das PSI zur 50. PSI Messe 2012 ein Zentrum für Werbeartikel-Innovationen ins Leben gerufen: die HALLE13. In ihr präsentierten Erfinder, Jungunternehmer und Erstausssteller frische Ideen, faszinierende Erfindungen und serienreife Neuprodukte. Ein Konzept mit Erfolg, wie unter anderem die Ausstellerstimmen belegen: So beurteilten 80 Prozent der HALLE13-Aussteller die 50. PSI Messe als sehr gut bis gut. Aufgrund der positiven Resonanz hält das PSI an dem neuen Hallenkonzept fest. So wird es auch auf der kommenden PSI, die vom 9. bis 11. Januar 2013 in Düsseldorf stattfindet, mit der HALLE13 eine attraktive Plattform für Werbeartikel-Innovationen geben. Für Aussteller, die das hochwertige Umfeld für sich nutzen möchten, bietet PSI attraktive All-inklusive-Angebote. Ob Erfinder, Newcomer oder Zweitausssteller – für jede Zielgruppe in HALLE13 gibt es ein maßgeschneidertes Paket mit umfangreichen Marketing-Maßnahmen. Wir stellen Ihnen die attraktiven Angebote vor:

### DAS ERSTAUSSTELLER-PAKET – DIE LEISTUNGEN IM ÜBERBLICK:

- Hochwertiger Präsentations-Counter
- Auslegestrahler
- 1 Sideboard
- 1 Hocker
- Teppich
- 3,3 kW Stromanschluss
- Nebenkosten (AUMA, TÜV, Grundeintrag)
- 2 Ausstellerausweise
- PSI Mitgliedschaft (1. Oktober 2012 bis 30. Juni 2013)
- Listung im PSI Supplier Finder
- Nutzung aller PSI Sourcing Services (inkl. 360° Produkt im Product Finder 2.0)
- Erhalt des PSI Journals
- PSI Marketing-, Presse-Paket
- Auflistung unter [www.halle13.net](http://www.halle13.net)
- Magalog-Eintrag
- Listung als Aussteller auf [www.psi-messe.com](http://www.psi-messe.com)
- Listung im Hallenfaltplan

#### KONTAKT

Sabine Pormann  
Tel: +49 (0)211 90191-304  
E-Mail: [Sabine.Pormann@reedexpo.de](mailto:Sabine.Pormann@reedexpo.de)

Die Kosten für das All-inklusive-Angebot für Erstausssteller belaufen sich auf 1.999 Euro zzgl. MwSt. Die Anzahl der Plätze ist begrenzt. Die Vergabe erfolgt nach Eingang der Anmeldung beim PSI. Das Anmeldeformular finden Sie unter: [www.psi-messe.com/ausstellerpaket](http://www.psi-messe.com/ausstellerpaket)

### DAS ZWEITAUSSTELLER-PAKET – DIE LEISTUNGEN IM ÜBERBLICK:

- Hochwertiger Präsentations-Counter
- Auslegestrahler
- 1 Sideboard
- 2 Hocker
- Teppich
- 3,3 kW Stromanschluss
- Nebenkosten (AUMA, TÜV, Grundeintrag)
- 4 Ausstellerausweise
- PSI Mitgliedschaft (1. Juli 2012 bis 30. Juni 2013)
- Listung im PSI Supplier Finder
- Nutzung aller PSI Sourcing Services (inkl. 360° Produkt im Product Finder 2.0)
- Erhalt des PSI Journals
- PSI Marketing-, Presse-Paket
- Auflistung unter [www.halle13.net](http://www.halle13.net)
- Magalog-Eintrag
- Listung als Aussteller auf [www.psi-messe.com](http://www.psi-messe.com)
- Listung im Hallenfaltplan

#### KONTAKT

PSI Sales  
Tel: +49 (0)211 90191-600  
E-Mail: [sales@psi-network.de](mailto:sales@psi-network.de)

Die Kosten für das All-inklusive-Angebot für Zweitausssteller belaufen sich auf 2795 Euro zzgl. MwSt. Die Anzahl der Plätze ist begrenzt. Die Vergabe erfolgt nach Eingang der Anmeldung beim PSI. Das Anmeldeformular finden Sie unter: [www.psi-messe.com/ausstellerpaket](http://www.psi-messe.com/ausstellerpaket)

## DAS ERFINDER-PAKET – DIE LEISTUNGEN IM ÜBERBLICK:

- 1 hochwertiger Counter, 1 Hocker, Teppich
- 3,3 kW Strom-Anschluss
- 1 Aussteller-Ausweis
- Je ein Garderoben-Voucher pro Tag
- Listung als Erfinder-Aussteller auf [www.halle13.net](http://www.halle13.net)
- Listung als Erfinder auf einer Sammelseite innerhalb des PSI Magalogs.
- Listung als Erfinder auf der im PSI Journal veröffentlichten Ausstellerliste in der Dezember-Ausgabe 2012 (bei Anmeldung bis zum 1. November 2012).
- Einbindung in die Marketing- und PR-Aktivitäten

- des PSI (PSI Journal, PSI Netzwerk-Webseite, HALLE13-Website, PSI Messe-Website, Business Newsletter, Besucherbroschüre etc.)
- Erwähnung der Erfinder-Aussteller im Rahmen der PSI Social Media Kommunikation
- Teilnahme am PSI Genius-Award für die innovativste Werbearbeitung, dotiert mit einem Förderpreis von 2000 Euro

### KONTAKT

Armin Cyrus

Tel: +49 (0)211 90191-161

E-Mail: [Armin.Cyrus@reedexpo.de](mailto:Armin.Cyrus@reedexpo.de)

Die Kosten für das Erfinder-Paket belaufen sich auf 792 Euro zzgl. MwSt. Die Anzahl der Plätze ist begrenzt. Die Vergabe erfolgt nach Eingang der Anmeldung beim PSI.

Das Anmeldeformular finden Sie unter:

<http://www.psi-messe.com/ausstellerpaket>



-Anzeige-

**giffits**  
Die ganze Welt der Werbeartikel



## WIR WOLLEN DIE BESTEN

[www.giffits.de/jobs](http://www.giffits.de/jobs)

Frisches Denken, eine hohe Kundenorientierung, eine kompetente Beratung und wirtschaftliches Handeln – dafür steht die Giffits GmbH. In unserem Onlineshop finden Firmenkunden von USB-Sticks und Taschen über Sportartikel bis hin zu Adventskalendern ein breites Sortiment. Mit mehr als 35.000 Kunden und über 50.000 Produkten sind wir einer der erfolgreichsten Werbeartikel-Berater in Europa. Für unser Büro in Hamburg suchen wir zum nächstmöglichen Termin einen

### Vertriebsprofi (m/w)

Sie sind erfahren, aufgeschlossen für Neues und arbeiten gern eigenverantwortlich? Das Erreichen der Umsatzziele spornt Sie an, Sie wissen, wie man aus Interessenten langfristige Geschäftspartner macht und verkaufen den günstigen Kugelschreiber mit der gleichen Leidenschaft wie das hochwertige Markenpräsen? Kurzum: Sie gehören zu den Besten? Dann möchten wir Sie kennenlernen.

#### Ihr Profil:

- abgeschlossene Ausbildung, kaufmännische Richtung wäre von Vorteil
- mehrjährige Vertriebs Erfahrung, idealerweise in der Werbearbeitung-Branche
- Überzeugungskraft und freundliches Auftreten
- Kommunikationsstärke und Redegewandtheit
- gute Kenntnisse in Warenwirtschaftssystemen
- gute Kenntnisse der gängigen Office-Programme

#### Ihre Aufgaben:

- Vertrieb, nach dem Prinzip „One-Face-to-the-Customer“
- umfassende telefonische Kundenberatung und -betreuung
- Angebotskalkulation und -erstellung
- Fakturierung
- Aufbau eines eigenen Kundenkreises
- Ausbau bestehender Kundenbeziehungen

#### Unser Angebot:

Es erwarten Sie ein erfahrenes, freundliches Team mit flachen Hierarchien und eine angemessene Bezahlung, die sich auch durch Ihre Leistung gestaltet.

#### Ihre Bewerbung:

Bitte senden Sie uns Ihre vollständigen Bewerbungsunterlagen inklusive frühestmöglichem Eintrittstermin und Gehaltsvorstellung per Email oder Post zu. Wir freuen uns auf Sie!

Weitere Informationen zu unserem Unternehmen finden Sie unter: [www.giffits.de](http://www.giffits.de).

#### Ansprechperson

Giffits GmbH - Herrn Marcus Schulz - Weidestr. 122 b - 22083 Hamburg - [jobs@giffits.de](mailto:jobs@giffits.de)

# WAS IST DAS PROBLEM?

**W**elches Problem oder welche Probleme? Natürlich, schlechte Konjunktur im Allgemeinen, speziell in Südeuropa, ja, eigentlich überall. Deutschland hält sich noch ganz gut, hört man. Aus Sicht der Supplier sind es zu wenig Neukunden in Form von Endkunden und in Form neuer Händler. Gleichzeitig wird die Wertigkeit der Abnehmer, quantitativ wie qualitativ, bemängelt. Der durchschnittliche Umsatz pro Händler sei zu gering, gepaart mit zu wenig Branchen- und Fachwissen. Zu wenig Wissen über den Werbeartikel existiert auch beim Endkunden. Eine weitere Herausforderung ist der strukturelle Wandel der Branche, geprägt durch ein hohes Maß an Transparenz und den Wunsch vieler Beteiligten, in der Lieferkette ein Glied zu überspringen. Was haben wir eigentlich für ein Problem? Es ist nicht ein Problem. Es ist die Vielschichtigkeit von Problemen. Für jeden Marktteilnehmer stellen sich die Probleme anders da. Der große internationale Importeur hat Probleme, seine Investitionen wieder zurückzubekommen, da ihm der Absatz in einigen Ländern zusammenbricht. Ein Problem, das ein Importeur nicht kennt, der sich auf seinen starken Kernmarkt fokussiert. Auch der Lieferant, der in Europa selber produziert, steht derzeit deutlich besser da, da er sich nicht mit den schärfer werdenden Rahmenbedingungen

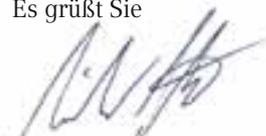
in Asien auseinandersetzen muss. Ein Problem ist aber übergreifend gültig für den ganzen Markt, auch wenn es sich oft als abstrakt darstellt: Qualität! Es ist das Thema, das mich immer wieder treibt und auch frustriert, denkt man an die bisher geringe Resonanz aus der Branche dazu. Ich betrachte es einfach mal aus Sicht des Endkunden, der unser aller Rechnung bezahlt. Geprägt durch Themen wie steuerliche Behandlung, Gesetzgebung, mangelnde Information oder fehlende Planungsdaten weiß doch der Endkunde letztlich recht wenig über den Werbeartikel. Es ist ein Halbwissen, das ihn aufgrund der genannten Themen im Zweifel noch eher verunsichert. Im besten Fall kennt er einen oder mehrere „Beschaffer“ und deren Showrooms. Ist das nur eine Wahrnehmung oder wirklich die Realität?

Viele Lieferanten sagen, dass ihre Kunden den Werbeartikel gut kennen. Schön! Aber woher sollen die Neukunden kommen? Wie sollen diese überzeugt werden? Und woher wissen potenzielle Neukunden, was Qualität im Zusammenhang mit Werbeartikeln bedeutet? Da sind wir wieder bei den Qualitätsmerkmalen Beratung, Zahlen und Fakten. Solche Daten liegen für unsere Branche erst seit der PSI 2012 vor. Sind sie schon beim Marketing angekommen? Sucht das Marketing einen Händler oder Beschaffer für Werbeartikel? Nach welchen Kriterien geht es vor? Gibt es Gütesiegel, die ihm signalisieren, dass es sich um einen vertrauensvollen Partner handelt? Auch wenn wir hier erst am Anfang stehen, es gibt bereits Gütesiegel oder sie sind in Arbeit. Fakt ist, wir müssen uns stärker selbst verpflichten und stärker mit dem Endkunden kommunizieren. Hausmessen und Roadshows zeigen nur einen kleinen Ausschnitt unserer Produkte, mehr aber nicht. Sie sind aber ein Indikator für einen Weg, der vorgezeichnet ist. Die be-

stehenden Initiativen der unterschiedlichsten Organisationen und Gremien dazu müssen gebündelt werden. PSI und Verbände arbeiten hier stark zusammen. Es kann und muss aber noch enger werden.

Das PSI hat eine Qualifizierungsoffensive entwickelt, die über mehrere Ebenen geht. Neben der Initiative im deutschen GWW mit validen Jahreszahlen zur Branche und den ersten generischen Daten zur Werbewirkung des Werbeartikels, die im Übrigen international eingesetzt werden können, steht die Entwicklung eines Codes of Conduct auf der Agenda. Erster Schritt dahin ist der in Deutschland versendete Code of Honour. Die weiteren Schritte müssen gemeinsam auf europäischer Ebene erfolgen – kein einfaches Unterfangen. In diesem Zusammenhang haben wir eine weitere Initiative auf europäischer Ebene angestoßen: den „European Directory of Verified Distributors“. Das ist eine Datenbank, die im ersten Schritt europäische Händler registriert, die den Prüfkriterien eines PSI Mitglieds entsprechen. Damit bekommt die Branche eine Branchenzählung als Fundament für weitere Qualitätsmerkmale. Diese Initiative stößt auf ein sehr positives Echo und wird bereits durch eine Vielzahl von Lieferanten unterstützt. Nehmen wir diese Aktivitäten als Gesamtkonzept in Form einer Pyramide, dann haben wir viel Positives an die Nutzer von Werbeartikeln zu kommunizieren und können Hilfestellungen geben, die das Marketing durch Einsatz des Werbeartikels effizienter machen.

Es grüßt Sie



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



# Tee und Gewürze

für Ihre Werbung, direkt vom  
Hersteller und Importeur



## Geschenk-Sets

Mit unseren neuen Umkartons und Geschenke-Sets haben Ihre Kunden nun noch mehr Fläche für ihre Werbebotschaft.

Bereits ab 100 Sets können Sie Ihr eigenes und individuelles Geschenk-Set zusammenstellen. Wählen Sie frei aus über 1600 Teesorten, 300 Gewürze und Kräutermischungen, Trockenfrüchte, Nüsse, Schokonüsse, Schokofrüchte und vielem mehr.

Gefüllt mit einer Dose oder mit zehn Dosen, im Päckchen, Gewürzstreuer oder Reagenzglas; Ihrer Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt. Wie wäre es zum Beispiel mit einem Set von 3 Mini-Dosen im Umkarton. Eine gefüllt mit feinem Tee, eine mit Schokoladennüssen und die dritte mit einem fantastischem BBQ-Gewürz....



## MAKE FRIENDS WITH PLANTS

Von der Pflanze bis zum fertigen Produkt - Alles aus einer Hand!

Wir möchten, dass auch Sie Ihren Kunden und Mitarbeitern die faszinierende Welt der Tees und Gewürze näher bringen können. Aus diesem Grund haben wir unsere über 60-jährige Erfahrung gesammelt und haben mit „www.werben-mit-tee.de“ eine völlig neue Welt der individualisierten Geschenke geschaffen.



Plantanas Group GmbH  
Zur Hammerschmiede 21 - 89287 Bellenberg  
Tel.: +49.(0)7306.926230 - Fax.: +49.(0)7306.926233

[www.plantanas.com](http://www.plantanas.com)



## IMMER PRÄSENT

Der Arbeitsplatz hat für den Werbearbeit eine besondere Bedeutung. Denn hier verbringen Menschen einen großen Teil des Tages. Stets im Blickfeld, brennen sich die Werbeaussagen der hier platzierten Werbebotschafter nachhaltig ins Gedächtnis ein. In der Juni-Ausgabe präsentieren wir Ihnen aufmerksamkeitsstarke Neuheiten aus dem weiten Feld der Büroartikel. Sie werden durch elektronische und digitale Produkte ergänzt.

Bitte denken Sie schon jetzt an unser Titelthema der Juli-Ausgabe „Kalender und Papier“ sowie „Sicherheit und Mobilität“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 18. Mai 2012 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechemer@edit-line.de.



## WETTER- UND WINDFEST

Unzählige Regenschirme werden jedes Jahr weggeworfen. Schlichtweg deshalb, weil sie bei Wind nicht funktionieren. Ein Problem, das die Gründer des niederländischen Unternehmens senz° aus Delft erkannten und lösten. Ihre Regenschirme finden von selbst die beste Position im Wind und sind bis zu 100 Stundenkilometer Windgeschwindigkeit sturmsicher. Wir stellen Ihnen das PSI-Neumitglied senz° umbrellas bv und seine Produkte in der Juni-Ausgabe vor.



## TRANSPORTPREISE IM FOKUS

In der Juni-Ausgabe werden wir uns mit den veränderten Rahmenbedingungen für Importe beschäftigen. Waren es in den letzten Jahren die Verteuerung der Lohnkosten sowie die Entwicklung des inner-asiatischen Binnenmarkts, die sich auf die Preise ausgewirkt haben, so sind im Februar die Raten im Seefrachtverkehr geradezu explodiert. Laut Meldungen in diversen Medien von Anfang März haben die großen Reedereien zum 1. März die Preise für Containertransporte von Asien nach Europa auf das Doppelte angehoben. Weitere Preiserhöhungen sind angekündigt. Ein ernstes Thema auch für Werbearbeit-Importeure.



## IMPRESSUM

Verlegt exklusiv für die Werbearbeit-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:** Simon Dietzen, 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

**Spanien:** Olga Pons, GPE S.L.  
Tel.: +34 93 4244000

**Italien:** Arianna Carini, Reed Exhibitions ISG Ital S.r.l.  
Tel. +39 2 43517048

**UK:** Barry Reid, Reed Exhibitions UK  
Tel. +44 20 89107196

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

**Türkei:** Ismail Sezen, 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



Kosmetikkoffer LONDON | 224 0503



Cabin Case LONDON | 220 2503

# Mit LONDON verreisen - rund um die Welt



Bei Inspirion finden Sie attraktives Reisegepäck in vielen frischen Farben. Und: Unseren Trolley "London" können Sie einzeln (in 4 Farben) oder als Set (in 10 Farben) bestellen. Mehr im Premium-Katalog CHECK.IN!

Jetzt bestellen! Tel.: +49 421-5227-0  
Fax: +49 421-5227-403  
Oder unter [www.promotiontops.com](http://www.promotiontops.com) anfordern!

Inspirion GmbH  
Zum Panrepel 39, D-28307 Bremen



Trolley-Set LONDON | 221 0513

# Energie-Karte

Die-Power-und-Energie-in-jede-Zielgruppe-bringende-Dextrose-Werbe-Giveaway-Idee.



**Mehr dazu!**



**Traubenzucker mit  
plakativem Werbeträger.**

4-c individuell gestaltbar.