

JOURNAL



Thomas Karlowsky
Karlowsky Fashion
„Ich brauche die
Herausforderung“



Michael Bernstein
Der neue
Chairman und
CEO von Polyconcept

Werbeartikel-Guide
Schreiben, Büro,
elektronische und
digitale Produkte

Promotion World 2012
Im Aufwind

100 Jahre Daiber
Der Jahrhundert-Event

Geiger Workshops 2012
Informativ, praxisnah,
bereichernd



TEURE SEEFRACHT: URSACHEN UND KONSEQUENZEN



RIEDLE



Mit Top-Tüten

läuft die Kampagne



.....

Alle lieben Werbetaschen und tragen freiwillig die gedruckte Botschaft wieder und wieder durch die Straßen. Und zwar umso öfter, je mehr Material und Design faszinieren. Also: Greifen Sie zu High-Q-Bags by Riedle. Da springen Kunden in die Luft vor Freude und Ihre Kampagne kommt ganz groß raus. www.riedle.de

EDITORIAL

PRODUKT-UNSICHERHEIT

Ich sitze in Palma auf der Terrasse der Bar Bosch. Tapfer halten die Touristen einer massiven Attacke der Krimskrams-Verkäufer aus Kenia, Malawi und Äthiopien stand. Blinkende und grell leuchtende Gummibälle, fliegende Plastikobjekte, die jaulen wie ein getretener Hund, Uhrenkopien aller Nobelmarken und Caps mit Ventilatoren. Keines dieser Produkte hat jemals eine technische Überwachung gesehen. Und was uns in der Bar Bosch auf die Nerven ging, findet sich auf allen Märkten und an allen Stränden der Insel. Einen Monat später in Rom das gleiche Bild. Eine Neuheit, zumindest für mich: Junge Männer klatschen bunte Kunststoffmassen auf den Boden, sie fließen auseinander wie ein Spiegelei und bauen sich von selbst wieder zu einem kleinen Plastikmonster auf. Aus Neugier und mit wahrscheinlich tausendfachem Aufschlag kaufe ich solch ein „Geschenk für die kleinen Bambini“. Zu Hause wollte ich es mal checken lassen. Denkste. Ganz schnell landete es im Außenmülleimer des Hotels. Denn das kleine Biest stank wie die Pest.

Stunden später sitze ich am Flughafen und lese den Mail-Austausch zwischen Kollegen des Gesamtverbandes der Werbearbeitelwirtschaft zum Thema Produktsicherheitsgesetz (ProdSG) in Deutschland. Andere Welt. Interpretationen von Wörtern, Meinungen von Anwälten, Fragen von PSI Mitgliedern. Seit einem knappen halben Jahr beschäftigt dieses Gesetz die deutsche Werbearbeitelwirtschaft. Es wird auch andere Länder in Europa beschäftigen müssen, denn es basiert auf einer Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Europäischen Rates. Alle Mitgliedsstaaten müssen die Regeln also früher oder später umsetzen. Nun ist das Umsetzen ja schon eine äußerst schwierige Sache, wie man in Deutschland sieht. Das „neue“ Produktsicherheitsgesetz der Bundesrepublik hat all die Mängel, die immer mehr Gesetze haben. Sie sind ohne Praxis- und Sachverstand am grünen Tisch entstanden. Die einzelnen Regelungen sind unverbindlich, unklar und werfen mehr Fragen auf, als sie Antworten geben können. Letztlich werden Urteile der Gerichte wieder die eigentlichen Ausführungsrichtlinien sein. So weit ist es schon gekommen.

Was aber ist, wenn die Marktüberwachung, wie schon erlebt, so kläglich versagt? Was ist dann mit der Sicherheit der Bürger? Wer schützt seriöse Unternehmen vor den allgegenwärtigen grauen Märkten mit Dumping-Preisen? Was dürfen wir von der Politik erwarten? Sie muss klare und verständliche gesetzliche Regelungen schaffen und diese dann auch sanktionieren. Überall, auch auf den Straßen und Plätzen. Sonst wird es immer schwerer, Gesetzestreue der Bürger einzufordern. Das gilt überall in Europa.

In diesem Sinne



Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal



Manfred Schlösser



Neu
und
mutig.



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

ES2

Personality pens.
Swiss made. **prodირ**®

Prodיר GmbH | An der Molkerei 8 | D-56288 Kastellaun
Hotline +49 (6762) 1051

Prodיר S.A. | Zona Industriale 1/2 | CH-6802 Rivera
Telefon +41 (91) 9 35 55 55
www.prodיר.com

TÄGLICH ZUR HAND

20

Wir haben sie täglich zur Hand und damit auch stets im Blick: Büro-Accessoires und Schreibgeräte. Sie liegen in der Beliebtheitsskala ihrer Empfänger nach wie vor ganz vorne. In unserem Product Guide halten wir Sie über schicke und trendige Neuheiten aus der werbestarken Produktgruppe auf dem Laufenden. Zudem stellen wir Ihnen elektronische und digitale Werbeträger vor.



| | | |
|--|---|-----|
| TRENDS & BRANDS | Zeichen der Wertschätzung | 4 |
| | Süße Sympathieträger | 6 |
| FOKUS | Teure Seefracht: Ursachen und Konsequenzen | 8 |
| JOURNAL | Nachrichten aus Wirtschaft, Politik und Business | 16 |
| SCHREIBEN UND BÜRO | Täglich zur Hand | 20 |
| BRANCHE | Unternehmen, Ereignisse, Märkte | 54 |
| | Polyconcept: Michael Bernstein zum neuen CEO ernannt | 60 |
| | Promotion World 2012: Im Aufwind | 62 |
| | Hausmesse Edith Kettel – Market Services: Werbeideen mit persönlichem Flair | 64 |
| | X-Media GmbH: Zum neunten Mal erfolgreich | 66 |
| ELEKTRONISCHE UND DIGITALE PRODUKTE | Jansen Verkaufsförderung GmbH & Co. KG: Viel versprechende Partnerschaften | 68 |
| | Auf der Höhe der Zeit | 70 |
| UNTERNEHMEN | Der Daiber-Jahrhundert-Event: Leinen los zur Jubiläumsfahrt! | 86 |
| | Geiger Workshops 2012: Informativ, praxisnah, bereichernd | 90 |
| PORTRAIT | Thomas Karlowsky: „Ich brauche die Herausforderung“ | 92 |
| NEU AM MARKT | Werbeartikel-Innovationen | 96 |
| MY PSI | Informationen für PSI Mitglieder | 114 |
| MEINUNG | | 118 |
| IMPRESSUM | | 120 |

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



www.jamara-werbemittel.de

TEURE SEEFRACHT: KONSEQUENZEN UND STRATEGIEN 8



Seit Februar dieses Jahres haben die Reedereien die Verladekapazitäten verknappt und gleichzeitig die Raten für Containertransporte aus Fernost um rund 400 Prozent erhöht. Eine ähnliche Situation wie zuletzt nach der Krise 2008, die mit Verzögerungen und Kostensteigerungen das Tagesgeschäft von Importeuren erheblich erschweren kann. Wir beleuchten die Hintergründe der Entwicklungen im Seefrachtverkehr und zeigen auf, wie Werbeartikel-Importeure jetzt agieren können.

PROMOTION WORLD 2012: IM AUFWIND 62



Die diesjährige Auflage der Promotion World stieß auf überwiegend positive Resonanz. Eingebettet in Halle 16 der Hannover Messe verzeichnete die Werbeartikelschau großes Interesse beim Fachpublikum. Auch die Aussteller zeigten sich mit dem Verlauf vornehmlich zufrieden.

DAIBER EVENT: LEINEN LOS ZUR JUBILÄUMSFAHRT! 86



100 Years of Textile Competence – ein Anlass, dem ein besonderer Rahmen gebührt. Das Albstädter Traditionsunternehmen Daiber lud deshalb zum exklusiven Event in außergewöhnlichem Ambiente. 400 geladene Gäste feierten mit der Daiber-Crew auf dem Eventschiff „Sonnenkönigin“ in Bregenz am Bodensee das 100-jährige Bestehen der Erfolgsfirma.

„ICH BRAUCHE DIE HERAUSFORDERUNG“ 92



120 Jahre alt wird das Unternehmen, das Thomas Karlowsky in der vierten Generation schon seit 1990 führt. Mit Ehrgeiz und Durchhaltevermögen hat er sein Erbe zu dem gemacht, was es heute ist: Karlowsky Fashion, ein moderner Hersteller von Corporate Wear und Partner des Werbeartikelhandels für Textilien in Profi-Qualität. Die spannende Geschichte eines Unternehmens und eines mutigen Unternehmers, der das Unmögliche möglich gemacht hat.



Absolut Einsteigertauglich

Helikopter/Ferngesteuert
Axis
Art.-Nr. 03 7020



front
back
Aufladbar über die Sonne und den PC
LED light ~8h
mini-USB
USB
Ladegerät
Universal Solar
Art.-Nr. 40 0280

FAST UNZERSTÖRBAR
Solar-Ladegerät mit Taschenlampenfunktion
geeignet zum laden von Mini-Heli, Smartphone usw.



ab 2,90 €/Stk. DIE CAST auch im Display erhältlich
Radlader
Art.-Nr. 40 2985



LKW
Ferngesteuert/3Kanal
Mercedes Actros
Art.-Nr. 40 3640
Mercedes-Benz



Jamara e.K.
Inh. E. Natterer
Am Lauerbühl 5
DE-88317 Aichstetten
Tel. +49 (0) 75 65/94 12-0
promotion@jamara.com



**EXKLUSIVE SCHREIB-
ACCESSOIRE-KOLLEKTION**

Newell Rubbermaid EMEA
PSI-Nr.: 42878
www.newellb2b.com



**SCHOKO-PRALINEN MIT
VERFÜHRERISCHER FÜLLUNG**

MM Brown Deutschland GmbH
PSI-Nr.: 48316
www.chocolissimo.de

**TASCHEN FÜR TABLET-PCS
UND SMARTPHONES**

mbw Vertriebsgesellschaft mbH
PSI-Nr.: 42020
www.mbw.sh



**CAPETOWN SERIE AUS HOCH-
WERTIGEM VOLLRINDLEDER**

Boschagroup GmbH & Co. KG
PSI-Nr.: 41855
www.boschagroup.com



**ZEICHEN DER
WERTSCHÄTZUNG**

Motivierte Mitarbeiter sind für jedes Unternehmen ein Gewinn. Denn sie sind leistungsfähig, engagiert und loyal. Bekanntlich können Lob und Wertschätzung sowie kollegiale Zusammenarbeit dazu beitragen, dass sich Mitarbeiter in einem Unternehmen wohlfühlen. Einen in der Forschung eher vernachlässigten „Motivations-Faktor“, der für die Branche aber sehr wichtig ist, hat das Forscherteam um den Bonner Verhaltensökonom Sebastian Kube jüngst näher unter die Lupe genommen: Mitarbeitergeschenke. In einem Experiment konnten die Wissenschaftler nachweisen, dass kleine Aufmerksamkeiten produktiver machen – und zwar um einiges mehr, als das eine Gehaltserhöhung vermöge. Den Nachweis erbrachten die Forscher unter natürlichen Arbeitsbedingungen. Wie die Zeitschrift Harvard Business Manager in ihrer letzten Ausgabe erläuterte, dienten Studenten als Probanden. Sie wurden in eine Universitätsbibliothek geladen, um dort Bücher zu katalogisieren. Unter Beobachtung erhielten einige für ihren Job eine unerwartete Lohnerhöhung, andere bekamen lediglich das vereinbarte Honorar. Einer weiteren Gruppe schenkte das Forscherteam überraschend eine Thermoskanne, der Rest bekam die Lohnerhöhung in bar in Form eines gefalteten Origami-Männchens in die Hand gedrückt. Das Ergebnis: Die Sachgeschenke steigerten die Arbeitsleistung weitaus stärker als das Geld. Ein Ergebnis, das die Branche gut an ihre Kunden kommunizieren kann.



GENIEßEN SIE EINEN ERHOLSAMEN TAG IN DER SONNE MIT DER FALTBAREN STRAND-RÜCKENLEHNE.

M07878 Plis-Plas
Exclusives Mid Ocean Design
Erhältlich in rot und blau



Die faltbare Rückenlehne und über 1.200 weitere Artikel finden Sie im neuen Gifts Katalog 2012.

Mid Ocean Brands ist ein internationales Unternehmen mit mehr als 40 Jahren Erfahrung. Wir sind einer der führenden Importeure von Werbepremien- und Werbegeschenken. Wir bieten eine Produktpalette von mehr als 3.000 verschiedenen Artikeln. Mid Ocean Brands verfügt über 8 regionale Niederlassungen in Europa sowie 3 strategisch günstig gelegenen Logistik- und Distributionszentralen in den Niederlanden, in Polen sowie in Spanien. Nutzen Sie unsere Erfahrungen und kontaktieren Sie Ihr Verkaufsteam unter +49 261 9284-0 oder unter sales.deutschland@midoceanbrands.com

**SÜSSER BAUERNHOF**

MM Brown Deutschland GmbH
PSI-Nr.: 48316
www.chocolissimo.de

**LECKER-SYMPATHISCHER FRÜHLINGSBOTE**

Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG
PSI-Nr.: 41545
www.jung-europe.de

MINI-PRINZENROLLE

Magna sweets GmbH
PSI-Nr.: 41617
www.magna-sweets.de

**FEINER KUCHENRIEGEL MIT SCHOKOLADENÜBERZUG**

Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG
PSI-Nr.: 42706
www.kalfany-suesse-werbung.de

**LECKEREIEN AUS FEINSTEM MARZIPAN**

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

**SÜSSE SYMPATHIETRÄGER**

Schon lange heißt es: Schokolade ist gut fürs Herz und den Kreislauf. Nun können Naschkatzen die süße Leckerei noch intensiver genießen. Denn eine US-Studie hat jüngst den Ruf von Schokolade als Kalorienbombe relativiert. Wissenschaftler der Universität von Kalifornien in San Diego hatten den Body-Mass-Index (BMI) von 1000 Frauen und Männern unter die Lupe genommen und dabei festgestellt: Regelmäßige Schokoladen-Esser sind etwas schlanker als jene, die selten zur Tafel greifen. Möglicherweise liege das daran, dass Schokolade den Stoffwechsel anregt, heißt es in der Untersuchung. Ein Ergebnis, das alle Naschkatzen erfreuen sollte. Für sie bietet die Branche eine Reihe an süßen Leckereien. Lassen Sie sich von einer Auswahl inspirieren.

Die ganze Vielfalt für Ihre Werbung



EB-15
Reflektiv



EB-15
Construktiv



EB-15
KIC



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
Internet: www.elektronica.de

it's my flame!





TEURE SEEFRACHT

URSACHEN UND KONSEQUENZEN

Seit Februar dieses Jahres haben die Reedereien die Verladekapazitäten verknappt und gleichzeitig die Raten für Containertransporte aus Fernost um rund 400 Prozent erhöht. Eine ähnliche Situation wie zuletzt nach der Krise 2008, die mit Verzögerungen und Kostensteigerungen das Tagesgeschäft von Importeuren erheblich erschweren kann. Wir beleuchten die Hintergründe der Entwicklungen im Seefrachtverkehr und zeigen auf, wie Werbeartikel-Importeure jetzt agieren können.

In den letzten Jahren haben sich durch die Verteuerung der Lohnkosten, die Entwicklung des innerasiatischen Binnenmarkts, höhere Energiepreise sowie gestiegene Aufwendungen für Compliance und Qualitätsmanagement die Importe verteuert. Ein weiterer wichtiger Faktor, der sich auf die Importpreise auswirkt, sind die Kosten für Containertransporte aus den Produktionsländern nach Europa. Seit Februar 2012 sind die Raten im Seefrachtverkehr geradezu explodiert. Die großen Reedereien haben bereits zum 1. März die Preise für Containertransporte von Asien nach Europa von zuvor rund 800 US-Dollar auf das Doppelte angehoben. Insgesamt haben sich die Raten von Februar bis Mai um rund 400 Prozent erhöht. Bei Redaktionsschluss Anfang Mai kostete ein 20' Container bis zu 2400 US-Dollar. Ein Thema auch für Werbeartikel-Importeure, zumal es keine wirtschaftlich attraktive Alternative zur Seefrachtverladung gibt. Wenn ein Parameter, der prinzipiell nicht zu beeinflussen ist, das eigene Geschäft beeinträchtigen kann, lohnt es sich, zunächst einmal genauer hinzuschauen und die Mechanismen zu erläutern, die die Entwicklung dieses Parameters bestimmen. Hierzu nehmen wir einmal die Perspektive der Reedereien ein.

PROBLEME DER CONTAINERSCHIFFFAHRT

Die Containerschiffahrt wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Sie ist stark abhängig vom Auf- und Abschwung der Weltwirtschaft, daraus resultieren unterschiedliche Auslastungen der Schiffe sowohl aus Fernost nach Europa als auch umgekehrt. Das Importvolumen von China nach Deutschland ist verhältnismäßig hoch, keinesfalls aber kostendeckend für die Transportwirtschaft zu bewältigen. Und obwohl Deutschland eine der größten Exportnationen ist, bleibt das Frachtaufkommen aus Sicht der Reedereien hinter den Kapazitäten zurück. Die Folge waren nicht voll ausgelastete Schiffe ex Fernost nach Europa (Westbound) und noch schwächer ausgelastete Schiffe von Europa zurück nach Fernost (Eastbound). In Bezug auf

die Containerauslastung herrscht also nicht einmal annäherndes Gleichgewicht. Doch ist nicht nur die Auslastung der Schiffe das Problem, sondern auch die daraus resultierende Rückführung von Leercontainern nach Fernost. Denn es treffen immer mehr beladene Boxen aus Fernost ein, als mit Fracht beladene Boxen dorthin zurückgehen. Die Reeder müssen folglich leere Container im Eastbound wieder zurückfahren. Für diese Container gibt es also keine Einnahmen, jedoch entsteht trotzdem die Terminal Handling Charge (THC) am Verlade- wie Bestimmungsort. In Hamburg liegt die reguläre THC beispielsweise bei 230 bis 250 Euro pro Box. Kriselt die Wirtschaft und verringert sich dadurch das Gesamtfachtaufkommen, fahren die Reedereien schon mal Verluste in Millionenhöhe ein. Zum Beispiel kostete die Wirtschaftskrise von 2008/09 und deren Folgen die Reederei Maersk rund 500 Millionen US-Dollar im ersten Quartal 2010.

HAUSGEMACHTE KRISE DER REEDEREIEN

Containerschiffahrt sollte zuverlässig sein und setzt mehrere Schiffsabfahrten und -ankünfte pro Woche und je Hafenplatz vo-

raus. Um dies zu gewährleisten, gibt es Allianzen, das heißt, drei oder mehr Reedereien schließen sich zu einem Dienst zusammen. Jede dieser Reedereien setzt zum Beispiel auf einer Strecke Tianjin – Schanghai – Hongkong – Singapur – Rotterdam – Hamburg – Singapur – Hongkong – Schanghai pro Woche zwei Schiffe ein. Somit haben diese Reedereien fast täglich eine An- und Abfahrt, beispielsweise aus Hamburg, im Angebot. Die Schiffe fahren in sogenannter Rotation, sie steuern also immer die gleichen Häfen zu festgelegten Terminen an. Den Fahrplan kann man teilweise heute schon für Dezember 2012 erfragen. Dieses System ist also sehr komplex und langfristig festgelegt. Natürlich erfolgen hierbei Absprachen zwischen den beteiligten Reedereien. Bei diesen Absprachen ging es in den letzten Monaten um die Ratenhöhe, aber auch um die Verknappung von Ladekapazitäten und um Fahrplanänderungen. Der Konkurrenzkampf der Reedereien ist hart, trotzdem werden immer wieder derartige Absprachen getroffen. Zuletzt bedingte der Konkurrenzkampf absolute Dumpingraten, die zu massiven Verlusten von mehreren Hundert Millionen US-

Dollar je Reederei führten. Dumpingraten entstehen, wenn sich Reedereien fast um jeden Preis Marktanteile sichern wollen.

VERLUSTE HABEN VIELE GRÜNDE

Für derartige Verluste sind jedoch viele weitere Faktoren ausschlaggebend. Die Steigerung der Energiekosten, die in den Markt einzuführenden Schiffsneubauten, die Entwicklung immer größerer Containerschiffe wie auch die gleichzeitig stattfindenden Veränderungen in der Weltwirtschaft spielen hier eine Rolle. Einige Zahlen hierzu: Berechnungen haben ergeben, dass zum Jahreswechsel die Betriebskosten der im Service befindlichen Schiffe Kosten verursachten, die auf damaligem Rateniveau nur eine knapp 45-prozentige Deckung zuließen. Der Neubau eines Containerschiffs schlägt mit etwa 40 Millionen US-Dollar zu Buche. Die momentan größten Schiffe laden maximal 14000 TEU, die nächste Generation von Containerschiffen wird im Mittel eine Zuladung von 16000 bis 18000 TEU haben. (TEU = twenty foot equivalent unit = ein 20' Container.) Es gibt momentan also viel zu viele Schiffe, das hat natürlich auch negative Auswirkungen auf die Finanzierungs-Fonds. Vor Kurzem



LAUFZEITVERGLEICH CONTAINERTRANSPORTE 2008 – 2012

| SERVICE BAUSTEIN | EXPRESS 2008 | STANDARD 2008 | EXPRESS 2012 | STANDARD 2012 |
|--|----------------|----------------|----------------|----------------|
| Komplettes Exporthandling in China | 3 Tage | 5 Tage | 4 Tage | 6 Tage |
| Tatsächliche Reisezeit HKG – HAM | 21 Tage | 24 Tage | 24 Tage | 26 Tage |
| Importhandling in Hamburg | 2 Tage | 4 Tage | 3 Tage | 4 Tage |
| Nachlauf per Lkw bis zum Zielort | 2 Tage | 2 Tage | 2 Tage | 2 Tage |
| Komplett ab Übernahme China bis Zielort | 28 Tage | 35 Tage | 33 Tage | 38 Tage |

Quelle: Cargo SEAL

erst ist ein Fonds zur Finanzierung von Tankschiffen mit Totalverlust abgewickelt worden. Viele fremdfinanzierte Schiffe werden daher nach etwa fünf Jahren auf dem Weltmarkt teils schon wieder zum Schrottwert angeboten. Die Problematik verschärft sich weiterhin durch unterschiedliche Schiffsauslastungen, Dumpingraten und steigende Energiekosten. Tatsache dürfte aber auch sein, dass das jetzige Ratenniveau definitiv zu hoch ist.

KONSEQUENZEN FÜR DEN SEEFRACHTVERKEHR

Die Reedereien versuchen demnach zurzeit, ihre zum Teil hausgemachten Probleme mit altbewährten Mitteln in den Griff zu bekommen. Dies führt zu erheblichen Kapazitätsproblemen bei der Containerverladung, hervorgerufen dadurch, dass die Reedereien eine große Anzahl von Schiffen kurzfristig außer Dienst gestellt haben. Diese liegen „auf Reede“ und dabei entstehen jeden Tag hohe Kosten für Unterhaltung sowie Liegeplatzgebühren. Augenblicklich hat man weltweit etwa 300 Schiffe aus der Rotation genommen, das führt zu erheblichen Verunsicherungen und Verzögerungen. Container können zunächst

nicht verladen werden und treffen teilweise um Wochen verspätet am Bestimmungsort ein. Außerdem fahren viele Schiffe langsamer, um den Energieverbrauch zu senken. In jedem Fall dauert die Fahrzeit länger: Beispielsweise betrug die Reisezeit Hongkong – Hamburg vor 2008 noch 20 bis 22 Tage, heute kalkulieren Spediteure für die reine Seereise schon 26 Tage. Werden zudem weniger Häfen angefahren, werden die Nachläufe in bestimmte Regionen teurer. Eindeutig schlechtere Bedingungen, doch aktuell – ähnlich wie zum Ende der vorherigen Krise – sitzen die Reedereien am längeren Hebel. Wer seine Ware transportieren will, muss eben mehr zahlen. Importeure müssen neben der Ratenerhöhung auch die Verschlechterung des Services hinnehmen: Da weniger Ladekapazität zur Verfügung steht, muss häufiger umgeladen werden, dies erhöht auch das Risiko von Beschädigung und führt zu weiteren Verspätungen. Diese komplexen Folgen bekommen alle Importeure zu spüren, denn die meisten kalkulieren auf der Basis von Seefracht. Fakt ist, dass nur mit Seefracht ein derart großes Frachtvolumen weltweit transportiert werden kann. Die Luft-

frachtverladung wird hier aufgrund von Kosten und Kapazitäten – aber sicher auch aus umweltpolitischen Gründen – niemals eine wirkliche Alternative darstellen. Die Prozesse in der Logistik sind heute so sensibel, die Folgen bei Verzögerungen häufig existenzgefährdend, sodass das vorrangige Ziel doch immer der zuverlässige Containertransport sein muss. Aus diesem Grunde sollten Reedereien, Investoren und Verlager dringend ihre Anforderungen und Interessen überdenken. Die eigentliche Forderung und das Ergebnis partnerschaftlicher Gespräche müsste lauten: verlässliche Schiffsabfahrten nach Bedarf, flexibler Service, schnelle Verbindungen zwischen den weltweiten Handelszentren und eine vernünftige Preispolitik. Nur so lässt sich die augenblickliche Situation rasch entspannen.

ERFAHRENER SPEDITEUR HILFT WEITER

Das Ziel könnte man so auf den Punkt bringen: kürzeste Handlingzeiten in den Häfen, minimale Reisezeiten – alles mit dem Ziel, Zeit für die Realisierung der Seefracht zu gewinnen und letztlich die teuren Varianten wie Sea/Air über Dubai oder auch

Luftfracht bestmöglich zu vermeiden. Entsprechend steht der Spediteur nun vor der Herausforderung, ein vernünftiges Gleichgewicht von Serviceangebot und Kosten herzustellen und damit dem Importeur einen hilfreichen, zuverlässigen LCL-Service zu bieten. Erfahrungen zeigen, dass ein gut organisierter Seefrachttransport häufig die ideale Lösung ist. Ziel muss es dabei immer sein, die Laufzeiten für alle Transportabläufe so minimal wie möglich zu gestalten. Wichtig sind dabei Bausteine wie

- die unbedingte Vermeidung von Extrakosten durch Luftfracht oder dem Sea-Air-Service;
- das komplette Exporthandling am Verladeort flexibel und binnen drei bis vier Tagen auszuführen;
- die kürzeste Seereise vom Verlade- zum Bestimmungshafen auszuwählen;
- die Importverzollung im Bestimmungshafen und letztlich auch der Nachlauf bis

zum eigentlichen Zielort z. B. innerhalb von nur etwa zwei Tagen zu ermöglichen;

- die Vermeidung unnötiger Extrakosten wie „China Import Service Fee“ und anderer undurchsichtiger Übergabespesen.

Für Importeure ist deshalb der flexible und erfahrene Spediteur ein wichtiger Partner. Mit guter und persönlicher Beratung, idenreich und schnell wird hier im Einzelfall nach Express-Lösungen gesucht. Alles immer mit Blick auf eine doch noch funktionierende und wirtschaftlich notwendige Seefrachtverladung. In einer Situation, wie wir sie momentan erleben, ist die Gefahr groß, dass Importeure aus Termingründen auf den teureren Sea-Air-Service oder gar auf Luftfracht ausweichen müssen. Dies sprengt natürlich jede Kalkulation, die auf Seefracht aufbaut, weil Luftfracht im Schnitt rund das 13-Fache kostet. Generell gilt: Bei hohen Preisen und wenig Kapazitäten sollte man rechtzeitig buchen. Wer jetzt

auf einen zuverlässigen Servicepartner in der Logistik bauen kann, ist klar im Vorteil. Die in den Tabellen aufgeführten Laufzeiten könnten im Einzelfall durch beschleunigte Maßnahmen noch verkürzt oder aber durch Veränderungen in der Reisezeit immer auch noch verlängert werden. Die Reisezeit ist dabei stets die feste Größe. Dieser Baustein wird nur durch die Reedereien beeinflusst, deshalb sollte hier unbedingt ein partnerschaftlicher und wirtschaftlich sinnvoller Konsens der Beteiligten gefunden werden.

KOSTEN- UND ZEITSPARENDE LOGISTIK-LÖSUNGEN

Die Importeure der Werbeartikelwirtschaft sehen die Erhöhung der Seefrachtraten nicht unbedingt als Problem. Wie auch unsere Umfrage gezeigt hat, gibt es unterschiedliche Standpunkte zu diesem Thema, die alle einleuchten. Vor allem diejenigen Unternehmen, die große Lagerka-

KOSTEN- UND LAUFZEITENVERGLEICH

50 Kartons, 1 000 kg

Transport ab „fob“ Hongkong bis frei Haus Nürnberg

| | LAUFZEIT 2008 | KOSTEN 2008 | KOSTEN 2012 |
|---|----------------|----------------|--|
| Transport per Luftfracht via Frankfurt | 4 Tage | 3 800 € | 4 100 € |
| Sea-Air-Service via Dubai/Frankfurt | 21 Tage | 2 550 € | 2 800 € |
| LCL-Service Express via Hamburg | 28 Tage | 700 € | 750 € |
| LCL-Standard via Hamburg | 35 Tage | 650 € | 700 € |
| Eine mögliche theoretische Alternative des LCL mit schnellen Schiffen via Süditalien | 23 Tage | 1 300 € | Zurzeit unmöglich, da die Schiffe zu langsam fahren |

Quelle: Cargo SEAL



pazitäten haben, sind weniger von der exakt getimten Logistik abhängig und können langfristig planen. Sie haben auch lange von den niedrigen Transportkosten profitiert. Der erfahrene Importeur weiß zudem um die Instabilität der Preisstrukturen der Seefracht und stellt sich darauf ein, sodass die Raten allein für ihn nicht das große Thema sind. Doch in dem Moment, wenn Seefracht nicht mehr ausreicht oder zu viel Zeit in Anspruch nimmt, ist auch er betroffen. Zuverlässige Seefrachtverladung ist also von besonderer Bedeutung,

- wenn sich beim Lieferanten die Produktion verzögert;
- wenn Container aus Kapazitätsgründen nicht abgefahren werden;
- wenn Schiffe grundsätzlich aus Gründen der Kosteneinsparung (slow steaming) länger fahren müssen;
- wenn die Zeit einmal knapp ist und von Anfang an das Zeitfenster bei gut 30 Tagen liegt.

Dann ist wieder der Spediteur mit kreativen Lösungen gefordert. Erstes Gebot auch hier ist, die Seefracht so schnell wie möglich anzubieten. Denn mit jedem Tag,

mit dem er die Seefracht verkürzt, vermeidet er teure Luftfrachtsendungen bzw. Sea-Air-Verladungen. Für eine Luftfrachtsendung kann man je nach Volumen-/Gewichtsverhältnis 10 bis 20 vergleichbare Seefrachtsendungen verladen. Ein Spediteur, der sein Geschäft versteht, hat gute Kontakte zu den Reedereien und weiß, wie er Zeit und Kosten minimieren kann, zum Beispiel, indem er die schnellsten Schiffe nutzt oder die zuverlässigen Reedereien mit täglichen Abfahrten einbindet. <

WEITERE INFORMATIONEN

Cargo SEAL (Germany) GmbH

Tel.: +49 4105 580 30-14

E-Mail: klaus.dittkrist@cargo-seal.de

www.cargo-seal.de

www.ship-and-truck.de

CARGO SEAL (GERMANY) GMBH

Cargo SEAL ist Spezialist für Im- und Exportlogistik sowohl per See- wie auch Luftfracht. Starke Partner in Fernost und Nordamerika garantieren professionelle, auf persönliche Anforderungen des Kunden zugeschnittene Transportlösungen. Der Schwerpunkt der Verladungen liegt im Import aus China nach Europa sowie in regelmäßigen Im- und Exportverkehren aus den USA und Kanada.

Ein zuverlässiger Partner, der Importeuren die komplette Logistik von Haus zu Haus abnimmt, sowie alle Arten der Zollabfertigung abwickelt. Langjährige Erfahrung, auch in der Zusammenarbeit mit Importeuren der Werbeartikelbranche, sichert Vorteile und minimiert Risiken im Transportgeschäft.

Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen für Importe haben sich in den letzten Jahren stark verändert. Einer der Faktoren, die sich auf das Tagesgeschäft von Importeuren auswirken können, ist der Preis für Containertransporte, der in den letzten Monaten wieder um ein Vielfaches gestiegen ist. Marktbedingte, normale Schwankungen oder eine problematische Entwicklung, die unter Umständen zu Preiserhöhungen führt? Einige Gedanken hierzu aus der Branche.



»Der Markt wird das Problem lösen«

Rolf Daiber, Gustav Daiber GmbH



Die Erhöhung der Seefrachtraten ist ein wichtiges Thema. Allerdings haben sich die Rahmenbedingungen für Importeure ohnehin in den letzten Jahren verändert: Energie-, Lohn- und Rohstoffkosten sind gestiegen, aber auch höhere Sozial- und Umweltstandards haben zur Kostensteigerung beigetragen. Darauf hat der Markt natürlich reagiert.

AUFGABEN KREATIV GELÖST

Neue Produktions- und Importländer wie Burma sind im Gespräch und werden sich sicherlich langfristig entwickeln. Wir haben gute, langjährige Beziehungen zu den Lieferanten in unseren klassischen Produktionsländern. Diese werden wir weiter pflegen, speziell um unsere Qualitätsstandards zu halten und unseren Kunden weiterhin Produkte in einem optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten zu können. Wir haben jedoch weiter konsequent an der Optimierung von Prozessen sowie der Losgrößen gearbeitet. Wir haben viel erreicht, sodass viele Produkte trotz steigender Kosten preisgleich oder mit moderaten Aufschlägen am Markt verfügbar waren. Die extreme Kostensteigerung der Baumwoll-

le 2011 mussten wir natürlich auch dem Markt weitergeben – wie jeder Textillieferant –, doch konnten wir Anfang 2012 die Produktpreise wieder deutlich senken.

RÜCKKEHR ZU FAIREN PREISEN

Die Transportpreise waren schon immer großen marktbedingten Schwankungen unterworfen. Die Kapazitäten der Logistik sind in den letzten Jahren schneller gewachsen als die Weltwirtschaft. Darum liegen Teile dieser Flotten zurzeit brach und werden bei steigenden Frachtkosten sowie bei wachsendem Frachtvolumen reaktiviert bzw. bei Preisdruck stillgelegt. Die derzeitigen Preise am Markt sind langfristig sicherlich faire Preise für alle Partner in der Kette. Nachdem die Frachtkosten 2011 stark gesunken waren, ist die Erholung auf ein realistisches und auch für Logistiker kostendeckendes Niveau für mich keine Überraschung.

VERSCHIEBUNG DER KOSTEN

Wir gehen fair mit all unseren Partner um. Wir sehen klar ein, dass es ökonomisch betrachtet unrealistisch ist, einen Container aus Asien für 800 US-Dollar nach Europa zu bringen. Bedingt durch die Preis-

situation 2011 sind die Transportzeiten bis zu zwei Wochen länger geworden, da die Schiffe, um Treibstoff zu sparen, deutlich langsamer gefahren sind. Denn 10 Prozent weniger Geschwindigkeit spart 30 Prozent Treibstoff. Daher wurden zusätzliche Luftfrachten in einigen Fällen zwingend, um die Lieferfähigkeit aufrechtzuerhalten. Hierdurch hat sich eine Verschiebung der Kosten ergeben. Die Kosten, die nun wieder durch einen schnelleren Schiffsverkehr entstehen, sind durch weniger Luftfracht gedeckelt. Unternehmer, die am Erhalt der Arbeitsplätze und an einem Deckungsbeitrag für ihr Unternehmen, gepaart mit Kundenservice und Top-Produkten interessiert sind, haben aus meiner Sicht ein großes kreatives Potenzial. Ganz sicher wird man in der kommenden Zeit auch über alternative Lösungen nachdenken, aber eines ist sicher: Der Markt regelt das! <



»Wir haben bislang noch keine Probleme«

Thomas Selter, Gustav Selter GmbH & Co. KG



Bis zum jetzigen Zeitpunkt (Mitte März) haben wir die Verteuerung der Seefrachtraten noch nicht zu spüren bekommen, sodass wir noch keine Probleme mit der Kalkulation haben. Wir haben eher Sorgen, dass die Entwicklungen in Europa und auch in Amerika irgendwann zu Brüchen bei den Wechselkursrelationen führen, die uns dann erhebliche Probleme machen können. Vergessen wir nicht, dass bis zu dem Tag, als Lehman Brothers zusammenbrach, beinahe alle glaubten, es sei alles wunderbar und wir wären jetzt auf dem ewigen Wachstumspfad.

NUR KURZE PREISZUSAGEN

Tatsächlich sehen wir die Entwicklung in China mit einem lachenden und einem weinenden Auge. Die erheblichen Steigerungen der Lohnkosten, getrieben insbesondere von der Automobilindustrie, und die permanenten Preiserhöhungen machen auch uns Probleme. Teilweise bekommt man ja Preiszusagen nur noch für wenige Wochen. Darunter leiden wir auch. Auf der anderen Seite sind wir auch Hersteller von Handarbeitsnadeln, die sich mit den steigenden Einkommen in China dort immer mehr und besser verkaufen lassen.

ALTERNATIVEN FINDEN

Auf allzu große Preissteigerungen reagieren wir mit erhöhter Suchintensität. Wenn also ein Partner die Preise überproportional erhöht, suchen und finden wir meistens

Alternativen, mit denen wir leben können. Allerdings muss man da höllisch aufpassen, dass man nicht irgendwann mit schlechter Qualität bezahlt.

NOTWENDIGE ANPASSUNGEN

China hat nach meinem Dafürhalten viele Jahre künstlich durch eine Unterbewertung der eigenen Währung und durch Subventionen die Preise niedrig gehalten. Das geht jetzt nicht mehr und wir haben jetzt in kurzer Zeit Anpassungen erlebt, die sonst Schritt für Schritt über mehrere Jahre passieren. Das wird so weitergehen, wie es früher mal in Japan gegangen ist und danach in Taiwan.

PREISE MÜSSEN LANGFRISTIG STEIGEN

Aber ich denke auch, unsere Kunden werden akzeptieren, dass die Preise irgendwann einmal steigen, zumal sie immer noch ein Niveau haben, das man als verblüffend niedrig bezeichnen muss. Und wenn China immer teurer wird, wird man auch nach Alternativen suchen wie Vietnam oder vielleicht sogar einmal afrikanische Länder, obwohl das heute noch kaum vorstellbar ist. Und irgendwann ist die ganze Welt industrialisiert und hat ein einigermaßen angeglichenes Lohnniveau – und das hat ja auch eine Menge Gutes für die Menschen und eröffnet natürlich Absatzgebiete für westliche Ware.

»Für uns kein echtes Problem«

Meinhard Mombauer, LM Accessoires



Aus der Sicht unseres Unternehmens ist die aktuelle Frachtraten-Erhöhung kein wirkliches Problem. Denn nach der letzten spürbaren Preiserhöhung im April 2010 und einer darauf folgenden Phase, die von Dumpingpreisen gekennzeichnet war, sehe ich momentan eher eine Rückkehr zum Marktpreis. Die Anhebungen auf ein realistisches Preisniveau waren unserer Ansicht nach unumgänglich. Da wir ein großes Lagervolumen besitzen, tangieren uns die Preiserhöhungen auch nur bedingt, zumal auch die Container-Preise nur einen Teil der Frachtkosten ausmachen. Es kommen ja noch die Lkw-Transportkosten ab Hafen hinzu. Zudem realisieren wir auch viele Sonderanfertigungen, die häufig als Stückfracht transportiert werden. Dass die Schiffe in den letzten Monaten langsamer fahren, um Treibstoff zu sparen, bekommen wir allerdings auch zu spüren: So müssen längere Lieferzeiten einkalkuliert werden.



»Frachtratenerhöhungen wirken sich auf Preise und Lieferfähigkeit aus«

Reenald Koch, reeko design



»Frachtraten werden von uns immer hart ausgehandelt«

Martin Koglin, mt products

Die Situation im asiatischen Markt hat sich grundlegend verändert. Besonders hervorzuheben ist die regionale Veränderung durch die Verlagerung der Produktionsstätten von der Küstenregion in das chinesische Hinterland. Nur so konnten die explodierenden Lohnkosten kompensiert werden. Steigende Energiekosten machen sich beim Materialpreis deutlich bemerkbar.

OPTIMIERUNG DURCH WAREN-KONSOLIDIERUNGEN

Die Erhöhung der Frachtpreise ist Bestandteil einer Importkalkulation. Natürlich müssen wir die Preiserhöhungen in unsere Kalkulation mit einbeziehen. Frachtraten werden von uns immer hart ausgehandelt. Wir beziehen mehrere Frachtführer in den Angebotsvergleich mit ein. Zudem optimieren wir unsere Frachtkosten bereits durch Waren-Konsolidierungen unserer Partnerfirma in Fernost.

GEPRÜFTE QUALITÄT WICHTIG

Die europäische Marktanforderung nach geprüfter Qualität macht eine enge Zusammenarbeit mit internationalen Prüfinstituten unerlässlich – für uns eine durchweg positive Entwicklung. Es zeigt, dass nur eine effektive Zusammenarbeit zwischen Importeur und Werbemittelhändler zu einem hochwertigen, hohen Anforderungen gerecht werdenden Produkt führen kann. Positiv ist auch, dass unsere Partnerfabriken die Kosten nicht zu 100 Prozent an uns weitergeben und selbst nach optimierten Produktionsprozessen suchen.

Was wir im Moment erleben, sind die Auswirkungen der fast oligopolistisch zu nennenden Organisation des Seetransports: Die fünf größten Reedereien beherrschen den Markt und beeinflussen die Kapazitäten, Laufzeiten sowie die Preise. Innerhalb dieser Kreise herrscht praktisch kein Wettbewerb. Dass die Frachtraten nun so extrem gestiegen sind, ist ein nervendes Thema, das immer mal wieder kommt. Tatsächlich belasten die Frachtratenerhöhungen die insgesamt schwieriger gewordenen Importbedingungen noch zusätzlich: Die Steigerung der Lohnkosten in China um rund 15 Prozent in den letzten zwei Jahren, verschärfte Auflagen seitens der EU, Kosten für Social Compliance, Umwelt- und Produktsicherheitsanforderungen, Erhöhung der Rohstoff- und Energiepreise – dies alles hat zur Verteuerung der Importe um rund 30 Prozent geführt. Verteuern sich jetzt zusätzlich die Transporte, verschärft das die Situation weiter. Irgendwann werden wir die Preise weiter anpassen müssen. Von der Seefrachtratenerhöhung ist nicht nur das Preisgefüge betroffen, sondern auch

die Lieferfähigkeit, was vor allem bei Sonderanfertigungen zum Tragen kommt. Denn es fahren zurzeit nicht nur weniger Schiffe, sie fahren auch langsamer. All dies führt dazu, dass man China als Beschaffungsmarkt wieder einmal in Frage stellen sollte, denn auf dem geschilderten Hintergrund wird „made in Europe“ durchaus wieder interessant – hinsichtlich Preis, Schnelligkeit und auch Qualität. Wir beobachten schon seit Längerem, dass das Geschäft auch für den Händler schwieriger wird, da der Industriekunde zunehmend Ware mit Prüfberichten fordert. Jedenfalls gilt mehr denn je, dass er am besten fährt, wenn er sich in Sachen Qualitätsmanagement auf einen erfahrenen Importeur verlässt. Was wir im Tagesgeschäft konkret tun: Wir führen Preisverhandlungen und versuchen, möglichst viel Ware zu konsolidieren, also die Sendungen schon vor Ort in der Produktionsstätte zu bündeln. Damit kann man, wenn man geschickt ist, schon einiges einsparen. <

PREISWAHRNEHMUNG**AUF PREISERHÖHUNGEN REAGIEREN DEUTSCHE SENSIBEL**

Im internationalen Vergleich gelten deutsche Verbraucher als besonders preissensibel. Das geht aus einer aktuellen Studie des Beratungsunternehmens OC&C Strategy Consultants hervor, die die Preisposition und -wahrnehmung von 270 führenden Händlern aus sechs Ländern und Branchen untersuchte. Demnach reagieren deutsche Konsumenten auf eine Preiserhöhung nicht selten mit einem Wechsel der Einkaufsstätte. Laut Untersuchung würden 27 Prozent einen günstigeren Wettbewerber aufsuchen. Weitere 29



Prozent bleiben zwar dem Händler treu, greifen jedoch zu einem billigeren Produkt. In Deutschland ist eine kluge Preisstrategie daher von besonderer Bedeutung. Insgesamt flossen mehr als 130.000 Verbraucherbeurteilungen in die Auswertung ein.

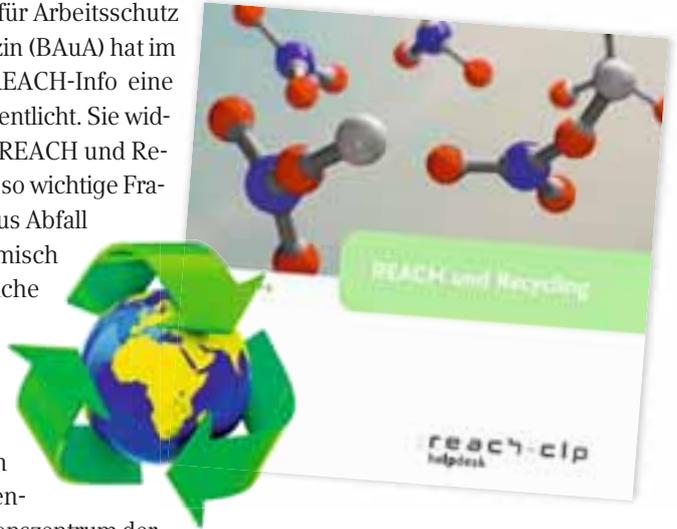
IHK-RATGEBER**KOOPERATIONEN ERFOLGREICH AUFBAUEN**

Speziell für Unternehmen, die über eine Kooperation nachdenken, hat die IHK München einen Leitfaden veröffentlicht. Er zeigt Erfolgsfaktoren und Stolpersteine auf und unterstützt beim Aufbau einer Kooperation mit zahlreichen Checklisten und Tipps. Der Ratgeber steht auf der Website der IHK zum Download bereit. www.muenchen.ihk.de

**REACH UND RECYCLING****NEUE BROSCHÜRE INFORMIERT**

Die Bundesanstalt für Arbeitsschutz und Arbeitsmedizin (BAuA) hat im Rahmen der Reihe REACH-Info eine neue Broschüre veröffentlicht. Sie widmet sich dem Thema REACH und Recycling und behandelt so wichtige Fragen wie: Wann wird aus Abfall wieder ein Stoff, Gemisch oder Erzeugnis? Welche Pflichten haben Recycling-Unternehmen im Rahmen von REACH? Die Informationsbroschüre kann in kleinen Mengen kostenlos über das Informationszentrum der

BAuA telefonisch: 0231 9071-2071, per Fax: 0231 9071-2070 oder E-Mail: info-zentrum@baua.bund.de bezogen werden. Zudem gibt es eine Version im PDF-Format zum Herunterladen auf www.baua.de/publikationen.

**WERBEFORMEN****BESTNOTEN FÜR PERSÖNLICHE EMPFEHLUNGEN**

Die Mundpropaganda genießt großes Vertrauen. Weltweit verlassen sich Verbraucher am liebsten auf Empfehlungen von Bekannten. Das zeigt eine aktuelle Nielsen-Studie, für die 28.000 Internet-User in 56 Ländern Auskunft gaben. Demnach vertrauen 70 Prozent der Befragten weltweit den Empfehlungen und Tipps von Freunden und Bekannten, in Deutschland sind es 88 Prozent. Daneben genießt die klassische



Werbung ein hohes Ansehen: Werbeformen wie TV- und Radiospots, Anzeigen und Außenwerbung vertraut knapp die Hälfte der Befragten weltweit, in Deutschland ist es rund ein Viertel. In klassische Werbung fließen weltweit auch die meisten Gelder: Der Studie zufolge stiegen die Spendings im Jahr 2011 weltweit um sieben Prozent im Vergleich zum Vorjahr. „Aufgrund ihrer unvergleichlich hohen Reichweite wird klassische Werbung auch in Zukunft eine primäre Methode bleiben, wie Unternehmen ihre Zielgruppen erreichen“, kommentiert Björn Sprung, Director von NM Incite, die Ergebnisse. Unternehmen sollten aber zusätzlich nach Wegen suchen, um mit Verbrauchern in den Dialog treten zu können. Laut Studie können gute Marken-Websites und E-Mail-Newsletter zu einer erfolgreichen Werbestrategie beitragen. Auch sie genießen großes Vertrauen. Zudem wird die Relevanz dieser Werbeformen im Kaufentscheidungsprozess vergleichsweise hoch bewertet, da die Konsumenten hier aktiv auf der Suche nach Informationen gehen können.

Mal wieder kein Kleingeld dabei?



MagCoin[®]
patented



Schlüsselanhänger mit integriertem Einkaufswagen-Coin



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

GESUNDHEITS-TIPPS

HOME OFFICE: FIT
IM EIGENEN BÜRO

Viele Menschen arbeiten mittlerweile von zu Hause aus. Eine Entwicklung, die freie Zeiteinteilung ermöglicht und einem den täglichen Stress der Hin- und Rückfahrt zum Büro erspart. Der TÜV Rheinland gibt nützliche Gesundheitstipps für die Arbeit im Home Office. Besondere Aufmerksamkeit schenkt die Institution den Ergonomie-Anforderungen am Arbeitsplatz: „Viele Menschen tendieren inzwischen dazu, im heimischen Büro ausschließlich ein Notebook zu benutzen. Dabei sind die Geräte ergonomisch nicht



für die Arbeit über einen längeren Zeitraum geeignet“, sagt Werner Lüth, Fachmann für Arbeitssicherheit bei TÜV Rheinland. Das Problem: Wegen der tiefen Position des Bildschirms neigen viele Menschen den Kopf nach vorne. Ein überstreckter Nacken und Muskelverspannungen sind die Folge. Arbeitenden, die nicht auf ihr Notebook verzichten wollen, rät Werner Lüth, das Büro in den eigenen vier Wänden um externe Geräte wie Monitor, Tastatur und Maus zu erweitern. Doch selbst wer diesen Rat beherzigt, sitzt am heimischen Bildschirm nicht zwangsläufig gesund. Auch ein zu hoch angebrachter Monitor kann unangenehme Folgen haben. „Wer lange nach oben blickt, schadet seinen Augen, da so die Befeuchtung per Lid-schlag erschwert wird“, erklärt Gesundheitsexpertin Dr. Ulrike Roth von TÜV Rheinland. Die Oberkante des Monitors sollte sich deshalb auf einer Höhe mit den Augen befinden. Weitere Gesundheitstipps für die Arbeit in den eigenen vier Wänden erhalten Sie unter www.tuv.com. <

DIALOGMARKETING

BEDRUCKTE KUVERTS PUNKTEN

Bedruckte Briefumschläge fallen positiv auf und werden gerne geöffnet. Das hat eine aktuelle Studie von Nielsen Media Research ergeben. Das Marktforschungsunternehmen untersuchte anhand eines Real-Tests die Werbewirkung unterschiedlicher Direct-Mail-Varianten. Laut der Untersuchung konnten sich 31,8 Prozent der Befragten an Werbung erinnern, die per Post ins Haus geflattert kam. Am besten schnitt mit einer Erinnerungsrate von 38,3 Prozent der „Wrapper“ ab, eine Werbeform, die in erster Linie in den USA versendet wird. Danach folgte der bedruckte Briefumschlag mit 35,8 Prozent. Die bedruckten Kuverts punkteten zu-



dem mit einer hohen Lesebereitschaft: 84,5 Prozent der Befragten öffneten sie, um den Inhalt zu lesen. Haupttreiber für die positive Bewertung ist die Hochwertigkeit, die dieser Direct-Mail-Variante von den Befragten zugeschrieben wird. Die E-Mail schnitt im Vergleich zu den anderen Dialogvarianten weitaus schlechter ab. Lediglich jeder 20. Empfänger konnte sich an die digitale Post erinnern. Weitere Ergebnisse der Studie erhalten Sie unter www.nielsen.com <

BUTTON-LÖSUNG

NEUE HINWEISE FÜR ONLINE-SHOP-BETREIBER



Ein neues Bundesgesetz regelt die Beschriftung von Kaufen-Buttons in Online-Shops. Damit der Verkäufer im Zweifelsfall seinen Anspruch auf Zahlung nicht verliert, müssen Kaufen-Buttons von nun an eindeutig beschriftet sein. Mit klaren Formulierungen haben Online-Shop-Betreiber ihre Kunden darauf hinzuweisen, dass sie die Bestellung bestätigen und sich damit zur Zahlung verpflichten. Somit müssen Kaufen-Buttons nun zumindest eine Formulierung wie „Jetzt kaufen“ oder „Zahlungspflichtig bestellen“ enthalten. Das Gesetz soll vor allem Verbraucher vor Abo- und Kostenfallen im Internet schützen. Den Entwurf des Gesetzes können Sie von www.bundestag.de herunterladen. <

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

QR-him



ECKENFELDER!
Kalender und mehr...

www.eckenfelder.de



SCHREIBEN UND BÜRO TÄGLICH ZUR HAND

Sie sind im Arbeitsleben täglich zur Hand – und damit auch täglich im Blick: Büroaccessoires und Schreibgeräte. Letztere zählen auch im privaten Umfeld zu den ständigen Begleitern. Auf der Beliebtheitsskala liegen sie bei ihren Empfängern nach wie vor ganz vorne.

Der deutsche Soziologe Niklas Luhmann prägte den Ausspruch: „Ohne zu schreiben, kann man nicht denken.“ Es ist nur eines von vielen klugen Bonmots zum Thema Schreiben, welches trotz aller Digitalisierung unserer Kommunikationsgewohnheiten weiterhin seinen festen Platz im Alltagsleben hat. Egal wo wir sind, ein Schreibgerät wird immer gebraucht und ist auch meistens zur Hand. Damit zählt es zur immer noch unangefochtenen Nummer eins als allseits beliebter Multiplikator von Logo oder Werbebotschaft. Doch Schreibgerät ist nicht gleich Schreibgerät. Die Spanne der Wertigkeit reicht vom Streuartikel im Cent-Bereich über das mittlere Segment bis hin zum Luxusschreiber. Schätzungen zufolge kommen monatlich etwa 300 neue Schreibgerätemodelle auf den Markt. Kugelschreiber, die schon nach kurzem Gebrauch zu schmierigen beginnen oder sich in ihre Einzelteile auflösen, sind schlecht fürs Image des werbenden Unternehmens. Auch hier ist ein Umdenken zu besseren Qualitäten in vollem Gange. Designorientierte Details, Zusatznutzen, Kombinationen mit weiteren Produkten werten auf und werben gezielter. Das gilt gleichermaßen für weitere Büroartikel. <

VOLL IM TREND

Bonusstempel haben sich als Werbemittel längst einen festen Platz in der Geschäftswelt erobert, lassen sich damit doch Kunden langfristig binden. Das Glücksgefühl, ein Schnäppchen gemacht zu haben, macht jeden Kunden zufrieden und er kommt wieder. Diesen Trend hat auch das Traditionsunternehmen heri aufgegriffen und die Produktreihe Bonus Stempel neu entwickelt. Zu haben sind die Produkte in verschiedenen Formen und Größen, auch bei der Gehäusefarbe steht eine große Auswahl zur Verfügung. Ein rundum bis ins Detail gelungenes Werkzeug, das von Profis für den anspruchsvollen Anwender konzipiert wurde.

41016 • heri Geräte-Produktions-GmbH • Tel +49 7725 93930
vertrieb@heri.de • www.heri.de • www.rigoni.com



STANDFEST AUS HOLZ

E+m Holzprodukte präsentiert Stand-Up aus der Serie Simplex, ein besonderes Schreibgerät aus feinsten Naturmaterialien. Mit geradem, bleistiftähnlichem Schaft ist Stand-Up erhältlich in den Farben Wildkirsche oder Schwarz. Beide Varianten sind aus FSC-zertifizierten Hölzern hergestellt. Bestückt ist das Modell mit einer auswechselbaren, schwarz schreibenden Großraummine. Alternativ ist ein baugleicher Bleistift mit einer Grafitmine mit Drehmechanik erhältlich. Der kubische Block bietet eine große Werbefläche für besonders edle Lasergravuren oder eine Bedruckung nach Kundenwunsch.

42200 • e+m Holzprodukte GmbH • Tel +49 9181 297575
info@em-holzprodukte.de • www.em-holzprodukte.de



-Anzeige-



Büroartikel
so individuell wie Ihre Kunden!

siplast.de

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



PUNCH ME!

Unter diesem Namen liefert Troika eine Mini-Boxbirne für den Schreibtisch. Innen befindet sich ein Magnet, der Büroklammern sicher in Griffweite bereithält. Wie beim großen Original auch besteht die Birne aus echtem Leder, auch die Metallfeder ist dem Trainingsgerät der Boxer nachempfunden. Die Größe wird von Troika mit 50 x 120 Millimeter angegeben, das Gewicht mit 122 Gramm. Zum Lieferumfang gehören fünf Büroklammern.

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

NOCH ATTRAKTIVER MIT DIGITALDRUCK

Beliebte Klassiker wie den Marker Stabilo Boss original, das Pendel Stabilo Boss tumbler sowie den Stabilo Boss Mini bietet Schwan-Stabilo aus Heroldsberg ab sofort individualisiert in 4c-Digitaldruck an. Damit vermittelt das Unternehmen noch attraktivere Werbebotschaften und Bildmotive in Fotoqualität mit Verläufen und feinen Strichstärken, womit das Werbemittel besonders aufgewertet wird und bleibenden Eindruck hinterlässt.

43287 • Schwan-Stabilo Promotion Products GmbH & Co. KG • Tel +49 911 5673455
service@stabilo-promotion.com • www.stabilo-promotion.com



PERFEKTES MULTITASKING

Auf der 50. PSI Messe in Düsseldorf wurden erfolgreich vorgestellt: die neuen Paper-Multitasking-Notizbücher, entwickelt von Prodir zur Erweiterung des bestehenden Angebotes an Printmedien. Eine neue und einzigartige Notizbuchfamilie, elegant, handlich und vor allem vielseitig, da sie gleichzeitig mehrere Aufgaben erfüllt. Endlich können berufliche und private Termine in einem einzigen, im Innenteil separierten Notizbuch zusammengeführt werden. Die Vereinigung wird durch das praktische Gummiband symbolisiert. Drei verfügbare Formate decken jeden Bedarf: Extra Small (10 x 15 Zentimeter), Medium (15 x 21 Zentimeter) und Large (20 x 26 Zentimeter). Die Buchdeckel stehen in elf verschiedenen Farben zur Verfügung. Neben Größe und Farbe bietet Prodir weitere Auswahlmöglichkeiten an. So können die 40 Innenseiten liniert, kariert, blanko oder auf Anfrage auch persönlich gestaltet geliefert werden. Außerdem stehen drei unterschiedlich konzipierte Hauptmodelle zur Verfügung. Und das Ganze schon ab einer Bestellmenge von 500 Stück.

43417 • Prodir GmbH • Tel +49 6762 40690
sales@prodir.de • www.prodir.com

-Anzeige-





elementar

Super Promotional Pens



ALL YOUR PEN

STILOLINEA





NUR KAFFEE KOCHEN KANN ER NICHT

Vermutlich kennt jeder Besitzer eines Handys mit Touchscreen das Problem: Man vertippt sich ständig. Die Finger sind zu groß oder die Tasten zu klein. Der Powerpen iT05 des Herstellers dynaTron verschafft hierbei Abhilfe und integriert noch dazu drei weitere nützliche Funktionen, nämlich einen Touchpen mit Kugelschreiber, Laserpointer und LED-Taschenlampe. Lieferbar ist dieser praktische Begleiter in Schwarz oder Silber und verpackt in einer Geschenkebox. Eine Werbeanbringung erfolgt per Druck oder Lasergravur.

46241 • dynaTron Electronics GmbH & Co. KG • Tel +49 2161 9958 13

info@dynatron.de • www.dynatron.de

BALKONIEN AUF DEM SCHREIBTISCH

Mit modernem Design, edler Alu-Optik und langanhaltendem Wachstum sorgt der Minibalkonkasten Pflanzkultur des Herstellers emotion factory GmbH für glänzende Werbeerfolge. Jeder Schreibtisch und jede Empfangstheke wird somit schnell zur grünen Oase und schafft zu jeder Jahreszeit ein behagliches Ambiente zum Wohlfühlen. In der versiegelten Aluschale mit Aufreißdeckel befindet sich ein Pflanzsubstrat mit Sonnenblumen- oder Kräutersamenmischung. Um die Schale herum wirbt die Papierbanderole mit einer individuellen Botschaft. Im Digitaldruck bereits ab 250 Stück lieferbar.

45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 81550

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



GUT AUFGESTELLT

Auch im Zeitalter von elektronischen Informationen zählen Printmedien immer noch zu den wichtigsten Kommunikationsmitteln. Die E & H GmbH hat ein komplettes Sortiment an Aufstellern im Angebot, mit denen sich Magazine, Zeitungen, Flyer oder Bücher clever in Szene setzen lassen. Und nicht nur das, die Ordnungshelfer sorgen dafür, dass zum Beispiel im Büro oder im Wartezimmer die Medien immer akkurat aufbewahrt werden. Weitere Angebote von E & H finden sich in den Internetportalen www.eh-heimspiel.de (Fanartikel) und www.eh-acrylshop.de (Acrylartikel).

47632 • E&H Design Kunststoffverarbeitungs GmbH • Tel +49 6732 93260

info@eh-design.de • www.eh-design.de

**Für Kreative:
adNOTES mit Smart cut**



Smart cut I
Schriftzugstanzung

Smart cut Stanztechnologie =
feine Konturen und ausgestanzte Formen
für Haftnotizen in neuer Dimension



Smart cut II
Motivausstanzung im Block
mit 1-Cent-Münze gefüllt



UP SI
0-0096 SI

UP transparent SI
0-0096 T-SI

www.uma-pen.com
uma Schreibgeräte
Ullmann GmbH
Fritz-Ullmann-Weg 3
D-77716 Fischerbach



EXZELLENTES SCHREIBGEFÜHL

Der Schreibgerätehersteller Nespén präsentiert die neuen Modelle Caprice und Progress. In ihrem schlanken und eleganten Design zeigen sich diese Kugelschreiber aus der Serie Slim Line in ansprechender Optik. Die Griffspitze gewährleistet stets sicheren Halt und entspricht ergonomischen Ansprüchen. Aus Metall gefertigt werden Caprice und Progress in verschiedenen Oberflächen angeboten, verchromt oder lackiert. Individuelles Branding ist durch Druck oder Lasergravur möglich, dazu gibt es ein schönes Geschenkset.

40608 • Max Nespén GmbH & Co. KG • Tel +49 7231 92070
info@nespen.de • www.nespen.de

STANDFESTER STIFT

Der Stiftständer Leggy von Inspirion hält, was er verspricht. Für einen sicheren Halt sorgen zwei Standfüße, die sich mit Klebepads befestigen lassen. Der schwarz schreibende Kugelschreiber ist mit einem elastischen Spiralkabelband vor dem Verschwinden gesichert. Leggy macht auf allen Tischen und Theken in öffentlichen Bereichen eine gute Figur und ist in den Farben Blau, Rot und Orange lieferbar. Zudem bietet das funktionale Office-Accessoire auf der runden Front eine schöne Werbefläche.

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



PASST IN JEDE TASCHE

Wer kennt das nicht: Man muss mal eben schnell etwas notieren, hat aber weder Zettel noch Schreibgerät zur Hand. Mit dem Notizblock von Lainas ist das Dilemma beendet, denn in dem Semi-Hardcover-Umschlag verbergen sich 50 Blatt Haftnotizen 9 x 6,5 Zentimeter und ein Fach für Visitenkarten oder die Kreditkarte. Ein Bleistift wird ganz einfach an der Scharnierseite deponiert. Das Produkt in der Abmessung 10 x 7 Zentimeter passt in jede Tasche und eignet sich bestens als Werbeträger.

47361 • D. Lainas & Co. S.A. • Tel +30 210 2510115
dimitris@lainasprinting.gr • www.lainasprinting.gr





GROSSE KLAPPE, VIEL STAURAUUM

Manchmal braucht man einfach mehr Platz in der Tasche, etwa, wenn man nach dem Büro noch schnell zum Einkaufen fährt. Damit man trotzdem keinen riesigen Beutel mit sich herumtragen muss, hat sich der Werbetaschen-Spezialist Halfar eine besonders smarte Lösung einfallen lassen: die Umhängetasche Matrix. Auf den ersten Blick handelt es sich dabei um eine lässige, urbane Tasche. Doch einmal ausgeklappt wird sie zum wahren Platzwunder. Denn der Überschlag der Tasche offenbart sich als nutzbarer Stauraum. So vergrößert sich die in cool glänzendem Schwarz oder sportlichem Marine erhältliche Tasche kurzerhand um fast das Doppelte.

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

-Anzeige-



Imageträger Essential



Made in Germany



Schneider Schreib's auf

Kugelschreiber Essential. Unsere Markenqualität für Ihre Qualitätsmarke.
Anfragen an: viw@schneiderpen.de
www.schneiderpen-promotion.com



SCHÖN VERHÜLLT

Ob für eine zündende Idee oder schnelle Notizen, ein Kugelschreiber im attraktiven Etui ist immer willkommen. Die Entwicklung, Herstellung und Lieferung solch edler Hüllen ist das Spezialgebiet der Lederfabrik Garnier GmbH. Hier werden zahllose Materialien verarbeitet, vom erlesenen Rindleder über bestes Spaltleder bis zum preisgünstigen Hightech-Kunstleder oder Recyclingleder (Lederfaserstoff). Auch die Kolorierung unterliegt (fast) keiner Einschränkung. Die Anbringung einer Werbung erfolgt mittels Druck oder Prägung.

42592 • Lederfabrik Garnier GmbH • Tel +49 6175 7982710
info@lederfabrik-garnier.de • www.lederfabrik-garnier.de



UNSTERBLICHER KLASSIKER

Die Schreibtischleuchte mit dem klangvollen Namen Tolomeo Tavolo der Firma Lehoff ist ein absoluter Klassiker und bietet ideales Licht für einen großen Arbeitsbereich. Die Leuchte aus Aluminium ist an Kopf und Arm individuell ausrichtbar und wird praktischerweise mit Glühlampen bestückt. Somit macht die praktische Arbeitsleuchte überall eine gute Figur.

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



FUNKTIONALITÄT KÜSST DESIGN

Das neue Notizbuch aus dem Hause Geiger füllt eine Lücke zwischen dem bewährten Note-Book – das als B2B-Werbeartikel Standards gesetzt hat – und den schwarzen Klassikern mit cremefarbenem Papier. Die neue Mischung aus Funktionalität und Optik hat der Kalenderhersteller Geiger auf den bezeichnenden Namen Smart Book getauft. Innen besticht das neue Familienmitglied durch mikroperforierte Seiten mit modernem Winkelkaro, Memozetteln und Einstecktasche, außen punktet es durch sein gefälliges Design mit runden Ecken und dem obligatorischen Gummi-Verschlussband. Für Werbungen aller Art bietet das Smart Book eine riesige Fläche.

41615 • Geiger Aktiengesellschaft • Tel +49 6134 1880

info@geiger.ag • www.geiger.ag

-Anzeige-

TOPPOINT®
Gestalten Sie Ihren
eigenen Kugelschreiber

Gütesiegel Evo



Made in Germany



Schneider Schreib's auf

Kugelschreiber Evo. Unsere Markenqualität für Ihre Qualitätsmarke.
Anfragen an: viw@schneiderpen.de
www.schneiderpen-promotion.com



MARKANTE SILHOUETTE

Zwei neue Schreibgeräte gehören zum aktuellen Angebot der Spranz GmbH. Beide fallen durch ihre elegante Optik auf, die durch die markante Griffmanschette geprägt ist. Korpus und Clip sind aus hochwertigem Metall gefertigt. Innen sorgt eine Großraummine mit blau schreibender Tinte von Dokumental für sehr langes Schreibvergnügen. Unter der Artikelnummer 651-00.008 ist eine Ausführung in Silber-Schwarz zu haben, während mit der Nummer 651-00.001 ein Schreibgerät in mattem Schwarz geliefert wird.

41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 984880

info@spranz.de • www.spranz.de

FILIGRANES SCHRIFTBILD

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

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

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



FLEXIBLE FINGERYMNASTIK

Es lässt sich verbiegen, ist sogar wasserdicht und einfach per USB-Steckverbindung an ein Notebook oder den PC anzuschließen: das neue, in vielen frischen Farben erhältliche USB-Keyboard von Intraco aus den Niederlanden. Damit lässt sich die Computer-Tastatur problemlos überallhin mitnehmen, ist zudem sehr hygienisch da abwaschbar und bietet darüber hinaus eine große Fläche zur werblichen Individualisierung.

43540 • Intraco Trading bv • Tel +31 75 6475420

info@d-vice.info • www.intraco.nl

-Anzeige-

PHILIPS
Philips Promotional Range
NEW
WWW.INTRACO.NL

WELCOME BACK MR. PRESIDENT



WIEDER DA:
DER **PRESIDENT**
VON SENATOR

Handwerkliche Sorgfalt von Senator überzeugt. Persönlichkeit siegt.
Als hochwertiges Geschenk zu besonderen Anlässen unterstreicht der mit handwerklicher Sorgfalt und Erfahrung gefertigte Kolbenfüllhalter die Persönlichkeit des Schreibenden und zeigt die besondere Wertschätzung des Absenders.

Mehr unter: www.senatorglobal.com

senator®

designed to brand



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



FACHMÄNNISCHE AUFBEWAHRUNG

Seine Schreibmappen fertigt Bühring projektbezogen nach Kundenwunsch an. Bei Bovo dreht es sich um eine schlichte, bewusst einfach gehaltene Schreibmappe aus matt genarbttem Vollrindleder ohne Verschluss. Auf Wunsch ist dieses Modell aber auch mit Verschlusslasche oder Reißverschluss produzierbar. Schreibblock und Kugelschreiber sind als Ausstattung zusätzlich wählbar oder können vom Kunden gestellt und konfektioniert werden. Eine Werbeanbringung ist als dezente Blindprägung umsetzbar. Die vorgeschriebene Kennzeichnung gemäß ProdSG kann mittels Aufkleber oder auf dem im großen Steckfach verdeckt eingenähten, textilen Drucketikett erfolgen.

40807 • Bühring GmbH • Tel +49 4154 795400

vertrieb@buehring-shop.com • www.buehring-shop.com

NEUES AUS JERSEY

Dass Schreibgerät nicht immer gleich nur Schreibgerät ist und sich stets in die immer wieder bemühte

selbe Schublade verladen lassen muss, beweist der neue Metallkugelschreiber Jersey von reeko. Das in Silber und Blau erhältliche Schreibgerät ist individuell gestaltet, kompakt und mit gummierter und ergonomisch geformter Griffzone ausgestaltet und unterscheidet sich somit erfrischend von vielen anderen aus dieser Kategorie. Das im Einzelkarton gelieferte Bürounterschiedet sich somit erfrischend von vielen anderen aus dieser Kategorie. Das im Einzelkarton gelieferte Bürounterschiedet sich somit erfrischend von vielen anderen aus dieser Kategorie.

46261 • reeko design GmbH & co. kg • Tel +49 4106 766-0

info@reeko.com • www.reeko.com



JETZT WIRD'S BUNT

Mit dem zweifarbigen Drehkugelschreiber Ethic Pen präsentiert die auf innovative ökologische Werbeartikel spezialisierte eco-promo GmbH einen Drehkugelschreiber, der alle Voraussetzungen für eine lang anhaltende positive Wirkung mitbringt. Der beliebte Schreiber ist nun in fünf weiteren trendigen und auf das Corporate Design abstimmbaren Farben erhältlich, fällt mit seinem eleganten Erscheinungsbild ins Auge und erfüllt gleichzeitig hohe Ansprüche an Ökologie und Qualität, da das Gehäuse zu 100 Prozent aus UK-Recyclingkunststoff besteht. Viel Platz für den Aufdruck von Werbung bietet der kräftige Schaft mit breitem Metallclip in modernem Design. Der Kugelschreiber ist mit einer schwarz schreibenden Mine ausgestattet.

47503 • eco-promo GmbH • Tel +49 9369 9835910

sales@eco-promo.eu • www.eco-promo.de



-Anzeige-





Neu und mutig.

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

ES2





BEDEUTENDE KLEMMBRETT

Die HNC AG bietet Schreibplatten in vielen verschiedenen Ausführungen und in allen Preislagen an. Preisknüller ist die Schreibplatte Superclip, die selbst auf der Klemme eine große Werbefläche bietet. Bei Bedarf kann auch das Board individuell vorn und hinten bedruckt werden. Dieses Modell ist in vielen Standardfarben sowie auf Wunsch auch in Sonderfarben umsetzbar. Da die Ware komplett in Deutschland produziert und bei HNC bedruckt wird, ist für überaus kurze Lieferzeiten inklusive Druck oder auch Gravur gesorgt. Für Anspruchsvolle steht beispielsweise die edle, hochstabile Schreibplatte Elegance A4 mit integriertem, herausnehmbarem Rechner bereit, gefertigt aus hochwertigem Aluminium und lieferbar entweder mit einer schlichten Aluminiumklemme oder mit einer Rechnerklemme. Für die Arbeit in dunkler Umgebung bieten die Weidener zudem noch ein Lichtschreibbrett mit eingebauter LED-Leuchte.

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

ORIGINELLER REISEBEGLEITER

Das Zwei-in-eins-Pocket-Spray des Herstellers Kundenpflege sieht nicht nur aus wie ein Stift, sondern birgt auch noch einen. Der Stift enthält auf der einen Seite einen Kugelschreiber und auf der anderen fünf Milliliter Handdesinfektion für die sichere Hygiene auf Reisen, in der Freizeit oder zu Hause. Durch die Form und den Clip am Deckel passt dieser exklusive und originelle Artikel in jede Jacken- oder Hemdtasche und ist somit jederzeit griffbereit.

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



WERBLICHES DREHKREUZ

In vielen modernen Büros ist ein Multifunktionstelefon Standard – und damit eine Anlage mit einem Hörer, der per Schnur mit der Tastenanlage verbunden ist. Nicht selten ist durch das häufige Annehmen des Gesprächs und Wiederauflegen des Hörers das Kabel verdreht. Ein Problem, dem Intraco mit seinem original Untangler begegnet: Dabei dreht es sich buchstäblich um ein kleines Tool, das zwischen Hörer und Kabel geschaltet wird und ein Verdrehen der Verbindung verhindert. Das Kundenlogo lässt sich zudem per Druck auf den Untangler effektiv in Szene setzen.

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

-Anzeige-





PROFESSIONELLER AUFTRITT

Wer nach einem Notebook sucht, das sich für Werbezwecke hervorragend eignet, sollte im Angebot von Ralev nachsehen. Denn hier findet sich ein hochwertiger Artikel, der beim Beschenken mit Sicherheit nicht in der Schublade verschwindet. Das Ringbuch enthält 70 Blatt, verstaut zwischen zwei stabilen Deckeln aus Pappe, wobei das Frontcover durch eine Schicht aus PVC geschützt ist. Hervorstechendes Merkmal des Artikels ist jedoch die Formprägung auf der Front, die nach Kundenwünschen gestaltet werden kann. Zusätzlich kann eine Werbung aufgedruckt werden, sogar auf jedes einzelne Blatt. Die Größe beträgt 18 x 13 Zentimeter.

47629 • Ralev Ltd • Tel +359 29 507760
 ralevi@ralevi.com • www.ralevi.com

TOPPOINT®

DIE KOMPLETTE TOPPOINT WRITING KOLLEKTION IN EINER BROSCHÜRE*



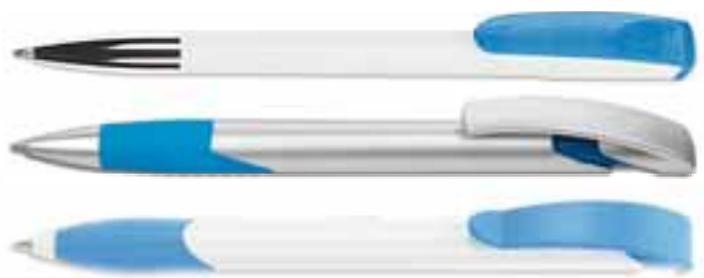
*erhältlich ab KW 25.

NEU: SLIM LINE, MIDI LINE & EPIC LINE

Mit verschiedenen Vorschlägen von Zusammenstellungen diverser Farben bis hin zu einem einzigartigen Toppoint Kugelschreiber. Abgestimmt nach Wunsch und Budget Ihres Kunden.

Erklärungen der Fotodrucktechniken für eine herausragende, trendige Ausstrahlung.

Für mehr Informationen wenden Sie sich gerne an unser Verkaufsteam: karolin.berens@toppoint.com



www.toppoint.com



ZEITLOSE SCHÖNHEIT

Der Kugelschreiber Diamond von Topico ist so schön, dass ihm die Zeit nichts anhaben kann. Im transparenten Mittelteil befinden sich bewegliche Swarovski-Steine, die einen glänzenden Eindruck hinterlassen. Ein weiterer Hingucker ist der Clip im Picoworld-Design. Das hochkarätige Schreibjuwel brilliert nicht nur optisch, auch auf dem Papier überzeugt der Stift durch eine softe Linienführung in blauer Schrift. Diamond wird in schwarzer und weißer Ausführung geliefert.

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

RUBIK LÄSST GRÜSSEN

Die e!xact Internationale Werbemittel GmbH stellt ihre neuen Rubik's Textmarker in originellem Würfel-Design vor, welche an keinem Arbeitsplatz fehlen dürfen. Erhältlich ist der Cube in zwei Varianten (Einer- und Dreier-set) in den Standardfarben Gelb, Grün und Pink. Das Dreier-set wird mit einem Magnet im Stift zusammengehalten. Die Werbeanbringung erfolgt mit individuellem Layout im edlen Digitaldruck.

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



TALKING PENS

Die individuellen Troika-Handschrift-Kugelschreiber mit aussagekräftigem Statement werden aufgrund ihrer besonderen Botschaft zu ganz persönlichen Begleitern. Der Korpus der Schreiber ist aus grün glänzendem Metall. Die spezielle Troika-easyFlow-Mine (made in Germany) sorgt für langes Schreibvergnügen. Geliefert wird der Kugelschreiber in einer schwarzen Metallbox inklusive Ersatzmine.

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

-Anzeige-

TOPPOINT[®]

EXPRESS 24 HOURS & 3 5 8 DAYS

**100% Garantie,
ansonsten kostenlos!**

gilt nur für ausgewiesene Artikel

Schwarzes Original.


reddot
design award
winner 2003



Doppelt gut:

Die patentierte STAEDTLER Box ist nicht nur praktisch, sondern auch preisgekrönt. Einfach aufklappen, aufstellen, losschreiben!

 **STAEDTLER**[®]
PROMOTIONAL PRODUCTS





IMMER ZUR HAND

Ein hochwertiger Organizer wird fast überall gebraucht, sei es auf einer Geschäftsreise, auf Veranstaltungen, Messen, im Büro oder im Handwerksbereich. Im Sortiment von Troika findet sich der Artikel Midnight, wobei es sich um eine exquisite Reisemappe im DIN- A5-Format handelt. Zum Lieferumfang gehören ein Notizblock und der Kugelschreiber Slim. Die schwarze Mappe ist aus dem Materialmix PU/Leder gefertigt. Acht Kartenfächer bieten genügend Platz für Visitenkarten, Ausweise oder Notizen. Letztere lassen sich auch unter der glänzend verchromten Metallklammer deponieren.

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

ORIGINELLER HANDYHALTER

Bei Interall kann ein Handyhalter namens Back Up bestellt werden, der an Originalität kaum zu übertreffen ist. Und so funktioniert er: den Saugknopf aus Silikongummi einfach auf die Rückseite des Handys drücken und schon steht ein idealer Halter zur Verfügung. Werbung lässt sich auf den Button in der Mitte drucken. Der Gummikorpus ist in verschiedenen Farben erhältlich.

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



KÖRBCHEN MIT ZWEIFACHNUTZEN

Bei Multiflower ist unter dem Namen Utensilo ein kleines Körbchen zu haben, das mit oder ohne Inhalt verschenkt werden kann. Zum Beispiel kann die Befüllung aus etwa 80 Gramm leckeren Fruchtbonbons bestehen. Der Clou: Utensilo trägt seinen Namen zu Recht, denn auf dem Schreibtisch macht der Korb als Aufbewahrungsmöglichkeit für Stifte, Notizen, das Handy oder andere Büroartikel eine gute Figur. Auch in anderen Bereichen, beispielsweise im Badezimmer oder in der Küche, leistet der pfiffige Korb gute Dienste.

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



KUGELSURFER

Leichtes und müheloses Schreiben, sofortiger Start und ein farbintensiver Strich blieben lange Zeit offene Wünsche an Kugelschreiber. Schneider hat sich diesem Bedürfnis intensiv gewidmet und die Viscoglide-Technologie entwickelt, die dem Kugelschreiber nun ein Maximum an Nutzen verschafft. Unter dem Namen „Slider – die Kugelsurfer“ ist eine Kugelschreiberreihe entstanden, die keine Wünsche mehr offen lässt. Zu den altbekannten wirtschaftlichen Vorteilen bieten die Slider-Kugelschreiber auch einen leichtfließenden Strich, Schnellstart ohne vorheriges Anreiben und dank einer neuen XB-Spitze eine farbintensive Schrift, welche sehr schnell trocknet und selbst bei anschließendem Markieren wischfest bleibt. Des Weiteren sorgt die ergonomische Form mit gummierter Oberfläche für Griffbarkeit und ermüdungsfreies Schreiben. Das klassische Farbsortiment wurde auf neun Schreibfarben erweitert.

43416 • Schneider Schreibgeräte GmbH • Tel +49 7729 8880
 info@schneiderpen.de • www.schneiderpen.de

-Anzeige-

SHORTY
 MADE IN GERMANY



VICTORINOX



Tools
 with a lasting
 impression

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

MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE



EXZELLENTES DUO

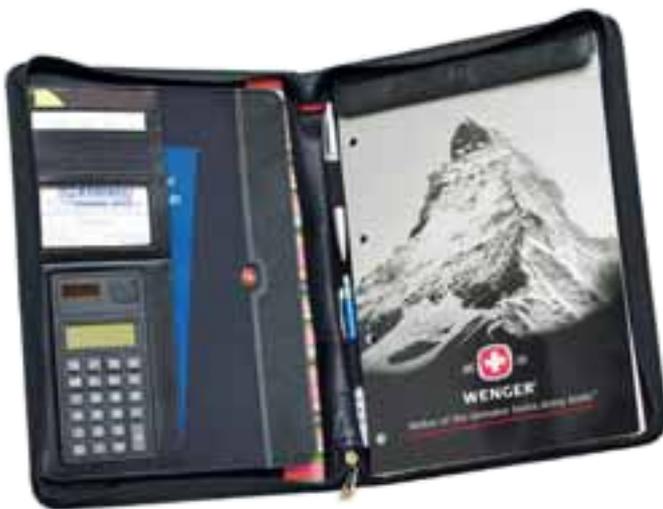
Als Neuentwicklung stellt die Firma Scribo Bleistifte die Duo-Stifte vor, bei denen ein Teil der üblichen Grafitmine durch eine Kugelschreibermine ersetzt wurde. Die Stifte vereinen demnach einen Kugelschreiber und einen Bleistift. Egal womit man schreiben möchte, beides ist durch einfaches Drehen des Stiftes möglich. Natürlich ist der Stift auch als einfacher Kugelschreiber lieferbar. In diesem Fall schließt ein Swarovski-Kristall das obere Ende ab und macht den Kugelschreiber zu einem edlen Schreibgerät. Duo-Stift und Kugelschreiber sind in sechs Holzfarben lieferbar, wobei aufgrund der sichtbaren Holzmaserung (außer bei Schwarz) jeder Stift ein Unikat ist. Selbstverständlich können die Stifte ein- und mehrfarbig bedruckt werden.

46262 • Scribo Bleistifte oHG • Tel +49 9128 727249
info@scribo-bleistifte.de • www.scribo-bleistifte.de

ELEGANZ IM DREIERPACK

Nicht nur im Business, auch im privaten Bereich sorgt das dreiteilige Geschenkset von Jaguar für Aufsehen, besticht es doch aufgrund seines edlen Designs und der ausgesuchten Materialien. Es besteht aus einer Visitenkartenbox aus ökologischem Leder, abgesetzt mit verchromten Metallapplikationen, einem hochwertigen Kugelschreiber und einem Schlüsselhalter, der ebenfalls aus dem Materialmix Leder/Metall besteht. Mit einer Werbebotschaft versehen wird das Set zum idealen Geschenk für jeden Anlass.

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



PERFEKT ORGANISIERT

Hochwertiges Nylon-Gewebe in Schwarz macht die elegante Schreibmappe Rhea des Herstellers Wenger nicht nur bei Frauen besonders beliebt. Die Organizer-Funktion sorgt für Ordnung sowie Komfort und vereinfacht den Alltag, da in der Mappe ein Innen-Reißverschlussfach, zwei Fächer für Visitenkarten, ein Taschenrechner, Halter für zwei Stifte, ein Wenger-DIN- A4-Schreibblock sowie ein Reißverschluss zum sicheren Verschließen von Dokumenten integriert sind. Mit den Maßen 34 x 25 x 5 Zentimeter ist die Mappe ein nützliches Requisite in attraktivem, jedoch nicht zu auffälligem Design. Das rote Schweizer Kreuz am abgerundeten Saum steht für die Wenger-typische kompromisslose Kombination von Qualität und Multifunktionalität.

41898 • Wenger SA Messerfabrik • Tel +41 32 4213900
info@wenger.ch • www.wenger.ch

-Anzeige-

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



IntracoTrading by
www.intraco.nl



EDLER WERBETRÄGER

Wer ein Werbegeschenk sucht, das nicht nur funktionell, sondern zugleich edel und hochwertig ist, wird sicher bei Cermak fündig. Der für seine Qualitätsprodukte bekannte Lieferant exquisiter Laserpresenter und Kleinlampen bietet nämlich den Laserpointer Quattro an, der gleich vier Funktionen aufweist: Laser mit rotem Strahl, LED-Licht, Kugelschreiber und Touchscreen PDA. Das Ganze ist in einem Metallgehäuse untergebracht, das durch sein ausgereiftes Design sofort ins Auge fällt. Werbebotschaften appliziert Cermak per Lasergravur oder Druck auf das Gehäuse.

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

LECKER, LECKER, LECKER ...

Als Beilage zum Kaffee im Büro oder in der Sitzung bietet Magna sweets die Mandel im Werbetütchen an. Einzeln verpackt gibt es diese Leckerei für Feinschmecker wahlweise als Mandelmischung, Kokosmandel oder Sahne-Kakao-Mandel. Die Werbeanbringung erfolgt auf dem einzelnen Tütchen.

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



KLEINES WUNDER

Die Firma Ceotra bietet einen Mini-Beamer an, der es in sich hat. Dank moderner LED-Technik ist das Gerät nicht nur extrem klein, es glänzt auch durch niedrige Folgekosten, da die Beamerlampe extrem langlebig ist (bis zu 20 000 Stunden Betriebszeit, wie der Lieferant angibt). Der Beamer hat USB- und Micro-SD-Slots und einen Klinke-AV-Eingang. Videos, Musik, Bilder oder Textdateien werden in bester Qualität präsentiert. Die Einsatzzwecke sind vielseitig, zum Beispiel Produktpräsentationen im gewerblichen Bereich oder der gemütliche Videoabend zu Hause. Die Maße sind 12,5 x 7 x 12,5 Zentimeter, das Gewicht beträgt nur 460 Gramm.

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

-Anzeige-

TOPPOINT[®]

— EXTRANET —

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

New Mini Mint-it Cube®

World exclusive - designed, created and distributed by Sweet Concepts.

mini mint-it
cube

6 GREAT NEW WAYS TO PROMOTE YOUR BRAND

- 1 photo quality print
- 2 small minimum quantities: from 550
- 3 free printed samples
- 4 fun desktop product
- 5 great tasting sugar free mints
- 6 up to 6 messages

Mini cube size: 30 x 30 x 30mm.
Each cube is filled with approx. 18g
of sugar free mints.



Call now to order your free samples

tel. +44 (0)20 7258 7340 E-mail: sales@sweetconcepts.com Web: www.sweetconcepts.com



Zeit, dass sich was prägt.

RedCypress® Notizbücher haben spezielle Oberflächen für eine beeindruckende und besonders tiefe Prägung. Bieten Sie Ihren Kunden individuelle Notizbücher in höchster Qualität zu fairen Preisen.

Jetzt PSI-Preisliste anfordern und hohe Vertriebsprovisionen sichern!

+++ Notizbücher in bester Qualität +++ Faire Preise mit hohen Vertriebsprovisionen +++ Optimaler Kundenschutz +++ Schnelle und unkomplizierte Abwicklung +++ Individuelle Buchproduktionen +++ u.v.m

REDCYPRESS®
individual notebooks

Hofmannstraße 7a, 81379 München
Telefon: +49 (0)89 41617254-0
E-Mail: info@redcypress.com

www.redcypress.com

Werben mit
TÜV-geprüften
Messern



MARTOR
Solingen

Die Experten für sicheres Schneiden

Messer für Ihren Werbeaufdruck
Werben Sie mit Qualitätsmessern aus Solingen

Handy



Smartcut



- Sicherheits-Kartonöffner mit federbelastetem Klängenrückzug
- Messerkörper kann mit Werbedruck versehen werden
- TÜV-geprüft

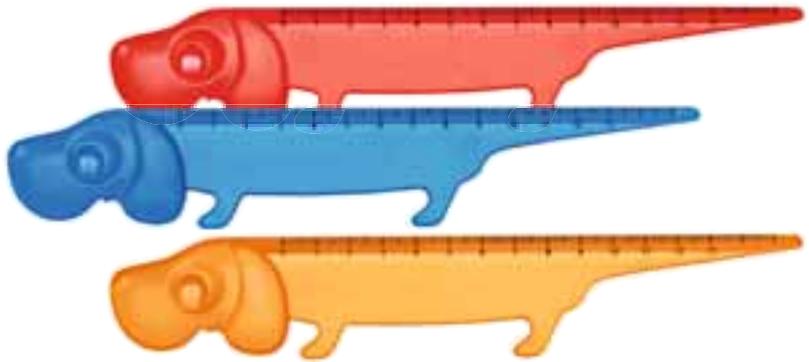
www.martor.de/werbeartikel

MARTOR KG · D - 42648 Solingen
Tel.: +49 212 25805-15 · Fax: -55 · info@martor.de · www.martor.de

EIN DACKEL NIMMT MASS

Der treueste Freund des Menschen ist und bleibt der Hund. Das weiß man auch bei Koziol und deshalb hat man dort ein Lineal in Dackelform kreiert, dem man den schlichten Namen WAU gegeben hat. Der kleine Hund nimmt Maß, sorgt für gerade Linien und öffnet bei Bedarf sogar die Briefpost. Dank seiner kompakten Maße kann er als kleine Aufmerksamkeit im Briefumschlag verschickt werden.

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



MIT TISCHSEGEL ZUM WERBETÖRN

Die klassische, mit Seide umsticker Tischfahne, die lustlos am Ständer baumelt, gehört der Vergangenheit an. Das Thema völlig neu durchdacht und umgesetzt hat das Unternehmen NovaForm. Herausgekommen ist ein Tischsegel, genauer gesagt ein filigraner Edelstahl-Rahmen, der ein Segel perfekt spannt: Das sinus Stand By desktop ist ein Objekt voller Frische, Kraft und Präsenz in einer Optik, mit der sich auch avantgardistische Unternehmen zeigen können und das die Kundenaussage dicht an den Nutzer bringt. Das umlaufende Segel ist beidseitig bedruckbar. Als Einsatzorte eignen sich Großveranstaltungen, Roadshows und Messen ebenso wie Arbeitsplätze mit hohem Kundenzulauf. Flexibel, leicht und mobil lässt sich das sinus Stand By desktop problemlos transportieren. Ausführliche Infos gibt's direkt bei NovaForm.

48530 • NovaForm GmbH CYCLOP Disc • Tel +49 160 8935980
info@cyclip-disc.com • www.novaform.de

BEINDRUCKEND SCHLICHT

Wenn es um Design geht, beeindrucken oft klare Linien und schlichte Konturen, abgerundet durch ausgesuchte Farbnuancen, am meisten. Das ist mit Sicherheit beim Rollerball Pen Orby der Fall, der zum Sortiment von Xindao gehört. Zu haben ist die zeitlose Erscheinung in acht brillanten Farben und das zu einem akzeptablen Preis. Dadurch wird Orby zu einem interessanten Werbeträger.

42771 • Xindao B.V. • Tel +31 70 3199900
h.vanhouten@xindao.nl • www.xindao.nl





FAST WIE IN ALTEN ZEITEN

Wer schon mal versucht hat, mit einem Federkiel zu schreiben, weiß, dass das nicht so einfach ist. Da ist ein Kugelschreiber doch wesentlich komfortabler. Aber elegant sahen die meist von Gänsen stammenden Kiele schon aus, warum also nicht beide Techniken vereinen? Das hat man bei JHI Hackel getan und den Feder-Kugelschreiber ins Programm genommen. Die Feder wird nach Kundenwunsch in Pantone-Farben gestaltet und eine Kugelschreibermine sorgt für das gewohnte Schreibgefühl. Die Mindestbestellmenge wird mit 1000 Stück angegeben. Die Federlänge beträgt 34 Zentimeter, Werbung wird einseitig in einer Größe von etwa fünf Zentimetern aufgedruckt.

48291 • JHI Hackel • Tel +49 621 7481466
 info@j-h-i.com • www.j-h-i.com

-Anzeige-

GRÖßE AUSWAHL AN STANDARDMODELLEN UND FARBEN



Für einfach gute Geschäfte!

Alles eine Frage der Technik

2012 Dezember

| Woche | Montag | Dienstag | Mittwoch | Donnerstag | Freitag | Samstag | Sonntag |
|-------|--------|----------|----------|------------|---------|---------|---------|
| 48. | | | | | | 1 | 2 |
| 49. | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 |
| 50. | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 |
| 51. | 17 | 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 |
| 52. | 24/31 | 25 | 26 | 27 | 28 | 29 | 30 |

Freitag & Ernst

2013 Januar

| Woche | Montag | Dienstag | Mittwoch | Donnerstag | Freitag | Samstag | Sonntag |
|-------|--------|----------|----------|------------|---------|---------|---------|
| 1. | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| 2. | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 |
| 3. | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 |
| 4. | 21 | 22 | 23 | 24 | 25 | 26 | 27 |
| 5. | 28 | 29 | 30 | 31 | | | |

Bauingenieure

2013 Januar KW 1

| Montag | Dienstag | Mittwoch | Donnerstag | Freitag | Samstag |
|--------|----------|----------|------------|---------|---------|
| 31.12. | 01.01. | 02.01. | 03.01. | 04.01. | 05.01. |
| 7:00 | | | | | |
| 8:00 | | | | | |
| 9:00 | | | | | |
| 10:00 | | | | | |
| 11:00 | | | | | |
| 12:00 | | | | | |

Sonntag 06.01.

Architekten

Februar

| Freitag | Dienstag | Mittwoch | Donnerstag | Freitag | Samstag | Sonntag |
|---------|----------|----------|------------|---------|---------|---------|
| | | | | 1 | 2 | 3 |
| 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 11 | 12 | 13 | 14 | 15 | 16 | 17 |
| 18 | 19 | 20 | 21 | 22 | 23 | 24 |
| 25 | 26 | 27 | 28 | | | |

www.freitag-ernst.eu

Montag 31.12.

| | | |
|--------|-------|--------------|
| planer | 7:00 | Team Meeting |
| | 8:00 | |
| | 9:00 | |
| | 10:00 | |
| | 11:00 | |
| | 12:00 | |

Kalenderblock für persönliche Notizen

▲ 3-Monatsplaner mit Notizblock „Chart“ (A65)

Unsere Produkte

- Monatsplaner
- Tischaufsteller
- Schreibunterlagen
- Posterkalender
- Buchkalender
- Taschenkalender
- Tischquerkalender
- Notizbücher

Kaai Kalender GmbH

Senefelderstr. 8
 73760 Ostfildern
 Fon: +49 (0)711 530608-0
 Fax: +49 (0)711 530608-29
 info@kaai-werbekalender.de
 www.kaai-werbekalender.de

FRANZÖSISCHE FINESSE

PF Concept lanciert mit der Balmain Writing Instruments Collection eine exklusive Metall-Schreibgeräte-Serie in verschiedenen Ausführungen im Sektor, gedacht besonders für die weibliche Kundschaft. Die Schreibgeräte namens Margaux, Ancey, Megeve und Montelimar transportieren den Gedanken eleganten französischen Designs von Pierre Balmain. Montelimar ist ein extrem schlank gehaltener Ballpoint-Schreiber, ähnlich designed wie der ebenfalls schlanke Megeve, beide in verschiedenen Farben erhältlich. Ancey gibt es in klassischer Schwarz-Silber-Farbkombination, Margaux in verschiedenen klassischen neutralen Farben. Geliefert wird jeweils in einer Geschenkbox.

40972 • PF Concept International B.V. • Tel +31 71 3328911
weborders@nl.pfconcept.com • www.pfconcept.com



GESCHMACKVOLLE NEUHEIT

Eine wahrhaft geschmackvolle Neuheit aus dem Sortiment von Römer Präsente ist das Geschenkset Büro-Espresso. Darin enthalten sind sechs Tassen und Untertassen sowie sechs Schoko-Kaffeebohnen, die für eine kurze Stärkung im Büro ihre Dienste anbieten. Verstaubt wird das Ganze im auffaltbaren Karton, der sich dafür wunderbar eignet.

43892 • Römer Wein und Sekt GmbH • Tel +49 6541 81290
info@roemer-praesente.de • www.roemer-praesente.de



ASStrein!

Mehr spASSbeiderArbeit gibt's jetzt online! Ab sofort können Sie nicht nur stöbern und spielen, sondern auch Ihre Ideen auf Werbespielkarten simulieren. Schauen Sie doch gleich mal vorbei!



www.spASSbeiderArbeit.com



Spielkartenfabrik Altenburg GmbH
Leipziger Straße 7 · 04600 Altenburg
Tel.: +49 (0)3447 582-0
Fax: +49 (0)3447 582-109



O'Box



Marketing | Konzeption | Design

Ihr Partner für Design, Werbemittelproduktion, Sonderanfertigungen, Direktimport & Fullservice.

Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!



Klein, flach, leicht:
idealer Mailingverstärker
Erstplatzierung inklusive!

*immer
im Blick!*
www.memo-dot.com

memo-dot® Notizhalter dauerhaft am Bildschirm fixiert, ist das Logo und die Werbebotschaft im absoluten Fokus. Praktisch, patentiert & ausgezeichnet.

Wir stellen aus: 20.- 21. Juni 2012

Mailingtage Nürnberg
Halle 4A Stand 202



O-Box GmbH | Ahastraße 9 | 64285 Darmstadt
Tel. +49 6151 1596113 | info@o-box.de | www.o-box.de

Curto Toy MFG Co., LTD

PSI

See your mascot come to life!

- Send us your product and we will create your mascot
 - Custom items tailored to your specifications
 - Stock items shipped within 5-10 working days, imprinted
 - All stock items have no minimums
- E-Mail: curtotoy@aol.com



**CURTO
TOY
MFG. CO., LTD.**

Most stock items are available with imprints for: T-shirts, Mugs, Buttons, Badges, and many more items. Shipped within 5-10 working days.

Curto Toy Mfg. Co., Ltd. does not accept copyright and trademark protection rights of the original designs and the reproduction of any of its designs or trademarks & logos without prior written consent.

Taschenlocher "Sven" - ordentlich werben!

Schüler/Studenten - Übergabe von Unterlagen - mobile Büros - Vertreter etc.



Nikolaus-Otto-Straße 4
59557 Lippstadt - Germany
Tel. +49(0)2941-9880
Fax +49(0)2941-98822
www.plastolan.de
e-mail: mail@plastolan.de

plastolan.
the power of promotion



SCHRIFTLICH UNVERRÜCKBAR FIXIERT

U niplate von artLine Manufacture ist ein praktisches Klemmbrett und sorgt aufgrund seiner Form für einen mühelosen Arbeitseinsatz für Rechts- und Linkshänder gleichermaßen. Getragen wird es auf dem rechten oder linken Unterarm und durch den leichten Druck gegen den Bauch des Anwenders ist eine gute Stabilität während des Einsatzes gegeben, wie sie laut Hersteller übliche A4-Klemmbretter nicht bieten können.

48642 • artLine Manufacture GmbH • Tel +49 7771 916474
info@artline-gmbh.de • www.artline-gmbh.de

SAUBER GETIPPT

Die Tastaturbürste (Artikel-Nummer 990) der Frank Bürsten GmbH im klassischen Design hält, was sie verspricht. Mit seinen weichen Spezialborsten fegt der kleine Bürogehilfe Staub und Krümel von der Tastatur. Durch die besondere Anordnung der Borsten erreicht er auch die kleinsten Rillen und Ecken. Ebenso überzeugt die Tastaturbürste durch ihre Eignung als Werbeträger. Im Hause Frank Bürsten kann sie mit einem individuellen Werbelogo bedruckt werden.

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



HELFER IN DER NOT

Die innovative Toolkarte Multi Tec von Richartz wird zum unentbehrlichen Reisebegleiter: Neun klassische Nothelfer, unter anderem Schere, Klinge, Nagelfeile, oder Kugelschreiber, wurden in einer perfekt gestalteten Box integriert. Und diese ist nicht größer als eine Scheckkarte, passt also in jede Hosentasche. Die handgestrahlte matte Edelstahloberfläche macht das Tool zum außergewöhnlich schönen, unentbehrlichen Alleskönner in vier Farbkombinationen. Werbung kann gelasert oder aufgedruckt werden.

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



ATTRAKTIV AUCH BEI KLEINEM WERBEBUDGET

Elegantes abgerundetes Design plus ein spannendes Materialmix und angenehm weich gleitende Funktionalität – mit dem neuen Drehkugelschreiber uma UP geht's in Sachen Optik und Technik steil nach oben, während die Kosten schön am Boden bleiben. Ob in gedeckten oder transparenten Trendfarben – beim uma UP handelt es sich um einen preiswerten, aber dennoch auffallend attraktiven Alltagsbegleiter. Seinen besonderen Reiz macht die gelungene Symbiose aus hochglänzender Gehäuseoberfläche und matter Clipstruktur aus.

41848 • uma-Schreibgeräte Ullmann GmbH • Tel +49 7832 70 70

info@uma-pen.com • www.uma-pen.com



KLEINER SCHREIBTISCH-SURFER

Wer nach etwas frischer Abwechslung auf seinem Schreibtisch sucht, ist mit dem Skateboard von reeko bestens bedient: Bei dem kultigen Sportgerät fühlt sich der Nutzer an den Trendsport der 1970er-Jahre erinnert. Doch statt auf dem Asphalt surft dieser magnetische Büroklammerhalter auf dem Schreibtisch durchs Blickfeld des Betrachters und sorgt so für ein amüsiertes Augenzwinkern. Das Produkt aus Zinklegierung wird im Einzelkarton geliefert.

46261 • reeko design GmbH & co. kg • Tel +49 4106 766-0

info@reeko.com • www.reeko.com

-Anzeige-

SHORTY
MADE IN GERMANY



FrISCHE Ideen in Plüsch!

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



Promotion!

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

Enjoy Summer





ARACO

INTERNATIONAL

WWW.ARACO.NL INFO@ARACO.NL

BESTÄTIGUNG UND ANSPORN

GWW-EHRENKODEX FÜR KMS



Reiner Kafitz

Mit KMS Kafitz Medienservice GmbH hat ein weiteres Unternehmen das Zertifikat „GWW-Ehrenkodex“ erhalten. Damit verpflichtet sich das Unternehmen ausdrücklich, den folgenden Verhaltensregeln des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft e. V. gemäß zu arbeiten: Beachtung der beruflichen Chancengleichheit ohne jegliche Diskriminierung – Einhaltung der guten kaufmännischen Sitten – Einhaltung europäischer Sozialstandards im internationalen Geschäft – Respektierung von Wettbewerbsrecht und Muster-

schutz – Absage an Korruption und Vorteilsgewährung – Garantie einer guten und kompetenten Fachberatung – Vermeidung gefährlicher Stoffe, verantwortlicher Umgang mit Ressourcen und Beachtung der Belange des Umweltschutzes – Einsatz qualitativ hochwertiger Werbeträger – Beachtung der Belange des Datenschutzes. Die KMS Kafitz Medienservice GmbH arbeitet bereits seit ihrer Gründung vor mehr als 20 Jahren nach diesen wichtigen Prinzipien. Reiner Kafitz: „Ehrlichkeit oder Fairness sind Begriffe, die sich zwar nicht in Zahlen ausdrücken lassen, aber die Grundlage vieler erfolgreicher Unternehmen sind. Nur mit klaren Werten können Sie dauerhaft Vertrauen aufbauen.“ Insofern stellt das Zertifikat eine Bestätigung der Geschäftspolitik der KMS Kafitz Medienservice GmbH dar und zugleich einen Ansporn, diesen Weg konsequent weiterzugehen. www.kms.eu

RENOVIERUNG DES „LÄDELE“

HERI-RIGONI HILFT BEHINDERTENVEREIN

Das Schwarzwälder Unternehmen heri-Rigoni, Experte für innovative Kugelschreiber und Stempel, engagiert sich schon seit Jahren für den „Verein zur Förderung der Eingliederung von Behinderten in das Arbeitsleben e. V.“ in Donaueschingen. Der Verein engagiert sich an den Themen Wohnen und Freizeit und betreibt Eigen- und Zweckbetriebe. Ein Zweckbetrieb ist das Lädelle. Federführend war heri-Rigoni bei der unlängst durchgeführten Renovierung dieser Hauptverkaufsstelle in der Karlstraße in Donaueschingen. Neben dem Verkauf von Produkten hergestellt von Menschen mit Behinderung dient das Lädelle auch als Treffpunkt für die Vereinsmitgliedern aber vor allem als Anlaufstelle für die Behinderten. Nun, nach der Renovierung, lockt das Lädelle im aufgefrischten Ambiente, ohne seinen Charakter verloren zu haben. Der Kachelofen beispielsweise befindet sich immer noch im Erdgeschoss des 1750 erbauten „Rasina“-Hauses. Weitere Informationen unter www.laedele-donau.de. www.heri.de



heri® RIGONI®

Made in Germany

VERSTÄRKUNG BEI MULTIGATE
NEUE KREATIVE KÖPFE

Die Multigate GmbH hat ihr Team vergrößert. Als „Import“ aus Deutschland stieß Daniel Schäfer im März zum Verkaufsteam des österreichischen Werbemittelspezialisten. Schäfer ist mit der Branche bestens vertraut, kommt er doch aus einer Familie, die Werbeartikelunternehmen europaweit mit Glückskekzen beliefert. Mit Ralph Weixelbaum stieß eine Nachwuchskraft zum Team. Er wird bei



Herfried Roll (l.), Daniel Keltscha

Multigate zum Großhandelskaufmann ausgebildet. Neben der Personalverstärkung vermeldet das Wiener Unternehmen auch intern einige Job-Rochaden und Aufstiege: So wechselte Herfried Roll nun in den Verkauf. Carina Zoltan avancierte zur Einkaufsleiterin Europa/Leiterin der Sachbearbeitung, und Lisa Bernadette Wiener rückt in die Sachbearbeitung auf. Nach erfolgreichem Abschluss seines Studiums stieg Daniel Keltscha, Sohn des Gründers Werner Keltscha, zum Assistenten der Geschäftsleitung auf. Mit den neuen, kreativen Köpfen im Unternehmen verfügt Multigate über 15 hochmotivierte Werbeexperten. www.multigate.at



Lisa Bernadette Wiener (l.), Carina Zoltan

DEUTSCHES HAUS LONDON 2012 KARLOWSKY FASHION STATTET CATERING-TEAM AUS

Nicht nur die Leistung muss stimmen, sondern auch der Auftritt – das gilt nicht nur auf der Sportbühne, sondern auch auf anderen Präsentationsplattformen. Daher hat sich die Deutsche



Sport-Marketing (DSM), die als Agentur traditionell das Deutsche Haus London bei Olympischen Spielen für den Deutschen

Olympischen Sportbund (DOSB) organisiert, professionelle Unterstützung bei der Ausstattung des Catering-Teams gesucht. Das Magdeburger Unternehmen Karlowsky Fashion wird die Damen und Herren einkleiden, die im Deutschen Haus 2012 den Service für die Gäste übernehmen. „Im sportlichen Umfeld des Deutschen Hauses zeigt sich einmal mehr die Qualität und Leidenschaft der Karlowsky-Fashion-Produkte – gemacht für ein anspruchsvolles Arbeitsumfeld, in dem es auf Höchstleistungen ankommt“, sagt Thomas Karlowsky, Geschäftsführer des Unternehmens. DSM-Geschäftsführer Axel Achten zeigt sich gleichfalls erfreut über die Kooperation zu London: „Wir schätzen es sehr, dass Karlowsky zu einem attraktiven Erscheinungsbild des Deutschen Hauses und seiner

Mitarbeiter beiträgt. Wir sind überzeugt, hier mit der passenden Ausstattung an den Start zu gehen.“ Die

exklusive Kollektion im Fachhandel erhältlich. Für alle Fans der Marke gibt es ein besonderes Highlight. Anlässlich des 120-jährigen Firmenjubiläums wird auf dem Karlowsky-Fashion-Sommerfest ein VIP-Treffen mit dem Rock-Chef Stefan Marquard verlost. Mehr dazu gibt es auf Facebook und www.karlowsky.de. <



GUT, SOZIAL UND ÖKOLOGISCH SCHNEIDER BEKENNT SICH ZUM STANDORT

Innovationen, Qualität, Flexibilität und Schnelligkeit sind die Ansprüche unserer Zeit. Der Versuch, sie irgendwo in der Welt zu Niedrigstpreisen zu befriedigen, führt nicht selten zu sehr negativen Erscheinungen: Plagiate, Qualitäts- und Servicemängel, Ausbeutung und Umweltverschmutzung sind Beispiele dafür. Die Schneider Schreibgeräte GmbH entwickelt und produziert 90 Prozent aller Komponenten in Deutschland. Das Bekenntnis zu Alltagstauglichkeit, Qualität und Nachhaltigkeit haben zu dieser Einstellung des familiengeführten Unternehmens beigetragen. Auch viele Kunden schätzen inzwischen wieder das Label „Made in Germany“. Neben der Produktgüte spielt dabei auch die höhere Sensibilität für soziale und ökologische Aspekte eine Rolle. Klimaerwärmung, Wasserknappheit, explodierende Energiekosten u. a. zwingen die jetzige Generation zunehmend in die Verantwortung.

PROFESSIONELLE UMWELTPOLITIK

Seit 1998 betreibt Schneider eine professionelle Umweltpolitik nach dem weltweit strengsten Umwelt-Management-System EMAS. Seit 13 Jahren wird die Zertifizierung regelmäßig erneuert und die Umwelterklärungen belegen eine kontinuierliche Steigerung der Umwelteleistungen. Die vierte Betriebsprüfung durch einen akkreditierten unabhängigen Umweltgutachter erfolgte im Herbst 2011. Darin wird die volle Übereinstimmung mit allen Anforderungen bestätigt und die Daten und Angaben der Umwelterklärung von Schneider als ein „verlässliches, glaubhaftes und wahrheitsgetreues Bild sämtlicher Tätigkeiten“ bezeichnet. Die neue Umwelterklärung wurde veröffentlicht und ist im Internet abrufbar unter: www.schneiderpen.de/oekologie/umwelterklaerung.html

AUSGEZEICHNETES ENGAGEMENT

Schneider ist sehr stolz darauf, dass die Firma für ihr ökologisches Engagement und für die Wahrnehmung sozialer Verantwortung, z. B. die Schaffung von Fortbildungsmöglichkeiten für Mitarbeiter und den Verzicht auf Auslagerung der Produktion in Billiglohnländer, als beispielhaftes Unternehmen mit dem European Office Product Award „Corporate Social Responsibility“ 2011 ausgezeichnet wurde. www.schneiderpen.de <



Die neue Umwelterklärung 2011 dokumentiert die Auswirkungen auf die Umwelt und Umweltziele der Schneider-Standorte.



PROMOTÜRK 2012

„DER SCHLÜSSEL ZUM ERFOLG“

Vom 20. bis 23. September findet im Istanbul Expo Center/ Cnr Expo die „Promotürk – powered by PSI“ statt. Zum zweiten Mal wird die führende türkische Branchenmesse mit Unterstützung des PSI organisiert. Der Themenschwerpunkt lautet in diesem Jahr „Four season promotion“.

Qualität und Nachhaltigkeit spielen bei Werbepartnern weltweit eine immer größere Rolle. Bei der Beurteilung der Leistung von Unternehmen stehen in erster Linie nicht mehr wirtschaftliche Faktoren im Vordergrund, sondern auch die Qualität und Verwendung der Materialien. Die Kunden von heute bevorzugen eindeutig Unternehmen, die hochwertige Technologie verwenden. Unter Berücksichtigung der Bedeutung des strategischen Standorts Türkei zeigt die Werbepartnerversammlung Promotürk Fachbesuchern hochwertige Werbepartikel, Innovation und schnelle Anpassungsmaßnahmen. Die Promotürk 2012

bietet vom 20. bis 23. September einen großen Überblick über alle wichtigen ressourcenschonenden, hochwertigen Werbepartikel. Zu finden sind dort werbestarke Produkte aus zahlreichen Segmenten, wie zum Beispiel kundenspezifische Artikel, Porzellan, Glas, Leder- und Textilwaren, elektronische Uhren, Souvenirs, Büroartikel und Kosmetika.

„POWERED BY PSI“

Die „Promotürk – powered by PSI“ wird in diesem Jahr zum zweiten Mal mit Unterstützung der Weltmarke PSI organisiert. Sie bietet die Möglichkeit, neue Geschäftsbeziehungen in Istanbul aufzubauen, da



PSI Mitglieder aus vielen Ländern, insbesondere aus Europa, anwesend sein werden. Der Vorsitzende des türkischen Werbepartnerversbands Promotürk Esas Ahmet Özdem erklärt: „In der türkischen Werbepartikelbranche unterscheiden wir zwischen den vier verschiedenen Jahreszeiten. Es ist uns ein wichtiges Anliegen, dies durch die ‚Promotürk – powered by PSI‘ zu zeigen. Die Messe erweitert kontinuierlich den Umfang an Werbelösungen, die eine effiziente Nutzung von Ressourcen und Material bei der Herstellung fördern. Promotürk stellt die Innovationskraft der internationalen Werbepartikelbranche in den Mittelpunkt und die hochwertigen Leistungen, die die Branche ihren Kunden bietet.“ (Weitere Informationen zur Promotürk für interessierte Aussteller sind unter der Rubrik My PSI am Ende dieser Ausgabe zu finden.) www.ite-promo.com

VERANSTALTER:

E INTERNATIONAL TRADE FAIRS

Veranstalter der Promotürk ist die E International Trade Fairs (EIF). Sie wurde 1999 gegründet und ist eine Tochtergesellschaft der weltweit tätigen Veranstaltungsorganisation ITE Group Plc. Das Unternehmen ist ein international führender Veranstalter und organisiert hauptsächlich Messen in den Branchen Schreibwaren und Büroartikel, Baumaschinen und Bautechnologie. Durch Wachstum des Unternehmens wurden 2010 sieben neue Messen ins Leben gerufen. 2011 kam auch die größte Tourismusmesse der Türkei EMITT zum Messeportfolio des Unternehmens dazu. EIF ist auch ein führender Kongressveranstalter. Außerdem hat die EIF zum Ausbau der türkischen Exportindustrie beigetragen, indem man mehr als 700 inländische Unternehmen bei ihren Messen unterstützte. www.euf.com.tr



piccooffice



1103025/28 - DIAMOND
Kugelschreiber mit Swarovski-Steinen und
Clip im PICOWORLD-Design



1103035 - ILLUMINATION
Schreibtischlampe mit schwenkbarem
LED-Leuchttarm und Dimmfunktion

www.topico.de

TOPiCO Handels-GmbH & Co. KG · Zum Panrepel 39 · D-28307 Bremen
Phone: +49 / 421 / 5227-0 · sales@topico.de · www.topico.de

TORE UND GOLDMEDAILLEN BESCHEREN PREISVORTEILE EM UND OLYMPIA IM FOKUS BEIM L-SHOP-TEAM

In diesem Sommer wird's beim L-Shop-Team aus Dortmund wieder sportlich. Nicht nur, weil im aktuellen Verkaufsprogramm fast 70 Katalogseiten Sportbekleidung geführt werden, sondern auch weil Fußballtore und Goldmedaillen L-Shop-Kunden Preisvorteile beschern. Für jedes geschossene Tor der deutschen Nationalmannschaft vom 8. Juni bis zum 1. Juli erhalten L-Shop-Kunden ein Prozent Rabatt auf alle Polo-Shirts von Fruit of the Loom. Elfmeterschießen und Eigentore sind zwar ausgeschlossen – jedoch gibt



es keine Rabatt-Obergrenze: Sollte die deutsche Nationalmannschaft jedes Vorrundenspiel mit 5:0 gewinnen sowie Viertel- und Halbfinale ebenfalls 5:0 ausgehen, erhalten alle Kunden 25 Prozent Rabatt auf jedes Polo-Shirt von Fruit of the Loom. Bei frühzeitigem Ausscheiden gilt der zuletzt gültige Rabatt weiter bis zum Turnierende. Dieses Angebot gilt für alle 14 verfügbaren Polo-Shirts von Fruit of the Loom in allen Farben und Größen – auch für Nachlieferungen, falls Ware tatsächlich einmal nicht direkt verfügbar wäre. Ein weiteres Highlight werden die „Spalding-Sommerspiele“ vom 27. Juli bis zum 12. August. L-Shop-Kunden profitieren ebenfalls von den Erfolgen der deutschen Olympia-Teilnehmer. Je Goldmedaille erhalten L-Shop-Kunden zwei Prozent Rabatt auf alle Spalding-Artikel. Von Goldmedaille zu Goldmedaille wird der Einkaufsvorteil um zwei Prozent größer. Sollten die deutschen Athleten also wie in Peking 16 Goldmedaillen verbuchen, erhalten L-Shop-Kunden sportliche 32 Prozent auf Spalding-Artikel. Nähere Informationen sowie die genauen Bedingungen unter: www.l-shop.de. <



HERSOL WILLY HERBERTZ E. K.

BENUTZERFREUNDLICHER WEBAUFTRIFF



Thorsten Linke (Inhaber von Hersol) und
Sonja Haas (Prokuristin)

Die neue Internetpräsenz von Hersol Willy Herbertz e. K. ist nun unter www.hersol-solingen.de online. Der Webaufttritt der Firma punktet mit klarer, benutzerfreundlicher Struktur und frischer Optik. Schon die Startseite bietet eine rasche Übersicht über das breit gefächerte Leistungsspektrum: individueller Werbemarketing-Service, Medien des modernen Antiquariats, hochqualitative Solinger Schneidwaren und mehr. Wer Genaueres wissen will, gelangt mit nur zwei Klicks zur aufwendig bebilderten Detailinfo – absolut zielsichere und schnelle Orientierung also als dickes Praxisplus für den Kunden. www.hersol-solingen.de <

PRODIR AUSTRIA GMBH NEUE NIEDERLASSUNG IN ÖSTERREICH

Im Februar 2012 wurde das Büro der Prodir Austria GmbH in der Wiener Neustadt eröffnet. Als Sales-Manager für den Schweizer Hersteller qualitativ hochwertiger Schreibgeräte ist weiterhin Thomas Hudribusch verantwortlich. Thomas Hudribusch (26) führt seit Februar 2011 unter der Leitung von Maurizio Peverelli, der mit Sitz im Hauptquartier in der Schweiz die Hauptverantwortung für die Schweiz und Österreich trägt, die Verkaufsaktivitäten der Firma Prodir in Österreich. Davor war er bei verschiedenen Unternehmen als Key-Account-Manager tätig. Nebenbei schloss er seine Ausbildung mit dem Lehrgang für Werbung und Verkauf an der Wirtschaftsuniversität Wien als akademisch geprüfter Werbe-kaufmann ab und erwarb den Master of Science (MSc) an der Universität Wien und den Master of Business Administration (MBA) an der FH Kufstein. „In diesem ersten Jahr haben wir bemerkt, wie wichtig die persönliche Betreuung der Werbemittel-



Thomas Hudribusch

händler vor Ort ist. Daher war es notwendig, die weiteren Schritte für eine optimale Verkaufsunterstützung in Österreich umzusetzen. Der Lagerbestand von Verkaufsunterlagen vor Ort macht es möglich, innerhalb kürzester Zeit auf Anfragen unserer Partner zu reagieren“, sagt Thomas Hudribusch.

Thomas Hudribusch
Prodir Austria GmbH
Tel. + Fax: +43 2622 40301
Mobil: +43 664 1151976
thomas.hudribusch@prodir.com
www.prodir.com <

**VERTRIEB UND MARKETING
NEUES GESICHT BEI
EMOTION FACTORY**



Stefanie Genesisius (l.) und Ulrike Schwarz

Ulrike Schwarz (36), bisher in der Druckvorstufe der Jung Bonbonfabrik tätig, hat die Leitung für den Bereich Vertrieb und Marketing der emotion factory GmbH in Vaihingen/Enz. Sie trägt die Verantwortung für das komplette Marketing, die Messeauftritte, die Produktentwicklung sowie den Vertrieb des Spezialisten für wachsende und kreative Werbeideen. Ulrike Schwarz folgt auf Stefanie Genesisius, die sich seit dem 15. Mai im Mutterschutz anderen wachsenden Emotionen widmet.
www.emotion-factory.com

**NEUER STANDORT
ADITAN IST UMGEZOGEN**

Die Firma Aditan, der Branchenspezialist für Namensschilder und Lanyards, ist umgezogen. Aditan teilt sich den neuen Standort mit der Firma LM Accessoires in der Toyota-Allee in Köln-Marsdorf. LM Accessoires hat sich bereits vor einem halben Jahr an Aditan beteiligt. „An der Firmenphilosophie, beim Team sowie der Geschäftsleitung gibt es jedoch keine Veränderung. Alles läuft wie bisher. Mit unserem Umzug verbinden wir Entwicklungspotenzial, das unseren Kunden in hohem Maße zu Gute kommt“, ließ Désiree Adrian, die Geschäftsführerin der Firma Aditan verlauten. *www.aditan.de*



**VIM SOLUTION GMBH
ELECTRONIC GIFTS VOM FEINSTEN**

Vim Solution, Spezialist für hochwertige elektronische Werbemittel, präsentiert einen neuen Trader Shop im Internet. Die Registrierung dazu erfordert nur wenige Minuten und bietet Händlern zahlreiche Vorteile wie das direkte Verfolgen ihres Bestellstatus, das Gestalten einer neutralen Preisliste mit dem je-



Das Firmengebäude in Kirchzarten.

weiligen Händler-Logo und selbst ausgewählten Aufschlägen, das einfache Erstellen eines eigenen USB-Stick-Shops (mit eigenen Logo, AGB etc.) und vielen andere Features mehr. Die Vim Solution GmbH hat seit 2006 in Kirchzarten nahe Freiburg im Breisgau ihren Firmensitz. Das Unternehmen ist spezialisiert auf den Import elektronischer Werbemittel, wie beispielsweise USB-Sticks aller Art einschließlich deren Veredelung. Außerdem finden sich im umfangreichen Sortiment auch Artikel wie USB-Mäuse, digitale Bilderrahmen, MP 3/MP 4-Player oder Artverwandtes. VimSolution ist derzeit mit 17 Mitarbeitern in Deutschland und einem Team in China, das vor Ort das Qualitätsmanagement sowie das Versandmanagement betreut, für seine Kunden im Einsatz. Tel. +49 7661 90949-70; info@vim-solution.com. www.vim-solution.com – www.trader.vim-solution.com



ment sowie das Versandmanagement betreut, für seine Kunden im Einsatz. Tel. +49 7661 90949-70; info@vim-solution.com. www.vim-solution.com – www.trader.vim-solution.com

**MAXIM POLEN
TOCHTERUNTERNEHMEN GEGRÜNDET**



Stephan Horlebein

Magdalena Socha

Stephan Horlebein steht seit dem 1. April 2012 der Maxim Ceramics GmbH als Geschäftsführer vor. Er ist verantwortlich für den Auf- und Ausbau des Werbemittelhandelsgeschäfts in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Stephan Horlebein sammelte seit 1996 bei seiner Vertriebstätigkeit für Senator und klio eterna Erfahrungen in der Werbeartikelbranche. Bei Senator verantwortete er unter anderem als Senior Sales Manager D-A-CH den Vertrieb der Sparte Porzellan/Keramik. Magdalena Socha unterstützt als Account-Manager den Bereich Kundenberatung. Nach abgeschlossenem BWL-Studium und intensiver Einarbeitung bei der Muttergesellschaft sorgt sie zusammen mit ihren Kollegen aus Grafik, Produktion und Logistik für eine professionelle Abwicklung der Aufträge und steht dem Werbemittelhandel beratend zur Seite. Das Unternehmen Maxim mit Hauptsitz und Produktion im polnischen Maksymilianowo fertigt designorientierte, keramische Produkte, Porzellan und Glas für die Werbemittelbranche. Es wurde mehrfach mit „The Golden Crown of Advertising“ der RemaDays in Warschau ausgezeichnet und beschäftigt über 90 Mitarbeiter. Die Maxim Ceramics GmbH ist eine 100-prozentige Tochter der Firma Maxim. *www.maxim.com.de* – *www.maxim.com.pl*



Philippe Varnier



Michael Bernstein

FÜHRUNGSWECHSEL BEI POLYCONCEPT

MICHAEL BERNSTEIN IST NEUER CEO

Der weltweit tätige niederländische Werbeartikelspezialist Polyconcept hat Michael Bernstein zu seinem neuen Chairman und CEO ernannt. Er übernahm diese Position am 2. Mai 2012 von seinem Vorgänger Philippe Varnier.

Philippe Varnier kam 1978 zu Polyflame International, einem Importeur von Feuerzeugen, wo er bis 1993 die Position des Vizepräsidenten innehatte. Danach folgte er Richard Peersmann, dem Sohn des Firmengründers, als Hauptgeschäftsführer. Unter Varniers Leitung entwickelte sich das Unternehmen zu einem führenden Anbieter von Geschenk- und Werbeartikeln mit starker Präsenz im asiatisch-pazifischen Raum und in den USA. Nach der Umbenennung in Polyconcept im Jahr 1995 trennte sich das Unternehmen 2000 im Rahmen eines Leverage-Management-Buy-outs (LMBO) von seiner holländischen Mutterfirma. Im Jahr 2005, direkt nach Abschluss des zweiten LMBO zusammen mit seinem Partner und Hauptaktionär, der In-

vestmentfirma Investcorp, erwarb Polyconcept Leed's aus Pittsburgh, PA. Bernstein kam 1992 zu Leed's und leitete den Wechsel des Unternehmens von einem US-amerikanischen Importeur zu einem weltweit tätigen Anbieter von Geschenk- und Werbeartikeln. Nach einem fünfjährigen starken Wachstum des Unternehmens kam Bernstein im Jahr 2005 durch die Übernahme von Leed's zu Polyconcept, wo er Vizepräsident und CEO von Polyconcept North America wurde. Seitdem hat sich das Unternehmen erfolgreich weiter entwickelt, mit einem erwarteten Umsatz von über 700 Millionen Euro für 2012.

„ZU NEUEN HÖHEN“

„Ich übergebe meine Position gern an Michael. Er ist nicht nur der erfahrenste und

fähigste CEO, den wir uns für diese Rolle vorstellen können, er ist inzwischen auch zu einem persönlichen Freund geworden“, erklärt Philippe Varnier. „Polyconcept und Michael können mit meiner vollen Unterstützung rechnen, nicht nur während der bevorstehenden Übergangsperiode, sondern auch in der übrigen Zeit. Denn ich werde weiter im Vorstand des Unternehmens bleiben und stehe als Ratgeber zur Verfügung. Außerdem gehöre ich immer noch zu den Hauptaktionären. Nach 34 Jahren bei Polyconcept wird es für mich Zeit, etwas Abstand zu gewinnen und einen neuen Leiter zu ernennen, der die Potenziale voll ausschöpfen und das Unternehmen zu neuen Höhen führen kann.“

FÜHRUNGSTEAM BLEIBT UNVERÄNDERT

Bernstein, der in den Niederlanden bleiben möchte, bevor er nach Pittsburgh zurückkehrt, weist auf sein Ziel hin, das Unternehmen zum Erfolg zu führen: „Unter Philippes Leitung wurde Polyconcept zu einer anerkannten Größe auf dem Werbeartikelmarkt. In den nächsten Jahren werde ich alles geben, um das Wachstum des Unternehmens weiter voranzutreiben. Ich bin sehr stolz darauf, zum Chairman einer so traditionsreichen Firma ernannt zu werden, und danke Philippe für seine Unterstützung.“ Yves Alexandre, Leiter des Bereichs Unternehmensinvestitionen Europa für Polyconcepts Hauptaktionär Investcorp und Vorstandsmitglied von Polyconcept, sagt: „Ich möchte Philippe für seinen Beitrag zum Aufbau des Unternehmens und zur Entwicklung von Polyconcept zu einem der weltweit führenden Werbeartikelanbieter danken. Für Polyconcept beginnt nun ein neues Kapitel in seiner Geschichte. Wir heißen Michael herzlich willkommen.“ Das Führungsteam von Polyconcept bleibt unter Bernsteins Leitung unverändert. Polyconcept wird weiter investieren, um seinen Kunden in der ganzen Welt weiterhin hochwertige Leistungen bieten zu können.

www.polyconcept.com





Hier wurde den Besuchern gezeigt, wie Textilien mittels Stickmaschine veredelt werden.



Gelungen und ausbaufähig: Der gemeinsame Stand von BWL und DIE6. (Am Tisch: DIE6-Geschäftsführer Holger Kapanski, links, im Gespräch mit einem Interessenten.)



PROMOTION WORLD 2012

IM AUFWIND

Die diesjährige Auflage Promotion World stieß auf überwiegend positive Resonanz. Eingebettet in die Halle 16 der Hannover Messe verzeichnete die Werbeartikelschau großes Interesse beim Fachpublikum. Auch die Aussteller zeigten sich mit dem Verlauf vornehmlich zufrieden.

Die Promotion World hat sich an ihrem Standort in Halle 16 etabliert – so das Resümee des Veranstalters, der Deutschen Messe AG. An fünf Messetagen – davon vier reine Fachbesuchertage – präsentierten 101 Unternehmen auf einer Ausstellungsfläche von 2300 Quadratmetern aktuelle und innovative Produkte der Werbeartikelbranche. Die Aussteller profitierten dabei von der zentralen Lage in-

nerhalb der weltweit bedeutendsten Technologieschau und damit auch von der Nähe zu ihren potenziellen Kunden, den Marketingentscheidern der Industrie. Nach Einschätzung des Projektleiters, Arno Reich, „hat die Promotion World ihre Bedeutung als Drehscheibe der Branche erneut unter Beweis gestellt. Ihre strategisch gute Lage und direkte Anbindung an die Automations-themen der Hannover Messe haben den

Promotion-World-Ausstellern wichtige Geschäftsanbahnungen sowie nachhaltige Business-Kontakte ermöglicht“.

POSITIVE TENDENZEN

Dies entspricht im Wesentlichen auch der Ansicht von Fachbesuchern und ausstellenden Unternehmen, die sich vorwiegend positiv über das Messekonzept sowie den Standort der internationalen Fachmesse für Werbeartikel und Incentives äußerten. Auch Patrick Politze, Vorsitzender des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft, klingt zuversichtlich: „Die Promotion World entwickelt sich immer besser. Die Grundstimmung ist hervorragend und der Aussteller-Mix stimmt. Die führenden Unternehmen der Branche sind vertreten – sowohl aus dem Beratungs- als auch aus dem Lieferantensektor.“ Klaus Rosenberger, erster Vorsitzender des Arbeitskreises Werbemittel, war ebenfalls zufrieden: „Die Qualität der Besucher ist auf jeden Fall gestiegen. Marketingleiter und Geschäftsführer namhafter Firmen gehören zu den Standbesuchern auf der Promotion World.“

Eine große Themenvielfalt boten die Vorträge des zweiten „marketing forums hannover“ innerhalb der Promotion World.



Gut gefüllt waren die Gänge in Halle 16 auch noch am letzten Messetag.



Die Halle 16 ist sehr gut an die Hannover Messe angebunden, und das optische Erscheinungsbild der Promotion World ist klar verbessert worden.“ Als wenig hilfreich für die Anbahnung von Geschäftsbeziehungen, teilweise auch als „überflüssig“ dagegen bewerteten zahlreiche Aussteller den öffentlichen Besuchertag zu Beginn der Messe. Vorherrschend war hier die Meinung, es sei besser, sich auf Fachbesuchertage zu beschränken.

PROFUNDES FACHWISSEN

Sehr gut angenommen wurde auch das Angebot des zweiten „marketing forums hannover“ auf der Promotion World. An fünf Forumstagen referierten Experten zu den Themenschwerpunkten „Social Media“, „Neuromarketing und Multisensorik“, „Nachhaltigkeit“ sowie „gegenständliche Werbung und haptische Markenkommunikation“. Vor allem der Messe-Mittwoch war ein stark frequentierter Forumstag.

ERFOLGREICHE KOOPERATION

Erstmals traten der Bundesverband der Werbearbeitgeber-Lieferanten (BWL) und der

Händlerverband DIE6 mit einem gemeinsamen Messestand auf der Promotion World auf. Das Pilotprojekt bündelte das Produkt-Know-how der Lieferanten mit der umfassenden Werbeeinsatzberatung der Händler. Die konzeptionelle Zusammenarbeit bot den Industriekunden einen gezielten Einblick in die Strukturen und Wirkungsweise der Werbeartikelbranche. Dabei konnten sich die 15 Mitgliedsunternehmen von DIE6 und die Vertreter von sechs Lieferanten über regen Zuspruch in Hannover freuen. Beim Verbund DIE6 fühlt man sich in der eigenen Einschätzung bestätigt, dass man nicht nur nach intelligenten Lösungen sucht, sondern sie auch konsequent in die Praxis umsetzen muss. DIE6-Geschäftsführer Holger Kapanski sah in der Zusammenarbeit eine „zukunftsweisende Idee“: „Hier am Gemeinschaftsstand vermitteln wir den Industriekunden die gemeinschaftliche Zusammenarbeit von Lieferanten und Werbemittelberatern. Wir demonstrieren unser professionelles Know-how und die damit verbundenen Leistun-

gen, wenn es darum geht, den richtigen Produktcocktail aus einer Vielzahl an Angeboten und Lieferanten zusammenzustellen. Dies hat im Rahmen der Promotion World auf Anhieb sehr gut funktioniert. Wir hoffen, auf der kommenden Promotion World noch mehr Herstellerpartner für die Idee gewinnen zu können.“

www.promotion-world.de





Karikaturist „Dallidali“ bei der (durchweg heiteren) Arbeit.



Edith Kettel (r.) beim Gespräch mit Kunden.

HAUSMESSE EDITH KETTEL – MARKET SERVICES

WERBEIDEEEN MIT PERSÖNLICHEM FLAIR

Zum achten Mal bereits lud das Unternehmen Edith Kettel – Market Services, Agentur für Werbung und Werbemittel, zu einer Hausmesse ein. Gaben bisher Autohäuser den Rahmen für die Produktschauen ab, so fand die diesjährige Veranstaltung erstmals in weitaus persönlicherer Umgebung statt.

Schauplatz der Kettel-Hausmesse war diesmal das „Haus der Begegnung“ im Nürnberger Ortsteil Fischbach. Verkehrsgünstig gelegen bietet der Veranstaltungsort alles, was für einen derartigen Event benötigt wird. Die Geschäftsführerin und Gründerin der Werbemittelagentur, Edith Kettel, hatte 14 ihrer Lieferanten zur Präsentation versammelt. „Einerseits möchte ich die Zahl der Aussteller überschaubar halten, habe andererseits bei der

Auswahl aber darauf geachtet, dass die gezeigten Produktsegmente ein möglichst weites Spektrum der Werbemöglichkeiten unserer Branche abdecken“, so Edith Kettel. Dabei achtete sie darauf, Überschneidungen der Angebote zu vermeiden. Eine Maßnahme, die letztlich dem Kunden zugute kam, der durch die konzentrierende Selektion des Veranstalters die Übersicht behielt und nicht verwirrt wurde von einer allzu großen Zahl an Artikeln wie Mög-

lichkeiten. „In gewisser Weise lenke ich die Aufmerksamkeit meiner Kunden dadurch auch auf die für unser Unternehmen wichtigen Produktbereiche“, sagte Edith Kettel, die weiß, dass jedem interessierten Gast nur eine bestimmte Zeit für die Recherche zur Verfügung steht. Und da Edith Kettel ihre Kunden und eben auch ihre zum Teil langjährigen Werbeartikelpartner sehr gut kennt, findet sie hier stets das richtige Maß.



In ausgesprochen familiärem Ambiente sammelten die Kunden zahlreiche neue, werbefrische Impulse für ihre Unternehmen.

HERZLICHE ATMOSPHÄRE

Beim Rundgang an den einzelnen Ständen vorbei oder im Foyer, wo allerlei herzhaft und süße Schmankerl sowie ein gut bestückter Tresen den Aufenthalt geschmacklich verfeinerten, war deutlich zu spüren, dass sich die Teilnehmer der Hausmesse in diesem Ambiente richtig wohlfühlen. Ob Aussteller oder Kunden, man wollte gerne hier in dieser persönlichen, ja fast familiären Atmosphäre. Das lag natürlich auch am sympathischen Hausmesteam, das Edith Kettel um sich geschart hat. Trotz aller Professionalität bei der Beratung in Sachen Werbeatikel, der Umgangston war durchweg freundlich bis herzlich. Und heitere Akzente setzte ein unter dem Label „Dallidali“ mit flinker wie leichter Hand agierender Karikaturist, der auf Wunsch am digitalen Zeichenbrett treffsicher sym-

pathisch-komische Porträts der Besucher anfertigte, deren Ausdrücke auch gleich mitgenommen werden konnten. Zudem gab's an jedem Stand ein ausgesuchtes Give-away als kleine Erinnerung an den Besuch.

PRÄDIKAT „TOPP“

Letztlich fanden rund 100 Gäste den Weg ins „Haus der Begegnung“. Und alle konnten mit neuen, werbefrischen Impulsen und einem guten Gefühl den Heimweg antreten. Veranstalterin Edith Kettel resümierte: „Ich dachte immer, es ist nicht möglich, vorhergehende Hausmessen zu toppen, aber wir haben es auch dieses Mal wieder geschafft. Die Resonanz der Kunden und Aussteller war durchweg: ‚Eine sehr erfolgreiche Hausmesse‘. Wir haben von den Lieferanten schon wieder Anmeldungen für die nächste Veranstaltung 2013.“ <



EDITH KETTEL – MARKET SERVICES

Die Philosophie des Unternehmens Edith Kettel – Market Services ist so einfach wie treffend: „Wir möchten, dass unsere Kunden genauso gerne mit uns zusammenarbeiten wie wir mit ihnen!“ Gegründet wurde es von Namensgeberin Edith Kettel, die bereits seit 22 Jahren in der Werbemittelbranche arbeitet und der ihre Berufung auch heute noch „sehr viel Spaß“ bereitet. Im Kernsegment der Unternehmensleistungen stehen die Werbeatikel – vom Streuartikel bis zur hochwertigen Kundengabe,

die individuelle Gestaltung von Werbemitteln und Konfektionierung von Kundenpräsenten mit eingeschlossen. Weitere Servicebereiche des Unternehmens sind Print, Organisation von Kundenveranstaltungen mit Komplettservice, Presseservice, Fotografie, Mediamanagement, Druckmanagement sowie Web-Design und Social-Media-Marketing.

www.edithkettel.de



X-MEDIA GMBH

ZUM NEUNTEN MAL ERFOLGREICH

Der 9. Heilbronner Werbemitteltag hatte auch in diesem Jahr viele Neuheiten, hervorragende Kontaktmöglichkeiten und eine gute Stimmung zu bieten. Mit bunten Produkten im Gepäck, die den Sommer einläuteten, machten sich die Lieferanten auf den Weg nach Heilbronn und präsentierten dort eine breite Palette ihrer Neuheiten.

Der Terminwechsel vom Herbst ins Frühjahr hat dem Heilbronner Werbemitteltag nicht geschadet. Um seinen Kunden eine gewohnt gute Hausmesse zu liefern, hat X-Media-Inhaber Ralf Stegmann daher im Vorhinein kräftig die Werbetrommel gerührt. Per Postmailing, E-Mail, Telefon, facebook und Xing machte er auf die Frühjahrsmesse aufmerksam und hat damit Erfolg gehabt. Zum neunten Mal bewiesen er und sein Team, dass auch eine relativ kleine Anzahl von Aus-

stellern viele Besucher anzieht. 15 Lieferanten präsentierten rund 80 angemeldeten Besuchern Ende April ihre Neuheiten. Frische Farben und edles Design dominierten das Gros der Produktshow, ein eindeutiges Zeichen: Der Sommer steht vor der Tür. Vom Stempelkugelschreiber über Kalender bis hin zu schicken Haushaltswaren und hochwertigen Notizbüchern – kaum ein Wunsch der Messebesucher blieb offen. Die Stimmung der Besucher wie auch der Aussteller war ausgelassen, alle

freuten sich über ein gelungenes Zusammentreffen und natürlich zuallererst der Hausherr selbst. Als Kulisse für die Neuheitenshow entschied sich Ralf Stegmann in diesem Jahr für ein Autohaus mitten in dem schwäbischen Städtchen Heilbronn. Mit dem Ortswechsel und dem neuen Termin wollte er seinen Stammkunden etwas Neues bieten und potenzielle Neukunden auf X-Media aufmerksam machen.

POSITIVE BILANZ

Seit neun Jahren hat sich der Heilbronner Werbemitteltag einen Namen in der Branche gemacht, wie Ursula Will von Ledi-berg feststellt: „Es zeichnet das Haus X-Media aus, dass es sich um eine sehr familiäre Veranstaltung fernab von Hektik und Trubel handelt. Das kommt den Besuchern zugute, aber natürlich auch den Ausstellern.“ Dass Stegmann und seinem Team sehr viel darin liegt, dass die Geschäftspartner sich wohlfühlen, zeigte der Abend vorher. Gemeinsam stimmte man sich in einer Besenwirtschaft mit schwäbischen Spezialitäten auf die Messe ein. Mit solch einem Einstieg konnten alle Vorzeichen für die Hausmesse nur auf positiv stehen. Viele Kontakte und gute Gespräche waren das Resümee der Lieferanten. Über umfassende Beratung und viele edle Produkte freuten sich die Besucher. <



Salon PSI 2013

La diversité sous de nouvelles formes!

Le salon leader européen de l'industrie des articles publicitaires

Votre no.1 se trouve à Düsseldorf! Présentez du **9 au 11.01.2013** vos produits sur le salon leader européen et profitez du plus grand réseau de l'industrie des articles publicitaires. Uniquement sur ce salon,

- vous rencontrerez **20.000 contacts** pour votre activité
- vous serez **membre de la plus grande exposition** de produits du secteur
- votre marketing sur le salon est vraiment efficace avec **une surface de salon de plus de 68.000m²**

Inscrivez-vous maintenant et évoluez avec la plus grande plate-forme professionnelle en Europe!





Viel Platz für die Aussteller und ihre Produkte gab's diesmal in der eigens dafür umgestalteten Halle.



JANSEN VERKAUFSFÖRDERUNG

VIELVERSPRECHENDE PARTNERSCHAFTEN

Wenn Heiner und Torsten Jansen zur Produktschau einladen, geben sich die Kunden im Firmengebäude in Mülheim an der Ruhr erfahrungsgemäß die Klinke in die Hand. Familiär, gesprächsintensiv und vielversprechend verlief auch die in diesem Frühjahr veranstaltete neunte Auflage der Hausmesse.

Dass bei Jansen Verkaufsförderung die Vater-Sohn-Beziehung auf Geschäftsführer-Ebene bestens funktioniert, beweist nicht zuletzt die Resonanz auf die mittlerweile neunte Auflage der alljährlich initiierten Hausmesse. In diesem Jahr gab man sich einmal mehr auf dem eigenen Firmengelände im Gewerbegebiet Rhein-Ruhr-Hafen die Ehre, jedoch nicht wie seit 2006 kontinuierlich im schmucken Showroom, sondern auf der größeren Fläche

der direkt benachbarten und eigens für die aktuelle Produktpräsentation umgestalteten Halle.

NEUES RAUMKONZEPT

Viel Platz also für die Aussteller, diesmal 18 an der Zahl und damit drei, vier mehr als in der Vergangenheit. Durchweg motivierte Aussteller, die sich für die 225 Kunden von 115 Firmen mächtig ins Zeug legten: Kompetent beraten wurde die Kundschaft zu dem seit jeher starken Produktsegment

Kalender, aber auch zu ähnlich beliebten Evergreens wie Schreibgeräten, Süßwaren, Textilien oder Speichermedien. Niemand trat die Heimreise an, ohne im Rahmen des Ausstellungstages umfassend über das breite Produktportfolio im Angebot von Jansen Verkaufsförderung informiert worden zu sein.

HOHE ERWARTUNGEN

Allerdings ist ein geschäftiger Messerverlauf für Geschäftsführer Torsten Jansen noch kein Grund für Vorschusslorbeeren in seiner ersten Beurteilung der Präsentation: „Wir sind auf großes Interesse gestoßen und haben sehr viele Nachfragen erhalten, doch erfahrungsgemäß ist der Weg bis zur Entscheidung sehr weit“, so der Juniorchef. Er betonte aber dennoch, dass die Erwartungen für dieses Jahr aufgrund der guten nationalen Wirtschaftsprognose entsprechend hoch angesetzt sind.

GROSSES FIRMENJUBILÄUM

IM NÄCHSTEN JAHR

Während ein DJ und Alleinunterhalter auf einer Bühne im Hintergrund für dezente musikalische Stimmung sorgte, wurde gezeigt, welche Highlights die Branche zu bieten hat: „Wir haben uns diesmal entschieden, bei der Beratung pro Stand ein,



Die Vater-Sohn Beziehung auf Geschäftsführer-Ebene funktioniert bei Heiner (r.) und Torsten Jansen bestens.

zwei Produkte besonders hervorzuheben und diese besonders zu präsentieren“, weist Jansen auf die Idee hin, dem Kunden die Auswahl damit möglicherweise erheblich zu erleichtern. Dienstleistung, klassischer Service auf der einen, zuverlässige und termintreue Lieferung auf der anderen Seite – dessen kann die Kundschaft stets gewiss sein. Was der Kunde wünscht, ist auch lieferbar, schließlich

darf der Firmenchef auf seine Full-Service-Qualitäten verweisen. „Wir bieten das komplette Sortiment aus dem breiten Feld des Werbeartikelmarktes an,“ erklärt er. Seniorchef Heiner Jansen feiert im nächsten Jahr 25 Jahre Tätigkeit am Markt. Filius Torsten ist mittlerweile 14 Jahre im Geschäft, davon 10 als Geschäftsführer. Der Boden für die Zukunft ist also längst bereitet. <

GESPRÄCH MIT TORSTEN JANSEN

In welchem Produktsegment gab es rückblickend auf 2011 besonders starke Zuwächse?
Für uns ist definitiv in den vergangenen zwei Jahren der Bereich Textilien deutlich gewachsen. Traditionsbedingt werden aber auch Kalenderprodukte anhaltend gut nachgefragt. Einen stabil hohen Anteil haben zudem Speichermedien.

Wie schätzen Sie derzeit die Stimmung beim Industriekunden ein?

Recht gut. Es fällt aber auf, dass es zwar sehr viele Anfragen gibt, der Weg zur Entscheidung jedoch sehr lang ist.

Ihre Erwartungen für das aktuelle Geschäftsjahr?

Sehr, sehr hoch aufgrund des guten Starts in diesem Jahr. Daher sind wir das erste Mal mit der Ausstellung in die größere Nachbarhalle unseres Showrooms ausgewichen, um mehr Aussteller ins Boot holen zu können.



ELEKTRONISCHE UND DIGITALE PRODUKTE AUF DER HÖHE DER ZEIT

Auch beim Thema elektronische und digitale Produkte zeigt sich die Werbeartikelbranche auf der Höhe der Zeit und macht sich die Neuerungen auf wirkungsvolle Weise zu eigen. Wir haben eine Auswahl der innovativsten Produkte auf den nächsten Seiten für Sie zusammengestellt.

Die Palette elektronischer wie digitaler Gebrauchsgegenstände ist groß und wächst stetig. In einer immer technisierteren Welt spielen diese Produkte im privaten wie beruflichen Bereich eine wichtige, zum Teil bestimmende Rolle. Der Rechner im Büro oder zu Hause, der Laptop, die handlichen Tablet-Computer oder das Smartphone sowie alle weiteren Speichermedien dieses Umfelds wie CD, DVD oder USB-Artikel, sie alle sind aus dem alltäglichen Leben nicht mehr wegzudenken. Die Werbeartikelwirtschaft hält mit der Entwicklung Schritt und macht sich diese zunutze. Vom individuell gestalteten USB-Stick über solarzellenbestückte Powerdocks, digitale Bilderrahmen, smarte Bluetooth-Lautsprecher, optische wie klingende Hightech-Geräte in Markenqualitäten bis hin zum Schrittzähler oder Business Card-Scanner bietet die Branche zahlreiche innovative, designbetonte Produkte, die mit der entsprechenden Werbung versehen eindrucksvolle Erinnerungsfrequenzen erzielen. Überzeugen Sie sich auf den folgenden Seiten selbst von der attraktiven Produktgruppe. <



DIGITALER ÜBERBLICK

Zeitgemäß digital präsentiert sich technoline mit seinem batteriebetriebenen Tischkalender mit zwei Weck-Alarmen nebst Schlummerfunktion, der Struktur in den Alltag bringt und die Organisation erleichtert. Neben der automatisch fortlaufenden Monatsanzeige, einschließlich Kalenderwochen und Tagesmarkierung, sind auch die Funkuhrzeit sowie die aktuellen Innentemperatur- und Luftfeuchtigkeitswerte übersichtlich dargestellt und schnell zu erfassen. Werbeaufdrucke lassen sich zudem vielseitig platzieren und aufmerksamkeitsstark inszenieren.

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

DATENTRANSFER VOM FEINSTEN

Klein, attraktiv und technisch ausgereift sind die USB-Sticks von KMS, ideal geeignet als Give-aways für Messe-Besucher oder als schönes Geschenk für treue Stammkunden. Neben einem Mini-Datenträger mit praktischer Verschlusskappe stehen noch solche mit kleinem Karabinerhaken oder robust wirkende, mit Lederriemen ausgestattete USB-Sticks zur Auswahl. Ganz gleich also, ob praktisch oder zugleich edel und schlank – wer sich für die stilvollen Datenträger entscheiden und diese vorab begutachten möchte, findet sie auf der Homepage von KMS unter www.kms.eu.

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



KÜHLER KOPF AM RECHNER

In modernen Großraumbüros sind häufig auch große Panoramasscheiben verbaut. Dies führt zwar zu oftmals schönen Ausblicken, sommers jedoch eben oft auch zu großer Hitze im Raum: Mit dem kleinen Ventilator von team-d, der mit einem biegsamen Schwanenhals sowie USB-Stecker für den Plug-and-Play-Anschluss am Computer ausgerüstet ist, sorgt der Anwender schnell wieder für erträgliche Verhältnisse. Schließlich fächert das Gerät mit den weichen Rotorblättern dem Nutzer ein angenehmes Lüftchen zu.

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



-Anzeige-

Barbara Hofmann 
THE BEAUTY TOOLS COMPANY

Werbeartikel die begeistern:
Kosmetikpinsel und Beauty Accessoires
von Barbara Hofmann, der Kosmetikpinsel Spezialist.

- Privat Label
- Verpackung
- Entwicklung

www.barbarahofmann.de
info@barbarahofmann.com
www.барбарагофманн.de





DONUTS FÜRS GEHÖR

Hama hat mit seinen Donut-Kopfhörern Modelle in leuchtend-frischen Designs für Modebewusste entwickelt. Zur Grundfarbe Weiß gesellen sich bunte, kreisförmige Elemente, die den Kopfhörern die Farbnamen Lichipink, Poppygrau, Plumila, Brambleblau, Cherryrot, Blueberryhellblau, Papaya orange, Pineapplegelb, Kiwigrün sowie Minttürkis geben. Mit In-Ear-, On-Ear- sowie Over-Ear-Kopfhörern ist für jede Tragevorliebe gesorgt. Dank einseitiger Kabelführung nebst praktischer automatischer Kabelaufwicklung wird ein Kabelchaos verhindert.

43628 • Hama GmbH & Co. KG • Tel +49 9091 502766
christiane.gawanda@hama.de • www.hama.de

KLEINER SPEICHERGIGANT

Den kleinsten USB-Stick der Welt stellt Deonet vor: Der extrem kleine Datenträger ist mit einer neuen Speicherchip-Technologie ausgerüstet – dem Micro UDP-Chip. Dadurch ist er nur halb so groß wie ein herkömmlicher USB-Stick. Er misst nur 19,5 x 14,5 Millimeter und ist damit kaum größer als ein Fingernagel. Verfügbar sind Speicherkapazitäten von 4, 8 sowie 16 GB. Der Deonet Custom Micro kann bequem im Portemonnaie oder etwa an einem Schlüsselbund aufbewahrt werden. Überdies ragt er, in einen Laptop eingesteckt, kaum heraus, womit sich der Rechner nebst des Mini-Sticks problemlos in einer Tasche aufbewahren lässt.

46660 • Deonet GmbH • Tel +49 2824 955229
verkauf@deonet.de • www.deonet.de



SCHARFER FLACHMANN

Mit der sehr schmalen 12-Megapixel-Digitalkamera EasyPix V527 Ultraslim von Ceotra verfügt der Anwender über Features wie Gesichtserkennung, beste Auflösung und einen Video-Modus. Neben sehr guter Bildqualität überzeugt der Fotoapparat durch viel Zubehör und kinderleichte Bedienung. Er ist geeignet zur Nutzung mit Windows-PCs und Mac-Computern. Mittels eingebauter Gesichtserkennung optimiert die Kamera den Bildeindruck für menschliche Gesichter, was die EasyPix V527 zu einer idealen Alltagskamera macht, die sich gerade auch im Urlaub bewährt. Die mit Micro-SD-Karte arbeitende Kamera gibt es in den verschiedensten frischen Farben.

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



MIT SONNE BETANKT

Die Power Dock von A-Solar aus den Niederlanden sorgt dafür, dass iPad oder iPod wieder mit neuer Energie aufgeladen werden können. Ein Solarpanel an der Unterseite der Docking-Station ermöglicht die Neuaufladung des Gerätes in der Sonne. Der im Lieferumfang enthaltene Akku stellt stattliche 6000 mAh Akkukapazität zur Verfügung. Während des Ladevorgangs am Rechner kann darüber hinaus mit iTunes synchronisiert werden. Das Power Dock hat an der Hinterseite eine USB-Schnittstelle für zusätzliche Lademöglichkeiten, zum Beispiel, um das iPad oder iPhone gleichzeitig mit neuer Energie zu versorgen. Zwar ist das Produkt für iPhone, iPad und iPod gemacht, funktioniert jedoch auch in Verbindung mit anderen mobilen Geräten.

47525 • A-Solar B.V. • Tel +31 30 6354800
 info@a-solar.nl • www.a-solar.nl

-Anzeige-

TOPPOINT®
SLIM LINE
 GROÖE AUSWAHL AN STANDARDMODELLEN UND FARBEN



Searching for
 the *best*
 promotional
 product?

PSI
 Member No 46403

CREATIVE PRINTING
NOTEDECO®

Printed adhesive notepads producer
 notedeco@notesy.pl, tel. +48 61 820 64 37, +48 61 879 85 81
 www.notesy.pl Printed catalogue and real samples on request



ÖKOLOGISCHER DATENTRANSFER

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

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

FLACH UND FLEXIBEL

Der neue USB-Stick im Scheckkartenformat von elasto form ist so flach und leicht, dass er auch als ständiger Begleiter im Portemonnaie mitgetragen werden kann. Mit einem Klick ist er aus- und einzuklappen. Die Speicherkapazität ist frei wählbar und auf Wunsch kann der Stick individuell gestaltet werden. Für die optimale Darstellung der Werbung erfolgt eine vollflächige Veredelung im hoch auflösenden, fotorealistischen UV-Digitaldruck.

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



DIE SCHEIBE MIT DEM RICHTIGEN DREH

Die Vinyl-Finger-Disc im Printformat ist da. Die Medienprofis des Anbieters micx nennen es auch das „Fingergrammo“; denn was mit einer leichten Fingerdrehung auf der Vinylscheibe aufhören lässt, kann werbewirksamer nicht sein. In der mailingfähigen Printklappkarte findet sich eine Vinyl-Disc mit Audiotracks ganz nach individuellen Wünschen. Die Audiofiles, ob Musik, Geräuschkulissen oder gesprochene Texte, werden individuell nach Kundenwunsch in die Vinylscheibe „gebrandet“. Von nun an beginnt der Spielspaß – natürlich mit der richtigen Werbebotschaft. Denn es will geübt sein, die Scheibe mit der richtigen Geschwindigkeit in Umlauf zu bringen.

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

-Anzeige-

**CHECK OUR
 xoopar®
 RANGE!**





IntracoTrading
 www.intraco.nl



HELLES KÖPFCHEN

Das futuristisch gestaltete original BackUpLight von Spranz ist eine sehr helle Taschenlampe, die mit 42 warm weißen LEDs ausgestattet ist, die für eine hohe Lichtausbeute sorgen. Das Besondere ist die integrierte E27-Fassung, die dem Haushaltslampenstandard entspricht, wodurch die Lampe in nahezu jede herkömmliche Lampenfassung eingedreht werden kann und damit zu einer extrem Energie sparenden und umweltfreundlichen „Glühbirne“ wird. Der integrierte Li-Ion-Akku mit 1500 mAh ist für bis zu vier Stunden Lichtversorgung gut. Geliefert wird im Designkarton.

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

BIG SOUND

Der Bluetooth Lautsprecher mit Line-in-Kabel und USB-Ladekabel sorgt für einen respektablen Sound. Die Bluetooth-Reichweite beträgt bis zu zehn Meter. Das aus ABS und Metall gefertigte Produkt wird in einer Einzelverpackung inklusive Lithium-Ionen Akku geliefert, der sich über USB aufladen lässt. Eine Werbeanbringung ist per Druck einfarbig in einer Größe von 6 x 18 Millimetern oben auf die weiße Fläche des Lautsprechers möglich.

41816 • Nestler-matho GmbH & Co. KG • Tel +49 7221 2154-0
info@nestler-matho.de • www.nestler-matho.de



WARM WELCOME

Der 2in1 Handwärmer mit Handy-Ladefunktion im Vertrieb der JHI Hackel Industrievertretung macht Schluss mit kalten Händen: Der praktische Helfer für den Winter im edlen Aluminium-Look wird ab einer Mindestbestellmenge von 500 Stück mit dem Logo des Kunden graviert und in bunter Textil-Socke geliefert. Durch einen Mini-USB-Port kann der Handwärmer bis zu 500mal aufgeladen werden. In zwei bis vier Stunden wird Wärme von zirka 40 bis 45 Grad Celsius abgegeben. Das nur 45 Gramm leichte Gerät ist standardmäßig in Schwarz, Silber, Grün, Pink, Orange sowie Blau erhältlich. Auch Sonderfarben sind möglich.

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





GESUNDE KOMMUNIKATION

Gegen zu hohe Strahlung beim Telefonieren mit Mobilgeräten und Smartphones der neueren Generation schützt die Telefonstation Duo im Vertrieb von reeko. Dabei kann auf einfache Weise das Mobiltelefon über den gängigen 3,5-Millimeter-Klinkenstecker angeschlossen werden, womit sich Gespräche komfortabel und ungefährdet mit dem Hörer oder über die Freisprecheinrichtung führen lassen. Nach Beendigung des Telefonats wird Duo wieder zum MP3-MP4-Lautsprecher. Den Betrieb stellen die mitgelieferten Batterien oder ein 6V-Netzstecker sicher. Netzadapter und Dekoration sind nicht im Lieferumfang enthalten.

46261 • reeko design GmbH & co. kg • Tel +49 4106 766-0
info@reeko.com • www.reeko.com



BESTECHEND GESUND

Das neue Einstich-Thermometer Thermo Jack von TFA Dostmann passt in jede Hosentasche. Es ermöglicht eine Temperaturmessung von -40°C bis 250°Celsius, insbesondere bei Lebensmitteln: Der schnelle Temperatur-Check von Babynahrung zuhause, die Kontrolle der Kühltheke beim Metzger oder im Supermarkt, die Zubereitung von Lebensmitteln beim Bäcker, Konditor oder in der Gastronomie, die Überprüfung der Vorräte oder die Wareneingangskontrolle in der Großküche oder Lebensmittelindustrie sind die Einsatzbereiche des spritzwassergeschützten und sowohl HACCP- als auch EN 13485 konformen Thermo Jack. Nahrungsmittel jeglicher Art können mit dem handlichen Thermometer schnell, exakt und mühelos gemessen werden. Dazu ist einfach der Fühler auszuklappen und einzustecken. Binnen kürzester Zeit liefert das Gerät exakte Messergebnisse.

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

PP
high tech

„Gold“ richtig für
Kundenbindung
erster Klasse.

Ihre besten Kunden sind mehr Wert:
Als Hersteller der einzigartigen
PP GoldCard™ bieten wir Ihnen neue
umsatzstarke Möglichkeiten zur
Kundenbindung im Top-Segment.

Die PP GoldCard™ leistet einfach mehr, weil sie auffallend, außergewöhnlich und begehrenswert wirkt. Ob als Dankeschön für Premium-Kunden oder VIP-Kundenkarte, als wertvolles Sammlerobjekt und Merchandise-Produkt – mit vielfältigen Einsatzmöglichkeiten stärken Sie Kundenbindung und Markenimage mit Erfolg.

Sie wünschen, wir liefern – zuverlässig und sicher. Vertrauen Sie auf Spitzenqualität mit System und Service von PP high tech!

Gerne informieren wir Sie über dieses einzigartige Retailprodukt mit hohem Wachstumspotenzial – rufen Sie uns einfach an.

PP high tech

Goldenbühlstraße 12 • 78048 VS-Villingen
Telefon +49(0) 77 21/992 56-15
www.pphightech.com



PRAKTISCHES WERBETRANSPORTMEDIUM

B Brillante, farbintensive und hoch auflösende Bilder setzt Halfar auf seiner modischen, robusten original LorryBag aus Lkw-Plane über die hauseigene Digitaldruckerei um. Damit lassen sich nicht nur einfache Logos, sondern auch überaus attraktiv ganze Motive plakativ auf eine Tasche bringen und werden so zu einer mobilen Kampagne. Zur Auswahl stehen 37 Farben. Neben dem Digitaldruck ist auch die Veredelung per Siebdruck oder Stick möglich. Doch die LorryBag ist nicht nur schön, sondern auch äußerst praktisch. Mit einem optional einnähharen Notebook-Inlay etwa wird die lässige Kuriertasche zu einem ebenso ungewöhnlichen wie funktionellen Business Accessoire. Neben maximalen Gestaltungsfreiheiten und Qualität made in Europe glänzt das Produkt durch seine schnelle Verfügbarkeit und die geringe Mindeststückzahl von nur 50 Taschen.

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

HANDYCOVER IN EIGENEM DESIGN

M ancher Handy-Nutzer kann jetzt über das HandyCover von Philu, gefertigt im eigenen Design, auf Visitenkarte, Firmenlogo oder Lieblingsfoto aufmerksam machen. Das Wunschmotiv wird mit einer neuartigen, patentierten 3D-Drucktechnologie fotorealistisch auf das aus speziellem Polycarbonat hergestellte HandyCover aufgedruckt. Der Druck ist kratzresistent und kann nicht abgerubbelt werden. Durch dieses Verfahren wird eine hochwertige Qualität garantiert. Das Material der Schale ist flexibel genug, um über das Handy geclickt werden zu können und hart genug, um Kratzer abzuwehren. Bestellungen sind bereits ab einem Stück realisierbar.

13942 • Philu Präsente mit Pfiff! Werbemittelhandel Rabe • Tel +49 40 69219714
info@philu.net • www.werbemittelhandel-rabe.de



MAXIMALER MINI-SPEICHER

D en Mini, 1959 erstmals bei der British Motor Corporation vom Band gerollt, gibt es ab sofort bei KMS als USB-Stick. Der Speicher-Mini im Maßstab 1:48 verfügt über drehbare Räder, eine zu öffnende Motorhaube und detailgetreue Gestaltung. An den Rechner angeschlossen, leuchten die Scheinwerfer auf. Dieser mit allen Computern kompatible Werbeträger ist mit Speicherkapazitäten von einem bis acht GB und in verschiedenen Designs mit unterschiedlichen Verpackungen erhältlich.

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





KLEINE LIEBESERKLÄRUNG

Für die digitale Generation gibt es bei Inspirion den Schlüsselanhänger Love picture, einen Anhänger mit Karabinerhaken, der über einen digitalen Bilderahmen verfügt. So sind Freunde der digitalen Fotografie auch unterwegs stets im Bilde und haben ihre Lieblingsbilder immer am Schlüsselbund dabei. Bis zu 158 Bilder können per USB-Kabel eingespielt werden. Die eingebaute Software passt die Bilder automatisch auf das Bildschirmformat an. Das herzförmige, rote Gehäuse mit gummierter Oberfläche verleiht den Fotos, die auch per Diashow angezeigt werden können, einen liebevollen Rahmen.

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

ORIGINELLE USB-LÖSUNGEN

Vim Solution, Spezialist auf dem Gebiet der USB-Sticks, setzt USB-Sticks in jeder gewünschten Produktform um. Dabei spielt es keine Rolle, ob es sich etwa um einen Lkw, ein Auto, ein Handy, eine Flasche oder auch um ein Unternehmenslogo handelt. Ab einer Bestellmenge von 100 Stück realisiert Vim Solution durch und durch kundenindividuelle, elegant und detailgenau designte USB-Werbeträger aus Metall, Kunststoff oder Gummi. Verarbeitet werden ausschließlich hochwertige Speicherchips bis zu einer Speicherkapazität von 32 Gigabyte. Diese stammen ausschließlich von renommierten Markenherstellern wie Samsung, Micron, Toshiba oder Hynix. Die Lieferung erfolgt laut Hersteller nach vier bis sechs Wochen.

47555 • Vim Solution GmbH • Tel +49 7661 90949-70
info@vim-solution.com • www.vim-solution.com

-Anzeige-

TOPPOINT®

Stark in Schreibinstrumenten



Scent

makes a brand identity more unique

Digital Customisation

raises the perception of quality

Discover the 4th dimension in promotion

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

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



Request your free sample now at
editorial@ergaonline.com

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

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



Italian works of art since 1744



MIT STEREOSOUND GEWECKT

Die preiswerte Stereoanlage Denver MC-5200 mit CD-Player sowie integriertem Wecker von Ceotra eignet sich nicht nur für einen schönen Platz auf dem Büroschreibtisch, sondern auch zur Wandmontage. Bei der Denver MC-5200 handelt es sich um eine elegante Stereoanlage mit klassischem Funktionsumfang. Neben den erwähnten Features verfügt sie zudem über Radioempfang und die Möglichkeit zum Anschluss externer Audioquellen über den AUX-Eingang. Die integrierte Uhr mit Weckfunktion garantiert für einen zuverlässigen Weckruf von CD, Radio oder vermittelt eines Weckgeräuschs.

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

BESSER HÖREN UND SEHEN

Mit seinem MP4-Player, seiner Mini-Video-Kamera, den Geräusch unterdrückenden Kopfhörern sowie den tragbaren Lautsprechern hat PF Concept etwas für Fans des Bereichs Sound & Vision im Repertoire. Der MP4-Player mit Kamera verfügt über einen Farbmonitor und 4 GB großen internen Speicher und kann etwa auch als Stimmrekorder genutzt werden. Mit hoch auflösender Bildqualität (1280 x 720 Pixel) bei unglaublich kompakten Abmessungen überzeugt die Mini-Video-Kamera, und die über die neueste Active Noise Reduction (ANR) verfügbaren Kopfhörer reduzieren Nebengeräusche bis zu 85 Prozent, womit für ausgezeichnetes Audio-Entertainment in Reinkultur gesorgt ist. Das portable Lautsprecher-System mit 1.1 Mono Capsule Speaker verwöhnt mit bis zu sechs Stunden erstklassigem Sound. Weitere Infos bei PF Concept oder unter www.pfconcept.com

40972 • PF Concept International B.V. • Tel +31 71 3328911
weborders@nl.pfconcept.com • www.pfconcept.com



MESSERSCHARFER USB-STICK

Der Schweizer Taschenmesserhersteller Victorinox hat sich mit seinen Taschenmessern, die USB-Sticks beinhalten, in den Elektronikartikel-Sektor begeben. Nun kommt der erste Victorinox USB-Stick ganz ohne zusätzliche mechanische Werkzeuge, der mit gutem Aussehen, Technik und Sicherheit überzeugt. Victorinox Slim ist ein extrem flacher, mit einer Hülle aus geripptem Aluminium gefertigter Stick, den es in den fünf trendigen Farben Silber, Blau, Grün, Orange und Pink gibt. Die hintere Griffschale verfügt auf Wunsch über ein rechteckiges Beschriftungsfeld für Eloxal-Drucke oder Gravuren. Die Kapazitäten reichen von üblichen 4 GB bis zu satten 64 GB und lassen sich beim Victorinox Slim Duo durch den Einbau von zwei Sticks sogar verdoppeln. Datensicherheit wird durch Secure Data Encryption Technology gewährleistet.

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



-Anzeige-

TOPPOINT®

Wir zählen auf Sie!



SPANNENDE MOMENTE

Lehoff bietet dem Kunden das komplette Dienstleistungspaket von der Beratung über den Einkauf bis zur Auslieferung an. Aus dem auch auf der Homepage unter www.lehoff.de gelisteten breiten Sortiment an Prämien- und Werbeartikeln stammt der Curio von Odys, ein tragbarer DVD-Player mit integrierter DVB-T-Antenne für den Empfang verschiedener Fernsehprogramme. Ausgestattet ist Curio mit einem kleinen 17,8 Zentimeter = 7 Zoll TFT-LCD-Bildschirm im 16:9-Format, der gedreht werden kann. Das eingebaute Hochleistungs-Lithium-Ionen-Akkupack ist für eine Batterielaufzeit von rund zwei Stunden gut. Für satten Sound sorgen eingebaute Stereo-Lautsprecher.

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

KRAFTTROTZENDER SONNENANBETER

Um auch die neuesten mobilen Geräte wie iPhone oder iPad unterwegs laden zu können, hat Spranz einen leistungsfähigen SolarCharger im Angebot. Das Gerät verfügt über eine praktische Batterieanzeige sowie wählbare Ladeleistung (500 MaH für Mobiltelefone, 1000 MaH für Hochleistungsgeräte), extrem große Akkukapazität (2600 MaH), eine Markensolarzelle sowie einen USB-Port zur Aufladung am PC. Der Anschluss des mobilen Gerätes erfolgt per USB. Solcher liegt jedem neuen Handy bei, sodass die verwirrende Steckervielfalt entfällt. Das mit robustem Aluminiumgehäuse ausgeführte Ladegerät wird im Designkarton geliefert.

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



-Anzeige-



brecht®
 PROFASHION

DER HERSTELLER VON
 HIGHTECH-FUNKTIONSBEKLEIDUNG
 FÜR DEN GOLFSPORT

AUSSTATTER DER EAGLES 2012



www.brecht-profashion.de
 erhältlich in Ihrem Pro Shop



PRIMA KLIMA

Intelligente Technik plus modernes Design vereint Bel-Air von TFA Dostmann. Bei Bel-Air handelt es sich um einen formschönen Thermo- und Hygrometer, der den Feuchtigkeitsgehalt und die Temperatur misst und die Qualität der Raumluft auf einer farbigen Skala anzeigt. Gleichzeitig wird aber noch das Außenklima mit Hilfe eines kleinen lokalen Funksenders gecheckt. Auf Basis der gemessenen Daten empfiehlt das Gerät, ob etwa die Fenster geöffnet oder geschlossen sein sollen. Bel-Air kennt das richtige Verhältnis aus Wärme und Luftfeuchtigkeit und ermittelt das optimale Lüftungsverhalten.

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

HÖRGENUSS FÜR TABLETS

Ein Lautsprecher mit Halterung für Tablet-PCs, Smartphones und andere gängige Wiedergabegeräte hat reeko im Angebot. Das hochwertige System garantiert einen raumfüllenden und extrem guten Klang, und der verstellbare Arm ermöglicht eine optimale Sicht auf das Display. Der Betrieb erfolgt wahlweise über die mitgelieferten Batterien oder einen 6V-Netzstecker. Netzadapter und Dekoration sind nicht im Lieferumfang enthalten. Geliefert wird im Einzelkarton.

46261 • reeko design GmbH & co. kg • Tel +49 4106 766-0
 info@reeko.com • www.reeko.com



MUSIKALISCHE WERBEGRÜSSE

Musik gehört zu den idealen Katalysatoren für Werbebotschaften aller Art an jede Zielgruppe. Eine Vielfalt medialer Inhalte bietet in.takt aus Hamm: Von Klassik über Rock und Pop bis hin zu Hörbüchern und Programmen für die Bereiche Wellness und Gesundheit gehören zum Standard-Angebot. Über vielfältige Verpackungsmöglichkeiten lassen sich die modernen Medien effektiv in Szene setzen. in.takt berät seine Kunden kompetent zu individuellen Werbemitteln, die sich optimal auf Produkte, Kunden und Aktionen abstimmen lassen.

45228 • in.takt musik und media marketing GmbH • Tel +49 2381 30703-0
 info@intakt-media.de • www.intakt-media.de

-Anzeige-

**OUR EVERGREEN
THE UNTANGLER
ORIGINAL**





IntracoTrading
www.intraco.nl



MEISTERHAFTER DATENFOTOGRAF

Ein interessanter Werbeartikel für alle Elektronikfans, die nicht in der Visitenkarten-Sammelmappe nach den Kundendaten suchen wollen, hat Intraco aus den Niederlanden im Repertoire: den Business Card Scanner. Der Scanner ist kompakt dimensioniert und lässt sich leicht bedienen. Somit lässt sich die Erfassung und Speicherung der Visitenkarteninhalte des Kunden in ein digitales Format spielend leicht umsetzen. Ein Produkt, das insbesondere für Vertriebsmitarbeiter geeignet ist.

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



GELUNGENES DOPPEL

Eine perfekte Kombination bilden das externe Ladegerät und Spider, eine verschiedene USB-Stecker beinhaltende Kabelaufwicklungs-Lösung, aus dem Vertriebsprogramm von Intraco. Die Niederländer versprechen die problemlose Aufladung mit einer Spannung von 1500 MAh für die meisten mit USB-Steckplätzen ausgerüsteten Endgeräte.

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

The Collection

2012

| | |
|---|----------------------------------|
| <p>FROM € 3,540</p> <p>91788</p> | <p>FROM € 2,700</p> <p>90931</p> |
| <p>FROM € 5,040</p> <p>91017</p> | <p>FROM € 1,770</p> <p>91910</p> |
| <p>CUSTOM MADE</p> <p>91757</p> | <p>FROM € 0,520</p> <p>90884</p> |
| <p>FROM € 0,665</p> <p>90846</p> | <p>FROM € 1,645</p> <p>91016</p> |
| <p>Und noch vieles mehr! WWW.TOPPOINT.COM Dies sind Nettopreise inkl. 1 farbigem Druck auf einer Seite exkl. Einrichtungskosten</p> | |



DOPPELT PRAKTISCH

Der Stabilo SMARTball bietet technologiebegeisterten Besitzern von Smartphones und Tablet-PCs einen interessanten Doppelnutzen. Mit Touchscreen- und Kugelschreiber-Funktion verbindet der Druckkugelschreiber von Schwan-Stabilo Promotion Products die analoge mit der digitalen Welt. Die technisch anspruchsvolle Touchscreen-Spitze macht Schluss mit unansehnlichen Fingerabdrücken. Für praktische handschriftliche Notizen ist im Handumdrehen die Kugelschreibermine in Strichstärke 0,5 Millimeter zur Stelle. Das smarte Stiftdesign gibt es in fünf trendigen Farbkombinationen. Die Werbebotschaft findet Platz auf dem 360 Grad rotierbaren Clip und ist somit immer im Blick. Auch auf dem schwarzen Karton-Etui ist eine Werbeanbringung möglich.

43287 • Schwan-Stabilo Promotion Products GmbH & Co. KG • Tel +49 911 5673455
service@stabilo-promotion.com • www.stabilo-promotion.com

BEWEGENDE BILDER

Der digitale Bilderrahmen New Basic von Hama verfügt über ein 20,3 Zentimeter respektive 8 Zoll großes TFT-LC-Display im 4:3-Format sowie über ein integriertes Kartenlesegerät für die gängigsten Formate. Die Bilddateien können gezoomt und gedreht werden und über eine attraktive Dia-Show mit 14 Übergangseffekten oder im Splitscreen-Modus effektiv inszeniert werden. Zu den weiteren Funktionen gehören neben Stromsparmmodus und Bildanzeigedauer auch eine Dateibeschreibung, ein Ordnermodus sowie ein siebensprachiges Menü. Ein USB-Anschluss vom Typ-A, 2.0 High Speed, ist inklusive.

43628 • Hama GmbH & Co. KG • Tel +49 9091 502766
christiane.gawanda@hama.de • www.hama.de



SCHRITZÄHLER FÜR HIMMELSTÜRMER

Skywalk heißt der einfach zu bedienende Schrittzähler von Kasper und Richter, der mit nur einem Knopf alle Funktionen abrufbar macht. Skywalk, eingefasst in eine hochwertige Acrylhaube, gibt es in Polarsilber metallic. Ein großes LCD-Display zeigt den Messbereich bis 100 000 Schritte an. MoonStep, ein weiterer kompakter Schrittzähler von Kasper und Richter, ist ähnlich ausgestattet wie Skywalk und lässt sich dank robustem Clip am Hosenbund befestigen.

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

-Anzeige-





„Leinen Los!“. Mit dem Eventschiff „Sonnenkönigin“ auf Daiber-Jubiläumsfahrt.



DER DAIBER-JAHRHUNDERT-EVENT

LEINEN LOS ZUR JUBILÄUMSFAHRT

100 Years of Textile Competence – ein Anlass, dem ein besonderer Rahmen gebührt. Das Albstädter Traditionsunternehmen Daiber lud deshalb zum exklusiven Event in außergewöhnlichem Ambiente. 400 geladene Gäste feierten mit der Daiber-Crew auf dem Eventschiff „Sonnenkönigin“ in Bregenz am Bodensee das 100-jährige Bestehen der Erfolgsfirma.

Um es vorweg zu sagen: Die Jahrhundertfeier der Gustav Daiber GmbH ließ nichts zu wünschen übrig. Dank eines perfekt bis in visuelle, akustische und kulinarische Details abgestimmten Programms geriet diese „Discovery 100“-Tour für alle

Mitfeiernden zum unvergesslichen Erlebnis. Mit einem erfrischenden Aperitif wurden die Gäste im Hafen von Bregenz von den Generationen drei und vier der Geschäftsleitung, Rolf Daiber und Kai Gminder, in Empfang genommen und konnten

sich so entspannt auf den Abend einstellen. Eine Stromlos-Formation der Band „Südlich von Stuttgart“, die „Living Dolls“ sowie Scherenschnitt-Künstler mischten sich unter die Gäste und sorgten für die richtige Stimmung am Pier und auch auf dem Sonnendeck des Schiffes. Dann hieß es endlich „Leinen los“: Die Sonnenkönigin legte ab und die Zeitreise begann.

ANSCHAULICHE FIRMENGESCHICHTE
Der „Master of Ceremonies“ Markus Linder hieß die Gäste herzlich willkommen und nahm sie mit auf eine Entdeckungsreise durch die 100-jährige Firmengeschichte. Untermalt von einer filmischen Firmenpräsentation und Evergreens aus den jeweiligen Epochen führte er zunächst durch die Anfänge der Geschichte des Fa-



Bestens gelaunt begrüßen Martina und Kai Gminder die Gäste.



Sigrid Gley und Rolf Daiber bei der Begrüßungsrunde.



Neil Kippen, Geschäftsführer der englischen Handelsvertretung: „Rolf Daiber ist ein feiner Mensch.“



Die „Living Dolls“ setzten mit jeweils typischer Mode aus den Jahrzehnten der Daiber-Firmengeschichte schöne Farbtupfer.



Magier und Mentalist Nicolai Friedrich verzauberte das Publikum.

milienunternehmens. Entsprechende Hits wie „Azzurro“ oder „Über den Wolken“ sorgten für ausgelassene Stimmung unter den Gästen. Passend zu den verschiedenen Phasen der Firmenhistorie trugen die Living Dolls die typische Mode aus den Jahrzehnten mit vielen Produkten aus dem breiten Sortiment der Daiber-Eigenmarken Myrtle Beach und James & Nicholson – vom Hippie-Style der Siebziger, über sportliche 1980er-Jahre-Outfits bis hin zu aktuellen Trends. So war die Zeitreise für alle Sinne erlebbar.

FREUNDSCHAFTLICHE DANKESWORTE
Trotz des vollen Programms wollte es sich Neil Kippen, Geschäftsführer der englischen Handelsvertretung, nicht nehmen lassen, nach über 30-jähriger Zusammen-

arbeit ein paar Worte an die gesammelte Gästeschar zu richten und Rolf Daiber für diese Zeit zu danken. Er sprach ihm und der gesamten Daiber-Familie sein Lob und seine Bewunderung für den unvergleichlichen Erfolg des Unternehmens aus: „Rolf Daiber ist ein feiner Mensch und wir wünschen ihm das Allerbeste für die Zukunft.“

MAGISCHE MOMENTE
Kaum waren die Köstlichkeiten des Abends verspeist, da verzauberte Magier und Mentalist Nicolai Friedrich das Publikum nicht nur mit seinen unglaublichen Tricks, sondern auch mit seiner außergewöhnlichen Bühnenpräsenz, die alle in seinen Bann zog. Besonders der Quick Change begeisterte – vor den Augen der Gäste wechselte er in Sekundenschnelle in ein James-&

Nicholson-T-Shirt und behielt das mit einem Transfermotiv veredelte T-Shirt gleich an. Da fiel es einigen Gästen schwer, zwischen Illusion und Realität zu unterscheiden.

ZWEI GENERATIONEN AM STEUER
Höhepunkt des Abends und mit Spannung erwartet – der Auftritt von Rolf Daiber und Kai Gminder. Rolf Daiber, der bereits im Alter von 20 Jahren ins elterliche Unternehmen eintrat, erinnerte sich an seine



Nächtliche Farbspiele am Deck der „Sonnenkönigin“.



Die Band „Südlich von Stuttgart“ heizte mit perfekter Tanzmusik glänzend ein.



PSI-Chef Michael Freter (r.) freut sich mit Kai Gminder, Sigrid Gley und Rolf Daiber.



Zeremonienmeister Markus Linder führte musikalisch durch die Unternehmenshistorie.

Anfänge im Unternehmen. Von den 100 Jahren Firmengeschichte hat er 40 Jahre maßgeblich geprägt. Sein Erfolgsgeheimnis: eine Anforderungsliste, die ihm einst als Auflage von einem der mittlerweile größten Kunden auferlegt wurde, um ins Geschäft zu kommen. Diese Liste begleitete Rolf Daiber von nun an unter dem Namen „20-Punkte-Plan“. Dieser besagt, alle Aufgaben in einem Projekt in 20 Punkte zu unterteilen und diese Schritt für Schritt abzuarbeiten. Seit diesem Zeitpunkt orientiert sich Rolf Daiber bei allen Projekten an diesem Verfahren – und das mit großem Erfolg. Kai Gminder, der die 4. Generation in der Unternehmensgeschichte repräsentiert, wagte einen Ausblick in die

Zukunft und die nächsten 100 Jahre Gustav Daiber GmbH. Mit neuen Vertriebstools und Kollektionen will er das Unternehmen weiterhin so erfolgreich führen.

„WHAT A WONDERFUL DAIBER“

Hinter jedem erfolgreichen Mann steht meist eine starke Frau. Dessen ist sich auch Rolf Daiber bewusst und überraschte seine langjährige Lebensgefährtin Sigrid Gley, die im Unternehmen als Prokuristin und im Vertrieb tätig ist. Er holte sie auf die Bühne und überreichte ihr einen riesigen Blumenstrauß. Passend zu diesem Moment hatte Markus Linder eigens den Daiber-Song vorbereitet „What a wonderful Daiber“, angelehnt an das Original „What a wonderful world“ von Louis Armstrong. Mit

der letzten Liedzeile wandten sich Rolf Daiber, Sigrid Gley und Kai Gminder dankend an ihre Gäste, Mitarbeiter sowie das Daiber-Marketing-Team und verneigten sich vor diesen im Lametta-Regen.

AUF IN DIE NÄCHSTEN 100

Anschließend schloss Zeremonienmeister Linder seine Reise durch die Firmengeschichte mit dem Jahr 2004, dem Eintritt von Kai Gminder ins Unternehmen, und dem Lied „Die perfekte Welle“ ab und überließ die Bühne der Partyband „Südlich von Stuttgart“. Bis in die frühen Morgenstunden feierten die Gäste auf der Sonnenkönigin und wollten diesen besonderen Tag nicht enden lassen. Die nächsten 100 Daiber-Jahre können kommen.





Im Lametta-Regen dankten Kai Gminder, Sigrid Gley und Rolf Daiber ihren Gästen.



Je später der Abend, desto besser die Stimmung: Michael Freter (l.) mit Tore Lindfors.



Bis tief in die Nacht wurde ausgelassen getanzt.

**PRESEBRUNCH –
AUF DEM WEG ZUR NUMMER EINS**

Am Tag nach der rauschenden Bodenseefeier zum 100. Geburtstag der Gustav Daiber GmbH hatte das Unternehmen zum Pressebrunch geladen. Im Badehaus des Seehotels Am Kaiserstrand mit Blick auf die weite Wasserfläche des „Schwäbischen Meeres“ beantworteten Rolf Daiber und Kai Gminder die Fragen der zahlreich erschienenen Vertreter europäischer Branchenfachmedien. Die Moderation übernahm Andreas Kiesewetter von der mit dem Unternehmen Daiber fast 20 Jahre in enger Zusammenarbeit verbundenen Kiesewetter – Die Markenagentur GmbH. Dabei gaben Geschäftsführer Rolf Daiber und dessen Neffe Kai Gminder, seit Kurzem als vierte Generation Mitglied in der Geschäftsführung des Familienunternehmens, in entspannter Stimmung Einblicke in die Entwicklung und Ausblicke in die mögliche Zukunft ihres Erfolgsbetriebs.

Mode- und qualitätsbewusst

Rolf Daiber berichtete dabei von seiner Faszination für die Mode und berichtete sehr an-

schaulich davon, wie es ihm gelang, modische Kreationen in die Welt der Werbetextilien und Caps zu integrieren. Er betonte die „hohen Ansprüche der Daiber’schen Markenkollektionen, sowohl in Anlehnung an aktuelle Fashionthemen als auch in Bezug auf die Qualität der Textilien und deren Veredelung“. Ständig unterwegs auf der Suche nach neuen Ideen verlässt sich der Firmenleiter hier gerne auch auf sein ausgeprägtes „Bauchgefühl“, das ihm schon zahlreiche textile Erfolgsschlager bescherte. Natürlich setzt man bei Daiber auf die professionelle Unterstützung von vier Modeberatern und 16 Designern.

Ziel: Daiber als Nummer eins

Weitere Themen der Presserunde waren die weiteren Entwicklungspotenziale des Unternehmens, das auch dank seiner technologisch topmodernen Ausstattung bestens für die Zukunft aufgestellt ist. Kai Gminder verwies auf die vielen neuen Services-Tools für professionelle Werbemittelhändler, nach wie vor die „Hauptzielgruppe“ von Daiber. Als eigene Vorhaben nannte er das „Kreieren neuer

Segmente im Werbeartikelmarkt“ sowie die „Stärkung des Kollektionsgedankens“ und die weitere Entwicklung trendiger Bereiche. Außerdem möchte Gminder die Bekanntheit der Daiber’schen Brands weiter ausdehnen: „Die Eigenmarken Myrtle Beach und James & Nicholson sollen mehr in den Köpfen der Endverbraucher etabliert werden und als Impulsgeber für Trends und Innovationen im Werbeartikelmarkt wahrgenommen werden.“ Sein ehrgeiziges Ziel: „In den nächsten 10 bis 15 Jahren soll die Gustav Daiber GmbH nicht nur die Nummer eins in Europa im Bereich Caps bleiben, sondern die Nummer eins für sämtliche Werbetextilien werden.“

Weiter auf Kurs

Deutlich wurde an diesem Vormittag allerdings, dass es sich bei den beiden Daiber-Kapitänen um Unternehmer aus Leidenschaft handelt, die je auf ihre eigene Art und Weise dazu imstande sind, ihr „Projekt Daiber“ weiter auf aussichtsreichem Kurs zu halten.



Green+Blue ist der Name der neuen Serie umweltfreundlicher Kalender und Notizbücher. Sie tragen das älteste, bekannteste und strengste Umweltsiegel der Welt, den Blaue Engel.

GEIGER WORKSHOPS 2012

INFORMATIV, PRAXISNAH, BEREICHERND

Damit Vertriebspartner ihr Wissen rund um den Kalender optimieren können, bot die Geiger AG Mitte April zwei Workshops an. Über 60 Teilnehmer fanden den Weg zum Firmensitz in Mainz-Kastel und erlebten ein Programm, das die Welt des Kalender- und Notizbuchherstellers hautnah erlebbar machte.

Zukunft zum Anfassen – so lautet der neue und gut durchdachte Claim der Geiger AG. Er steht nicht nur als Synonym für das haptische Erlebnis und die Zukunft der Produkte der Kalenderschmiede. Er beschreibt zudem die gewünschte Nähe zu den Handelspartnern des Unternehmens. Mit seinen Workshops, zu denen

der Traditionsbetrieb am 17. und 19. April geladen hatte, füllte Geiger den neuen Claim mit Leben. In praxisnahen Vortragsprogrammen erhielten die Vertriebspartner aktuelle Informationen zu Produktneuheiten, Material, Druck und Veredelung sowie über aktuelle, branchenrelevante Themen. Besonderes Interesse fan-

den dabei die Ausführungen zur GWW-Werbeartikelwirkungsstudie, die dem Kalender Bestnoten zuschreibt.

GWW-STUDIE:

WERBEKALENDER PUNKTEN

„Die Studie zeigt Top-Werte bei der Verbreitung, Nutzung und Werbeerinnerung von Werbekalendern auf“, kündigte Jür-



Der hoch entwickelte Maschinenpark versetzte die Besucher in Erstaunen.



Dirk Mroczek, Verkaufsleiter bei Geiger, informierte unter anderem über Neuigkeiten aus dem Unternehmen. So wurden etwa das Personal aufgestockt und wichtige outgesourcte Arbeitsschritte wieder ins Haus geholt.

gen Geiger, Vorstand der Geiger AG, in seiner Willkommensrede an. Und tatsächlich präsentierten die folgenden Detail-Ergebnisse den Kalender als hoch effizientes Werbemittel: So werden Organisationskalender und Notizbücher im Schnitt zweimal täglich genutzt und damit doppelt so häufig wie die meisten anderen Werbeartikel. Vor allem die Werbung auf Wandkalendern fällt auf und bleibt im Gedächtnis. Drei von vier Befragten erinnern sich an den Absender der Werbung. Mit den exklusiven Studienergebnissen gab die Geiger AG ihren Vertriebspartnern zugkräftige Werbeargumente an die Hand.

EXPERTENWISSEN FÜR HANDELSPARTNER

Wissenswertes für die tägliche Arbeit der Handelspartner zu bieten – das war das Ziel der sich anschließenden Vorträge. Die Bandbreite der Seminare war groß und reichte von den Geiger-internen Abläufen über das Produktportfolio bis hin zu Ausführungen rund um Papier und Veredelungsmöglichkeiten. So lernten die Workshop-Teilnehmer im Laufe des Tages unter anderem: Wie ein optimales Druckerergebnis erzeugt wird, was hinter der neuen Complete-Reihe steckt und wie Geiger

das aktuelle Produktsicherheitsgesetz umsetzt. Den Abschluss der Vortragsreihe bildete eine kurze Präsentation der Online-Services auf www.geiger.ag. Sie bieten den Vertriebspartnern einen Überblick über ihren Auftrag, von der Produktinformation über das Angebot bis hin zum Weg des Kalenders durch die Fertigung.

EIN BLICK HINTER DIE KULISSEN

Abgerundet wurde der interessante Tag im Hause der Geiger AG mit vielfältigen Einblicken in die tägliche Arbeit der Kalenderexperten. Bei einer Besichtigung der 5000 Quadratmeter umfassenden Produktions-, Lager-, und Verwaltungsfläche lernten die Workshop-Teilnehmer nicht nur das Know-how des Geiger-Teams sowie die Produktions- und Veredelungstechniken hautnah kennen. Auch der hoch entwickelte Maschinenpark stand in Fokus der Betriebsführung. Für besondere Aufmerksamkeit sorgte das neue Flaggschiff in den Geiger-Produktionshallen: die Buchstraße MüllerMartini. Sie produziert mehr als 2000 Hardcover-Bücher in der Stunde und zwar in bester Qualität mit rundem Rücken, Kapitalband, Zeichenband und auf Wunsch einzeln eingeschweißt. Echte Wertschätzung erhielt die Qualitätsarbeit

„made in Germany“, die bei Geiger ganz früh im Produktionsprozess beginnt: So zeigte sich im Rahmen der Führung, dass kaum eine Maschine des Traditionsbetriebes „von der Stange“ ist. Ganz im Gegenteil. Viele von ihnen sind Spezialkonstruktionen, die auf Anregung und unter Mitwirkung der Geiger-Mitarbeiter konstruiert und gebaut wurden. Bestaunt wurde zudem ein Service, der bei den hohen Lohnkosten in Deutschland nicht selbstverständlich ist. Trotz des ausgeprägten Automatisierungsgrades leistet sich das Unternehmen aus Mainz-Kastel auch noch jede Menge Handarbeit.

ENGER SCHULTERSCHLUSS

Dass die Veranstaltungen gut ankamen, steht außer Frage. Gut gelaunt und voller Energie zeigten sich die Teilnehmer gegen Ende der Workshops. Kein Wunder, schließlich verließen sie den Vorort der Landeshauptstadt Wiesbaden mit vielen wichtigen Informationen für das tägliche Geschäft. Somit hat der Kalender- und Notizbuchhersteller ein weiteres Mal einen fruchtbaren Nährboden für die gute Zusammenarbeit gelegt und das besondere Vertrauen zu seinen Handelspartnern weiter ausgebaut. <



THOMAS KARLOWSKY

„ICH BRAUCHE HERAUSFORDERUNG“

120 Jahre alt wird das Unternehmen, das Thomas Karlowsky in der vierten Generation schon seit 1990 führt. Mit Ehrgeiz und Durchhaltevermögen hat der ehemalige Leistungssportler sein Erbe zu dem gemacht, was es heute ist: Karlowsky Fashion, ein moderner Hersteller von Corporate Wear und Partner des Werbeartikelhandels für Textilien in Profi-Qualität. Die spannende Geschichte eines Unternehmens, das schwierige Zeiten überstehen musste, und eines mutigen Unternehmers, der das Unmögliche möglich gemacht hat.

Wir besuchten Thomas Karlowsky am Firmensitz Hohendodeleben. Das weitläufige, funktionale Gebäude liegt keine 20 Kilometer entfernt von Magdeburg, eingebettet in eine flachwellige, fruchtbare Landschaft. Das riesige Lager, nur eines von mehreren, bietet Raum für das komplette Vollsortiment des Textilspezialisten. Jeder Artikel ist hier in jeder Größe und

jeder Farbe am Lager und kann innerhalb von 24 bis 48 Stunden ausgeliefert werden. Seit 2008 ist Karlowsky Fashion hier angesiedelt, nachdem der Platz auf dem seit vier Generationen im Familienbesitz befindlichen Grundstück im Herzen von Magdeburg zu eng geworden war. Kein Wunder, hatte das Unternehmen gerade in dieser Zeit einen weiteren Sprung nach

vorne getan: denn 2008 kam Karlowsky in Kontakt mit der Werbeartikelbranche und wurde Mitglied der JCK-Holding. Seither beliefert Karlowsky Fashion den Werbeartikelhandel mit einem preislich attraktiven Grund-Sortiment in Corporate Wear für Gastronomie, Hotellerie und Kliniken in Profi-Qualität, werbewirksame Ideen inklusive. Im Fachhandelsvertrieb zählt das

Unternehmen die wichtigsten Handelsketten wie beispielsweise Citti, Edeka, Rewe zu seinen Kunden. Sie alle statten das Personal ihrer Großhandelsmärkte mit Karlowsky-Berufskleidung aus, die sich durch Qualität, modische Schnitte und gute Passform auszeichnet. Bis zum heutigen Erfolg war es ein weiter und zuweilen steiniger Weg. Wir gehen also zunächst einmal zurück ins Jahr 1892, als alles begann.

FLORIERENDES FAMILIEN- UNTERNEHMEN

Damals gründete August Karlowsky, der Urgroßvater von Thomas Karlowsky, in Magdeburg eine Manufaktur, Woll- und Schnittwarenhandlung und fuhr mit Holzkarren zu den Märkten in der Gegend, wo er seine Waren anbot. Der Verkauf lief so gut, dass er schon bald ein Einzelhandelsgeschäft eröffnen und später zusätzliche Wohn- und Geschäftshäuser bauen konnte. 1936 ging das Unternehmen an die nächste Generation über. Hermann und Frieda Karlowsky führten die Geschäfte weiter. Hermann Karlowsky erweiterte zunächst das Sortiment um Kurzwaren und traf die zukunftsweisende Entscheidung, selbst eine Textilproduktion mit Näherei aufzubauen und Wäsche und Schürzen über den eigenen Großhandel zu vermarkten. Dank technischem Fortschritt und geschickter Geschäftsführung expandierte die Produktion und es entwickelte sich ein florierendes Großhandelsunternehmen.

SCHWERE ZEITEN

Im Januar 1945 kam das vorläufige Aus: Bei einem Luftangriff wurden die Produktionsstätten im Zentrum Magdeburgs zerstört. Nur ein Einzelhandelsgeschäft und ein Firmengelände überlebten den Krieg unbeschadet. Vorausschauend erkannte Hermann Karlowsky die drohende Verstaatlichung und vermietete daher das Firmengelände an einen Betrieb zur Schürzen- und Spritzbeutelherstellung. Dank dieser klugen Entscheidung konnte er die Enteignung vermeiden. Nach seinem Tod führte seine Frau Frieda sein Lebenswerk weiter. Sie unterzeichnete 1973 einen Kommissionsvertrag mit dem Staat DDR, der den Fortbestand des Unternehmens sicherte.

Immerhin blieb so der Familie ihr Eigentum erhalten, das sie selbst verwaltete konnte. Nach dem Tod Frieda Karlowskys 1973 traten ihre beiden Töchter Gertrud und Giesela, die Mutter von Thomas Karlowsky, das Familienerbe an. Doch schon im nächsten Jahr verstarb auch Giesela Karlowsky und der Besitz ging an ihren damals 14-jährigen Sohn Thomas über. Dessen Tante Gertrud führte den Einzel- und Großhandel mit Textilien und Kurzwaren weiter. Dieser Geschäftszweig ist der eigentliche Vorläufer des heutigen Unternehmens. Parallel dazu existierte die oben erwähnte Schürzen- und Spritzbeutel-Produktion, inzwischen Bestandteil eines Staatsbetriebs.

LEISTUNGSSPORTLER UND TRAINER

Eine lange und wechselvolle Firmengeschichte also, schon bevor Thomas Karlowsky 1990 ins operative Geschäft einstieg. Dieser hatte sich nicht so intensiv auf seine künftige Unternehmerfunktion vorbereiten können, wie es ihm lieb gewesen wäre. Denn in der DDR gab es kein BWL-Studium in unserem Sinne, wie es ihn interessiert hätte, lediglich ein ideologisch gefärbtes Ökonomie-Studium. Also studierte er stattdessen lieber Sportwissenschaft an der renommierten Sporthochschule der DHfK in Leipzig. Sportler aus der DDR waren international unter den Besten und hatten die Möglichkeit, die Welt kennenzulernen. Sie waren Disziplin und Leistungsdruck gewohnt und technisch perfekt. Was also könnte ein effektiveres Handwerkszeug für einen erfolgreichen Unternehmer sein? Doch nach seiner aktiven Zeit führte Thomas Karlowsky zunächst als Trainer mehrere Kanuteams zu sportlichen Höchstleistungen und sogar bis zur Olympia-Teilnahme. In dieser Zeit entwickelte er auch ein Trainingsgerät, das Kanu-Rennsportler bei der Optimierung

ihrer Technik unterstützt, und erwarb ein Patent dafür.

NEUANFANG UND AUFBRUCHSSTIMMUNG

1989 änderte sich die Situation: Die DDR-Staatsführung verordnete den verbliebenen Firmeneigentümern per Gesetz die Renovierung ihrer Fabriken. Für Thomas Karlowsky klang das damals wie Hohn: „Mein Grundstück lieferte keinerlei Rendite, ja, ich durfte es nicht einmal betreten – da kamen Investitionen für mich einfach nicht in Frage. Zudem war das ein halbes Jahr vor der Wende und man wusste ohnehin nicht, wie sich die Lage entwickeln würde.“ Diese Situation erschien ihm aussichtslos, und da er keine wirkliche Lösung wusste, gab er eine Anzeige auf: „Tausche Grundstück gegen Wartburg“. Auf diese Weise würde er seinen alten Trabbi wenigstens durch ein besseres Auto ersetzen können. Als auf die Annonce kein Angebot kam, erwachte sein Sportler-Ehrgeiz, zumal inzwischen die Grenze geöffnet war und die ungeheure Aufbruchsstimmung dieser Zeit auch ihn beflügelte. Also verschaffte er sich Zutritt zum Firmengelände und einen Überblick über die Produktion. Die Zahlen legte er einem Steuerberater und alten Freund der Familie vor, der ihm dazu riet, die Schürzenproduktion weiterzuführen und später den Erfordernissen des Marktes anzupassen. Als das Ziel damit klar war, verlor er keine Zeit. Er holte sich sein Unternehmen zurück und startete mit einem Kapital von 10 000 DDR-Mark durch. Dass in der Zeit

der Wende noch jede Menge Hürden zu überwinden waren, ist klar: So fuhr er mit seinem gelben Trabbi nach Hannover und kaufte als erstes ein Faxgerät, das ihm der Händler kulanterweise überließ, obwohl er es erst später in D-Mark bezahlen konnte. Karlowsky übernahm das Personal,



weitete den Kreis der Zulieferer aus, startete Akquiseaktionen – mit einem Wort, er fing ganz von vorne an. Das war schwer genug, denn inzwischen hatten sich die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen komplett verändert.

UNTERNEHMENSKONZEPT FÜR DIE ZUKUNFT

In dieser Zeit schuf Thomas Karlowsky die Basis für das heutige Unternehmen. Er wurde kreativ und nichts war ihm zu viel. Er hatte Erfahrung im Konzipieren und er ging sein Unternehmenskonzept genauso systematisch und strategisch klug an wie zuvor seine Trainingskonzepte. Er recherchierte, beobachtete den Wettbewerb, suchte dessen Schwachstellen und fand Nischen für seine Produkte. Also wurde das Sortiment der Einheits-Gummischürzen um Baumwollschürzen erweitert, die es auch in mehreren Größen und Farben gab. Das konnte problemlos mit den vorhandenen Maschinen realisiert werden. Mittlerweile hatte er sich doch einen Wartburg angeschafft und klapperte den Westen Deutschlands nach Kunden ab. Dabei lernte er den Markt kennen und kam auf neue Produkt- und Marketingideen nach dem Motto: „Was muss ein Gastronomie-Profi alles kaufen, was braucht er?“ Gleich 1989 bot er beispielsweise erstmals Kellnerbürsten mit

an, denn sie gehörten zur Grundausstattung, die jeder Kellner mitbringen musste. Der Gedanke, einmal Vollsortimenter zu werden, wurde also schon früh geboren, auch wenn er erst später in die Tat umgesetzt werden würde.

KREATIV UND MUTIG NACH VORNE

„Ich war schon ein bisschen verrückt“, kommentiert Karlowsky heute seine erste Messteilnahme 1992, als er an einem Zwei-Quadratmeter-Stand auf der Fleischerfachmesse seine Schürzen präsentierte. Doch die Rechnung ging auf und er gewann neue Kunden. Er investierte zunehmend auch in Werbung und mit dem witzigen Slogan „Deutschlands Schürzenjäger Nummer eins“ wurde die Firma schlagartig bekannter. Bei allem, was er tat, hatte er immer das Ziel im Hinterkopf, eine Marke aufzubauen, die auch beim Endverbraucher bekannt sein würde. Nicht selten war der Sport Türöffner für Gespräche oder führte zu treuen Kunden. Inzwischen hatte er seine Kollektionen weiter ausgebaut, die Kataloge wurden von Jahr zu Jahr dicker. Das Unternehmen hatte sich klar positioniert als Hersteller hochwertiger Berufskleidung mit Schwerpunkt Gastronomie und Hotellerie und von hier aus war der Weg zum Vollsortimenter nicht mehr weit. Wer den aktuellen Katalog durchsieht, der findet ein

durchdachtes Sortiment, in dem jedes noch so kleine Accessoire in vielen Ausführungen vertreten ist: Kellnerbörsen, Mützen, Tücher, Gürtel, Binder, Kellnerbesteck, Küchentücher, sogar die Knöpfe der Kochjacken beispielsweise kann man sich aussuchen. Und natürlich gibt es die Kellnerbürste immer noch.

VOLLSORTIMENTER IN CORPORATE WEAR

Heute beliefert Karlowsky Fashion als Vollsortimenter Großhandel, Großkundenmärkte von Handelsketten, Fachversender und Werbeartikelhandel mit Berufskleidung in Profi-Qualität, auch europaweit. Die Produktlinien Basic, Classic, Premium und Rock Chef sprechen jeweils andere Zielgruppen an – vom Berufseinsteiger über Chefköche bis hin zu trendbewussten Aufsteigern, die sich gerne in Szene setzen. Produziert wird in Osteuropa und China, die Produktentwicklung ist in Magdeburg ansässig, wo hochprofessionelles Textil-Know-how zu Hause ist. Dort entwickeln hochqualifizierte Mitarbeiter wie Designer und Textilingenieure Schnitte und Passformen, wählen Stoffe, machen Vorgaben für die Produktion und kontrollieren die Qualität. Die Werbeartikelkunden ordern zwar mehrheitlich das Basic-Segment, das Funktionskleidung bietet, die Profi-Ansprü-



chen gerecht wird. Wer jedoch auf aufwendigere Details Wert legt, kann natürlich auch auf die anderen Produkt-Segmente zurückgreifen. Alles kann durch Bedruckung und Bestickung hochwertig individualisiert werden. „Im Werbeartikelbereich öffnen oft andere Produkte die



Tür für Corporate Wear“, weiß Karlowsky aus Erfahrung. „Wenn ein Hotel beispielsweise Schreibblöcke und Stifte oder kleine Süßigkeiten bestellt, kann der Händler immer auch auf unsere schicke Berufskleidung verweisen. Mit unserer Produktvielfalt, Qualität und Lieferfähigkeit haben wir dann gute Chancen.“ Ein überwältigender Beweis für die Leistungsfähigkeit des Unternehmens: Karlowsky Fashion wird die Damen und Herren einkleiden, die bei den diesjährigen Olympischen Spielen in London im Deutschen Haus den Service für die Gäste übernehmen.

GENIALE IDEE: ROCK-CHEF-KOLLEKTION

Wieder war es eine Messe, die Thomas Karlowsky auf eine vielversprechende Idee brachte. 2009 erfuhr er auf einer Textilmesse, dass der bekannte Fernsehkoch Stefan Marquard auf der parallel stattfindenden Gastronomie-Messe Intergast eine Kochshow veranstalten würde. Den berühmten Koch mit seinem extravaganten Outfit und den außergewöhnlichen Auftritten fand er schon immer gut und so sah er sich die Kochshow an. Spontan kam er auf die Idee, dass sich Marquard als Testimonial für seine Kollektion eignen könnte und stellte sich ihm gleich nach der Show vor. „Kein Interesse“, war die enttäuschende Antwort. Doch Karlowsky ließ nicht locker, zumal er sich Stefan Marquard inzwischen nicht nur als Testimonial vorstellen konnte, sondern auch als Partner bei der Entwicklung einer jungen, trendigen Kollektion für Köche, die sich vom Mainstream abheben möchten. Dieses erweiterte Konzept stellte er der Managerin Marquards vor und erhielt wieder eine Absage. Allerdings gelang es ihm mit viel Geduld, einen Termin mit dem großen Koch persönlich zu vereinbaren. Er traf Marquard in dessen Restaurant in München, und die beiden waren sich sofort sympathisch. Karlowsky erzählte sein Leben und die Geschichte seiner Firma, und der Koch war beeindruckt. Von der Qualität der Textilien und gleichermaßen von den Qualitäten Karlowskys überzeugt, brachte er seinen Namen und seine Ideen in die Entwicklung der Rock-Chef-Kollektion mit ein. Eine menschlich und geschäftlich gewinnbringende Zusammenarbeit war entstanden, die bis heute eine stetig wachsende Kollektion auffällender und witziger Profi-Textilien hervorgebracht hat. Der bisherige Höhepunkt der Kooperation: Anlässlich des 120-jährigen Firmenjubiläums wird auf dem Karlowsky-Fashion-Sommerfest ein VIP-Treffen mit dem Rock-Chef Stefan Marquard verlost. <

THOMAS KARLOWSKY IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Wie organisiere ich das Projekt Olympia 2012?

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn ich einen neuen Kunden gewonnen habe.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Erfolg!

Und was bringt Sie auf die Palme?

Menschen, die nicht organisiert sind.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Wenn ich alles gegeben habe, mit mir im Reinen bin und trotzdem nicht zum Erfolg gekommen bin.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

Am Meer mit Blick auf das Unendliche.

Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?

Ostsee – Usedom, Bansin.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Mode!

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Ja.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn dieser in Erinnerung bleibt.

Der beste, den Sie je bekommen haben?

Ich habe ihn noch nicht bekommen.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Ideenlosigkeit.

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



DAS LOGO WÄCHST MIT

Ein lächelnder Smiley oder sogar das eigene Logo sprießt aus der Wachs-
tumsschale von Multiflower und bringt frisches Grün auf den Schreibtisch
oder die Fensterbank. Das Set enthält alles für eine sichere Anzucht: Erdreich,
Samen und eine Schablone sind im Schuber enthalten. Auf der Rückseite
erfährt der Anwender, wie er das Logo zum Wachsen bringt. Der Schuber selbst
ist bereits ab einer Auflage von 250 Stück individuell gestaltbar. Alternativ
stehen Standard-Eindruckflächen zur Verfügung. Eine eigene Logo-Schablone
für noch mehr Individualität gibt es ab 1000 Stück. Mit nur zehn Millimetern
Stärke ist der Schuber auch Mailing-geeignet.

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

STADION FÜR FANS

Das neue Tipp-Kick-Stadion von E & H Design Kunststoffver-
arbeitung können Fußballfans jetzt nach eigenen Wünschen
gestalten. So lässt es sich ganz auf die Lieblingsmannschaft oder
das eigene Unternehmen ausrichten. Der Spielkörper ist
standardmäßig mit neutralen Aufklebern bestückt, kann jedoch
vom werbenden Unternehmen individuell veredelt werden. Das
Stadion-Set enthält alles, was für ein entspannendes Fußball-
match benötigt wird: Das Stadion mit Spielfeld, ein Satz Aufkle-
ber, zwei Netztoie, zwei Top-Kicker, zwei Star-Keeper, zwei
Bälle sowie die Spielregeln machen den Start leicht.

47632 • E & H Design Kunststoffverarbeitungs GmbH • Tel +49 6732 93260
info@eh-design.de • www.eh-design.de



KONFEKTIONIERUNG IM BLICKPUNKT

Erstmals in der Firmengeschichte stellt sich Sprintis Schenk jetzt auf der
drupa in Düsseldorf dem internationalen Publikum vor. Nach Aussage des
Unternehmens präsentierte man dort die breiteste Auswahl hochwertiger
Konfektionierungsmittel der Messe. Neben bekannten Topsellern wie
Visitenkartentaschen, Buchschrauben oder Klebepunkten zeigte das Unter-
nehmen erstmals dort auch Atlaskordeln, Displayhaken und Posterschiene
aus Aluminium. Besondere Nachfrage herrschte während der 14 Messtage
bei Produktmustern und nach dem gerade frisch erschienenen Gesamtkatalog
in deutscher und englischer Sprache. Sprintis steht, wie der Name sagt, für
kürzeste Lieferzeiten und einen persönlichen Service.

47909 • Sprintis Schenk GmbH & Co. KG • Tel +49 931 404160
info@sprintis.de • www.sprintis.de

Gemeinsam erreichen wir mehr!



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

H i g h l i g h t i m H e r b s t

bwg-TREND

14. - 15. September 2012

Die Messe für den Werbeartikel-Handel im Euromoda/Neuss



Treffen Sie über 100
Werbeartikel-Lieferanten
in entspannter Atmosphäre
und entdecken Sie
zahlreiche Neuheiten für
das Jahres-Endgeschäft.

Als bwg-Mitglied erhalten Sie
bis zu fünf kostenlose Tickets!

Warum Mitglied werden?

- ➔ Attraktive Rahmenverträge
- ➔ Unterstützung bei Inkasso
- ➔ Netzwerk mit Kollegen
- ➔ Lobbyarbeit für den Werbeartikel



EM ZUM ANFASSEN

Eine schmackhafte Kombination von Spiel, Spaß, Spannung und Genuss hat sich MyMinis aus dem Erlebnisreich Besi für die anstehende Fußball-Europameisterschaft einfallen lassen. Die Fußballbox, gefüllt mit drei kleinen Minis zu je 20 Millilitern, bringt Fans eine Menge Spielspaß und nach dem Abpfeiff einen stimmungsvollen Ausklang. Die Box bietet mit der komplett bedruckbaren Fläche viele Werbemöglichkeiten und auch die Mini-Flaschen selbst lassen sich mit dem eigenen Logo in 47 verschiedenen Mannschaftsversionen (Sorten) bestücken. Individualisierbar sind zudem die Innenbände, der Spielfeldrasen und die gesamte Außenhülle des unterhaltsamen Spieles. Dank digitaler Drucktechnik bietet der Hersteller eine kurze Vorlaufzeit und bereits ab einer Kleinauflage von nur 100 Stück alle Werbemöglichkeiten.

47359 • Erlebnisreich Besi – Abteilung myminis, Inh. Jürgen Belthle • Tel +49 7570 550
info@myminis.de • www.myminis.de

GRIFFBEREITER ALLZWECKBEUTEL

Ein nützlicher Begleiter für jegliche Outdoor-Aktivitäten ist der Allzweckbeutel der emotion factory. Er bietet nicht nur eine besonders große und auffällige Werbefläche für individuelle Gestaltungen, sondern schon gleichzeitig noch die Umwelt. Drei Plastikbeutel am Stück befinden sich in der rundum bedruckbaren Box. Sie sind stets griffbereit, wenn unterwegs ein Beutel für alle möglichen Einsatzbereiche fehlt. Auf Wanderungen, im Handschuhfach oder in der Reisetasche ist er schnell griffbereit und universell nutzbar. Die Bedruckung ist im 4c-Digitaldruck bereits ab einer Auflage von 250 Stück möglich.

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



KLEINES FORMAT – GROSSE WIRKUNG

Die kleine Variante der Lkw-Planentasche von Trendbagz vereint einen hohen praktischen Nutzwert mit besonders kompakten Abmessungen. Sie ist als klassische Umhängetasche vor allem auch für Kinder nutzbar, bietet aber auch eine Reihe weiterer Anwendungsmöglichkeiten. So finden in ihr die gängigsten Netbooks und Tablet-PCs Platz und Schutz. Die Truckz Small ist kurzfristig ab Lager verfügbar, teilt der Hersteller mit, und kann wahlweise per Druck oder Bestickung veredelt werden. Die ganze Fülle der Möglichkeiten zeigt ein Blick auf die Webseite des Unternehmens.

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



KOMPRIMIERTE WERBEKRAFT

Eine echte Alternative zu eher langweiligen Verpackungen für Promotional-Shirts, Handtüchern oder Einkaufstaschen stellt TS Com'Pack jetzt vor. Das Unternehmen komprimiert das Volumen der zuvor bedruckten Textilien und bringt sie damit in eine vom Kunden vorgegebene Form. Rund 250 verschiedene Formen von der Flasche über geometrische Figuren bis zu ausgefallenen Designs stehen dafür zur Verfügung. Der Aufmerksamkeitswert der Textilien steigt durch die ungewöhnliche „Verpackung“, die aus dem Produkt selbst besteht, beachtlich an. Für die hohe Qualität der T-Shirts steht die Partnerschaft mit dem Hersteller Sol's. Zum Entpacken der Shirts oder Handtücher werden diese schlicht in klares Wasser getaucht. Innerhalb kürzester Zeit sind sie dann verwendungsfähig.

46265 • TS Com'Pack • Tel +33 04 72859234
gm@tscompact.com • www.tscompact.com

MUSIK NUR FÜR MICH

Das Philips-Werbeartikel-Sortiment bei Intraco Trading wird durch einen neuen Kopfhörer erweitert. Der SHL5605BK-Stirnband-Kopfhörer sorgt für einen besonders klaren, natürlichen Klang. Er vermittelt durch die sogenannte Soundseal-Technologie absolute Privatsphäre für die Musik: Das Verfahren wurde entwickelt, um sicherzustellen, dass außer dem Träger des Kopfhörers niemand sonst in den Musikgenuss kommen kann. Weiche Polster sorgen für mehr Hörkomfort, das weiche Kopfband für maximalen Tragekomfort. Musik hören und telefonieren ist durch das Inline-Mikrofon möglich. Die neuen Philips-Bluetooth-Stereo-Headsets garantieren reinen Klang-kabelgebunden oder drahtlos. Die digitale Verstärkung liefert kräftige Bässe und einen klaren Klang. Deluxe FloatingCushions ermöglichen eine vollständige multidirektionale Anpassung an die Ohrmuscheln.

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



FRÜHSTÜCKEN WIE DIE GROSSEN

Mit einem neuen Kinder-Frühstücksset aus hochwertigem Melamin von Gimex können sich jetzt auch Kinder bei Tisch wie die „Großen“ fühlen. Das Set besteht aus einem Frühstücksbrettchen mit Bechervertiefung und passendem Becher. Es kann mit Edelstahlbesteck für Kinder komplettiert werden und ist in beiden Versionen im passenden individualisierbaren Geschenkkarton verpackt. Die Brettchen haben Silikonfüße für sicheren Stand, glänzen wie Porzellan und sind pflegeleicht sowie spülmaschinenfest. Ein hochwertiger 4c-Druck oder alternativ ein Silk Print bringt Farbe auf den Frühstückstisch. Brettchen und Becher lassen sich übrigens – wie der Fensterkarton auch – nach Kundenwunsch individuell gestalten. Das Material quillt im Wasser nicht auf und splittert auch an den Rändern nicht ab. Alle Teile sind TÜV- und SGS-geprüft und entsprechen den Richtlinien und Verordnungen der Europäischen Kommission.

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





EINZIGARTIG MIT GROSSEM MAUL

Alles, was ein professioneller Maul-Ringratschenschlüssel können muss, vereint der Profi-Maulschlüssel Joker von Wera in einem Werkzeug. Insbesondere vier gravierende Vorteile nennt der Hersteller als Argumente für den Joker. Mit der Haltefunktion werden Muttern und Schrauben sicher geführt und ein Herunterfallen wird verhindert. Der clevere Endanschlag verhindert zudem das Abrutschen vom Schraubenkopf nach unten. Eine Doppelsechskantgeometrie und extrem harte Zähne sorgen für reduzierte Wegrutschgefahr auch bei hohen Drehmomenten und schließlich ermöglicht der geringe Rückholwinkel von nur 30 Grad gegenüber herkömmlichen 60 Grad ermüdungsfreies Arbeiten und vermeidet lästiges Wenden des Schlüssels.

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

SONNENSCHNITT IM BECHER

Falls in diesem Sommer die Sonne mal nicht scheinen sollte, kommt von Multiflower ein adäquater Ersatz für den Schreibtisch. Wachstum 2Go ist ein kleiner Becher, ähnlich dem bekannten Kaffeebecher für unterwegs, in dem sich eine Erdtablette und Samen für eine Zwergsonnenblume befinden. Nach der Aktivierung der Tablette wächst die Mini-Sonnenblume schnell heran und bringt Sommerstimmung auch an trüben Tagen. Platz für sonnige Werbebotschaften ist auf dem Standardmotiv der Becher-Banderole oder auf Wunsch ab 250 Stück Auflage auch auf der kompletten Banderole. Je nach Aktionsthema oder Kundenanfrage sind auch andere Samensorten lieferbar.

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



SCHUTZENGELE FÜR DIE KRAWATTE

Als echter Schutzengel für Krawattenträger im Restaurant oder am Buffet fungiert der neue Tie-Angel von Tablemarketing & Consulting. Der pfiffige Einmal-Krawattenschutz hält zuverlässig Spritzer und Flecken von Sauce oder Dressing von der Krawatte fern. Er wird mit einer Schlaufe am Hemdkragen eingesteckt und kann auf Wunsch und um ganz auf Nummer sicher zu gehen auch um die Krawatte herum zusätzlich fixiert werden. Der Tie-Angel ist zudem aber auch ein beachteter Werbeträger. Er liegt zentral im Blickfeld des Gegenübers und kann sowohl mit einem Logo bedruckt oder auch komplett individuell gestaltet werden.

48515 • Tie Angel Tablemarketing & Consulting • Tel +43 699 14144101
thomas.soukop@tie-angel.at • www.tie-angel.at



WERT MIT DURCHBLICK

Die neuen Crystal Tokens von B-Token eignen sich aufgrund ihres transparenten Looks vor allem als Wertmarken oder Eintritts-Jetons für außergewöhnliche Events und Veranstaltungen. Sie können je nach Anlass und Kundenwunsch farbig bedruckt werden. Besonders exklusiv und unverwechselbar dienen sie dann auch in sicherheitsrelevanten Bereichen als Eintrittsmarke. Verwendbar sind die kleinen Marken praktisch für alle Zwecke, bei denen es auf individuelle Kennzeichnung einzelner Sektoren oder Marketingziele ankommt. Selbst als Souvenir können die Jetons genutzt werden, sagt der Hersteller. Bedruckbar ist jeweils eine Seite in allen Pantonefarben oder vielen anderen Tönen nach Wunsch des Kunden.

48045 • B-Token BVBA • Tel +32 14 389900

info@b-token.eu • www.b-token.eu

PRAKTISCH UND SCHÖN SCHARF

Funktion und Design des neuen Taschenmesser-Modells Struktura iLove von Richartz passen nahtlos in die iPod-Welt von heute. Mit glänzenden Oberflächen wahlweise in Schwarz, Rot oder Blau und den angenehm weichen und griffigen Noppen bietet das Messer nicht nur optisch, sondern auch haptisch ein ganz besonderes Erlebnis. Eine Vielzahl nützlicher Funktionen schließlich macht das iLove zum Begleiter für jeden Tag. Ein individuelles Branding ist, wie bei allen Messern von Richartz, natürlich möglich und selbst im Set mit einem hochwertigen Lamy-Kugelschreiber macht es eine gute Figur.

40884 • Richartz GmbH • Tel +49 212 232310

info@richartz.com • www.richartz.com



ERFOLGSREZEPT MIT RUNDUM-SLEEVE

Das neue Patenttöpfchen der emotion factory ist mit frischer Erde gefüllt und beherbergt im Deckel den passenden Samen. So bietet es ein Erfolgsrezept für anspruchsvolle Werbebotschaften. Brandneu ist der rundum laufende und in Fotoqualität gestaltbare individuelle Sleeve um das Werbetöpfchen. Die Gefäße sind in verschiedenen Farben lieferbar. Der Einleger im Deckel ist zudem auch komplett individuell und passend zum Sleeve im 4c-Digitaldruck gestaltbar. Ein Give-away für den dauerhaften, im wahrsten Sinne des Wortes „wachsenden“ Werbeeinsatz, dem die Zielgruppe besonderes Augenmerk widmen wird.

45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 81550

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

 **DreamPen**[®]

Galaxy Clip4You

individual shape of the clip is available from 3000 pcs



www.dreampen.pl



PLAGEGEISTER OHNE CHANCEN

Gut gerüstet in den Sommer und die Saison damit oft verbunden lästiger Insekten geht die Herman Flörke GmbH mit dem ZeckEck, dem neuen ZeckEx und der stylishen Fliegenklatsche. Mit zwei unterschiedlich großen Zeckenaufnahmeöffnungen und der integrierten Lupe lässt sich jedes Zeckenproblem schnell aushebeln. Die klassische Alternative dazu ist die Zeckenzange ZeckEx mit Zangenschutz und großer Werbefläche. Mehr als nur eine Waffe gegen die Fliegenplage, die man versteckt hält, ist die Flörke Fliegenklatsche. Das witzige Accessoire kann man getrost vorzeigen. Der Insektenvernichter kommt mit einem gut bedruckbaren Kunststoffgriff sowie einer flexiblen und fast unzerstörbaren Netzgitter-Klatscheinheit daher.

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

NEUHEIT IM SCHECKKARTEN-FORMAT

Die 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 +49 621 4844799
info@creation-cilia.de • www.creation-cilia.de



MODISCHE HIGHLIGHTS ZUM JUBILÄUM

Das Jubiläumsjahr 2012 bei Daiber steht auch im Bereich der Ladies' wear ganz im Zeichen modischer Highlights für trendbewusste Damen. Von T-Shirts mit lockerer, längerer Schnittform über Blusen, Pullover und Cardigans bis hin zu pffiffigen Jacken und coolen Accessoires reicht die breite Palette. Mit diesen neuen Produkten starten die Damen bestens ausgestattet in die kommende Saison. In der Kategorie Business fällt besonders das Ladies' V-Neck Cardigan als zeitlose Strickjacke ins Auge. Passend dazu gibt es einen V-Neck-Pullover und den Pollunder. Ein absoluter Trendsetter ist der Ladies' Softshell Coat aus modernem Dreilageng-Funktionsmaterial mit TPU-Membran. Taillenriegel und Druckknöpfe zur Weitenregulierung machen den Mantel zu einem Must-have der Saison.

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



Uns ist
**jeder
Kunde**
wichtig...

...darum stehen
wir auch für
Selling together!



SONNENSCHUTZ MIT WERBEPLUS

Eine neue Generation von Sonnenschutzfolien für Seitenfenster in Kraftfahrzeugen stellt die Clipy Company mit Clipy Static vor. Die Folie ist in drei verschiedenen Größen lieferbar und passt damit an die Fenster nahezu aller handelsüblichen Fahrzeuge. Das Außergewöhnliche daran ist die perfekte Haftung der Folie auf der Scheibe ohne zusätzliche Saugnäpfe oder ähnliche Befestigungen. Selbst beim Herunterdrehen der Seitenscheibe löst sich die Folie nicht. Sie besteht aus einer mikroperforierten, dünnen Folie, ähnlich einer Frischhaltefolie, die sich mit jeder Art von Foto, Logo oder Werbebotschaft bedrucken lässt.

45619 • Clipy Artur Begin, S.L. • Tel +34 91 5238206

clipy@clipy.com • www.clipy.com

LANGZEITWIRKUNG GARANTIERT

Eine gute Freizeitkarte wirft niemand weg – sie bleibt als Erinnerung an den Urlaub, einen schönen Ausflug oder ein Wochenenderlebnis beim Anwender und wird zum bleibenden Andenken. Als nachhaltiges Werbemittel werden Rad- und Wanderkarten auch gerne weitergegeben und verschenkt. Die Publicpress Publikationsgesellschaft bietet daher eine Auswahl von über 500 Freizeitkartentiteln und Reiseführern aus Deutschland und weltweiten Zielen an, die sich allesamt individuell gestalten und verändern lassen. Beginnend mit dem Logoeindruck auf dem Titel über ein komplettes Branding des Covers bis hin zu individuellen Veränderungen von Cover, Informations- und Tourenteil sowie der Kartografieseite reicht die Palette der Möglichkeiten.

48027 • Publicpress Publikationsgesellschaft mbH • Tel +49 2942 988700

huewel@publicpress.de • www.publicpress.de



KLEINE DOSE MIT GROSSER WIRKUNG

Der Sommer ist da und damit das richtige Wetter für Spiel und Spaß im Freien. Als emotionale Erinnerung an die eigene Kindheit kommt jetzt wieder das Pustefix-Seifenblasenspiel von Success zum Zug. Aufmachen, pusten und schon erstehen längst vergangene Zeiten wieder auf. Kaum ein anderer Werbeträger transportiert so viele Remember-Effects und ist gleichzeitig offen für unterschiedlichste Unternehmens- und Produktbotschaften. Eine breite Palette verschiedener Individualisierungsmöglichkeiten, kurze Lieferzeiten und ein günstiger Stückpreis machen das Pustefix-Spiel in nahezu jeder Auflage attraktiv, denn Emotionen garantieren maximale Aufmerksamkeit.

43053 • Dr. Rolf Hein GmbH & Co. KG – SUCCESS • Tel +49 7071 791005

seifenblasen@pustefix.de • www.pustefix.de



And the winner is ... you?

Bewerben Sie sich jetzt!

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

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

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

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



Ihr Kontakt:

 Reed Exhibitions

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

 **PSI**





KLEINER FRISCHEPENDER

Klein, aber fein präsentiert sich die MicroBox von Magna sweets. Die smarte Scharnierdeckeldose aus Weißblech ist wahlweise gefüllt mit zuckerfreien oder zuckerhaltigen Pfefferminzdragees für einen überall präsenten Frischekick. Mit einer Größe von 20x40x30 Millimetern passt die Dose auch in die kleinste Tasche und wird ob ihrer weichen, abgerundeten Form so nebenbei gleich zum echten Handschmeichler. Das führt schließlich dazu, dass die MicroBox nach dem Verzehr der Pfefferminzdragees wohl in den wenigsten Fällen aus der Tasche verschwindet. Vielmehr findet der Anwender sicher eine Menge Sachen, die jetzt darin verstaut werden können. Nachhaltigkeit zum Anfassen sozusagen.

41617 • Magna sweets GmbH • Tel +49 8146 99660

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

EXKLUSIVES AUS KARLSBADER PORZELLAN

Kaffeebecher und Kaffeetassen vom traditionellen Becher in Zylinderform bis hin zur eleganten Tasse mit passender Untertasse aus echtem Karlsbader Porzellan gibt es jetzt exklusiv nur bei HNC. Ab sofort bietet das Unternehmen einige Modelle auch in vielen Standardfarben an. Diese werden in Inglasurtechnik gespritzt und sind somit spülmaschinenfest. Gestaltung und Dekoration der Becher sind nach Kundenwunsch möglich. Die Palette reicht dabei vom Rundumdruck bis zum Fotodruck. Hinzu kommen Einzelnamenbedruckung oder Randdekoration in Echtgold oder Platin. Selbst Sonderanfertigungen stellen kein Problem dar. Kostengünstig kann ein Becher in eigener Form, wie der des Firmenlogos, des Gebäudes oder eines Produktes umgesetzt werden.

43891 • HNC Import-Export & Vertriebs AG • Tel +49 961 38160

info@hnc-ag.de • www.hnc.ag



ERFRISCHENDER SOUND GANZ KOMPAKT

Als besonders vernetzungsfreudig präsentiert sich die Kompakt-Stereolanlage Denver MCU-5210 BK von Ceotra. Sie kommuniziert mit allen erdenklichen mobilen Audiokomponenten, bietet neben Radioempfang Abspielmöglichkeiten für CDs, MP3-Sticks und SD-Karten und verfügt außerdem über eine USB- und eine AUX-Schnittstelle. Über diesen Klinkenanschluss können auch Laptops an die Anlage gekoppelt werden. Die Kompaktanlage ist sowohl aufstellbar als auch an die Wand montierbar. Im visuellen Mittelpunkt des Gerätes steht der vertikal verbaute CD-MP3-Player mit integriertem Radiotuner. Schlafzimmerfähig macht der integrierte Wecker mit Uhr, der sowohl Radio als auch CD-Musik auslösen kann, die Komponente.

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

vertrieb@ceotra.de • www.ceotra.de



Inserentenverzeichnis / Index of advertisers:

| PSI Nr. | Inserent / Advertiser | Seite / Page |
|---------|---|--|
| 41108 | STAEDTLER MARS GmbH & Co. KG | 039 |
| 44291 | Araco International B.V. | 052+053 |
| 41169 | Spielkartenfabrik Altenburg GmbH ASS Altenburger Spielkarten | 049 |
| 45202 | BAGS BY RIEDLE | U2 |
| 48350 | Barbara Hofmann Cosmetic-Pinsel GmbH | 071 |
| 48274 | Brecht Profashion GmbH | 081 |
| 49043 | bwg Bundesverband der Werbemittel-Berater und -Großhändler e.V. | 097 |
| 40511 | Clipper B.V. | 105 |
| 9847 | Crimex GmbH | 111 |
| 48659 | Curto Toy Manufacturing Co. Ltd | 049 |
| 45720 | DreamPen, Polish Ball-Point Pens Producer Inh. Dariusz Libera | 103 |
| 41430 | Eckenfelder GmbH & Co. KG | 019 |
| 44127 | Elektronica SM-Handels GmbH | 007 |
| 42480 | ERGA Srl | 079 |
| 48616 | Happy Bubble BV | 111 |
| 45918 | Herzog Products GmbH | U3 |
| 42907 | Inspirion GmbH | 057 |
| 43540 | Intraco Trading bv | 027, 030, 036, 042, 074, 082 |
| 47696 | Jamara e.K. | 003 |
| 41545 | JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG | U4 |
| 45651 | JUTAMO Lederwarenimport GmbH | 111 |
| 46091 | Kaai Kalender GmbH | 047 |
| 46591 | Kreutz GmbH | 017 |
| 40717 | Lensen Toppoint B.V. | 022, 029, 034, 037, 038, 044, 047, 073, 079, 080, 083, 084 |
| 40111 | MARTOR KG | 045 |
| 40641 | Mid Ocean Brands B.V. | 005 |
| 45946 | multimedia UG(mbH) & Co Musikverlag KG | 002 |
| 46403 | NOTEDECO K. Frasunkiewicz-Jankowiak, P. Jankowiak Sp. j. | 073 |
| 44879 | NOTES GmbH & CO. KG - Niederlassung Quickborn - | 025 |
| 48481 | O-Box GmbH | 049 |
| 44176 | The Peppermint Company | 032+033 |
| 45727 | Plastolan GmbH | 049 |
| 48556 | PP high tech | 077 |
| 42332 | prodir S.A. | 001, 035 |
| 50183 | PROMOTURK Promotional Products Suppliers & Distributors Association | 115 |
| | PSI Niederlassung der Reed Exhibitions Deutschland GmbH | 043, 061, 067, 075, 085, 101, 107 |
| 48675 | RedCypress GmbH | 045 |
| | Reed Exhibitions Deutschland GmbH | 119 |
| 43416 | Schneider Schreibgeräte GmbH | 027, 029 |
| 41838 | SENATOR GmbH & Co. KGaA | 031 |
| 46405 | SIPLAST Siegerländer Plastik GmbH | 021 |
| 45328 | Stilolinea Srl | 023 |
| 46111 | Sweet Concepts | 045 |
| 44970 | TRIGON Deutschland GmbH (ehemals SEMO Deutschland GmbH) | 051 |
| 41848 | uma Schreibgeräte Ullmann GmbH | 025 |
| 44281 | VICTORINOX AG | 041 |
| 42394 | WÖRTHER GmbH | 041, 051 |



KULT FÜR DAS HANDGELENK

Ein innovativer und aufmerksamkeitsstarker Hingucker sind die neuen Silikonarmbänder mit Hologramm von Swiwa. S-Power+ nennt der Anbieter dieses weltweit patentierte Design und setzt dabei vor allem auf Individualität. Der Kunde hat die Auswahl aus mehr als 1100 Bandfarben. Aber auch die mehrfarbige Bedruckung selbst mit Kundenlogo auf den bis zu vier verschiedenen Werbefeldern ist möglich. Weitere Optionen sind die Hochprägung mit Farbaufdruck sowie die Tiefprägung mit Farbfüllung und der Innendruck. Der absolute Clou jedoch sind individuelle Hologramme, die nach Kundenvorgabe integriert werden können. Das S-Power+-Silikonarmband mit Kundenlogo und „S“-Hologramm ist schon ab 100 Stück lieferbar.

46156 • Swiwa Michel Droux • Tel +49 89 33066710

info@swiwa.eu • www.swiwa.eu

FARBIGER GRILLSOMMER

Eine Menge angesagter Farben bringt der stylische Kugelgrill P422.29 von Xindao in den Sommer. Barbecuefans können den handlichen Grill durch seine geringen Packmaße bequem mit an den Strand, zum Picknick oder auf die Terrasse nehmen. Trotz seiner Handlichkeit bietet die Grillfläche genügend Platz für leckeren BBQ-Genuss. Der Grill ist in den Farben Silber, Rot, Limone und Orange verfügbar. In der aktuellen XD-Kollektion von Xindao finden Grill- und Outdoorfreunde außerdem eine Reihe nützliches Zubehör für die Grillparty sowie viele weitere ausgefallene Sommer-Gadgets.

42772 • Xindao B.V. • Tel +31 70 3199900

h.vanhouten@xindao.nl • www.xindao.nl



SCHENKEN WIRD ZUR KLEINIGKEIT

Kleine Geschenke erhalten die Freundschaft. Die Betonung liegt auf klein – vor allem, wenn die Produkte in den neuen Miniatur-Taschen von Halfar verpackt sind. Die Minis entzücken durch ihr Format. Gerade passend für ein nettes kleines Geschenk – vom Schokoladenriegel über die Probepackung Shampoo bis hin zu Kosmetikartikeln und mehr. Die aufmerksamkeitsstarken Miniatur-Taschen fertigt Halfar exakt nach den großen Vorbildern im eigenen Sortiment. Zur Auswahl stehen die gepolsterte Minipocket Basic mit über Eck laufendem Reißverschluss, Kopfhörerausgang und Gürtelschlaufe. Erhältlich ist die pfiffige Kleine in Marine, Schwarz und Anthrazit. Besonders faszinierend ist der Mini Basket. Genau wie der Große bietet die Mini-Version einen Tragegriff und eine Reißverschlussvortasche. In puncto Einkaufstasche umfasst das Sortiment den Shopper Basic in Mini. Ihn gibt es in den vier Farben Maigrün, Marine, Rot, Anthrazit und in Weiß mit Folienfenster. Als Klassiker rundet der Shopper Basket das Programm ab.

45666 • Halfar System GmbH • Tel +49 521 982440

info@halfar.com • www.halfar.com

Die **JUTAMO** GmbH ist ein etabliertes, erfolgreiches und zukunftsorientiertes Unternehmen mit Sitz im Rhein-Main-Gebiet.

Unser Team steht für kreative Entwicklungen und kundenorientierte Betreuung im Bereich Werbemittel und Damentaschen aus Leder und Synthetik.

Zur Stärkung unseres Innendienst-Teams suchen wir

eine/n Marketing- und Vertriebs-Assistenten/in

Ihre Aufgaben

- Betreuung eines bestehenden Kundenstamms
- Beratung von Kunden und Interessenten
- Erstellung druckfertiger Prospekte und Kataloge
- Aktive Unterstützung des Vertriebs
- Pflege der Webseite
- Bearbeiten von Anfragen, Erstellen und Nachbearbeiten der individuellen Angebote
- Auftragsabwicklung und Terminverfolgung

Wir erwarten

- Kenntnisse in Adobe Photoshop, In-Design, Illustrator, MS-Office
- Englisch in Wort und Schrift
- Erfahrungen im Verkauf
- Organisations-, Beratungs- und Verhandlungskompetenz
- Sicheres Auftreten und gute Umgangsformen
- Teamfähigkeit

Wir bieten

- Eine leistungsgerechte Bezahlung
- Einen sicheren Arbeitsplatz
- Ein sehr vielfältiges und interessantes Tätigkeitsgebiet
- Ein junges, nettes und motiviertes Team

Wir freuen uns über Ihre schriftliche Bewerbung inklusive Ihrer Gehaltsvorstellungen und Angabe des frühestmöglichen Eintrittstermins adressiert an Herrn Klaus Jung:

JUTAMO

JUTAMO GmbH
Philipp-Reis-Straße 22 • 63165 Mühlheim
Tel: 06108 7993822 • Klaus.Jung@jutamo.de

This trendy lounge floor cushion from HappyBubble from the Netherlands is not filled with beans but with 100 percent air. This makes it possible for the comfortable seat to be transported and stored in a space-saving way with absolutely no problems. After being inflated in roughly ten minutes, it is around 110 centimeters wide and offers plenty of room to relax in. This floor cushion, The Lounger, which can be used in the garden, on the beach, on holidays as well as at events or festivals and which is even waterproof so suitable for on water, can be finished individually and is available in 6 colours. It is packed and delivered in an elegant bag with a shoulder strap.

48616 – **HappyBubble BV** – Tel +31 6 55 83 63 83
maurice@happybubble.nl – www.happybubble.nl



IHRE HAARFARBE, IST UNS EGAL * ...



* das gilt auch für blonde Männer

CRIMEX

IHR PARTNER FÜR WERBEMITTEL UND WERBEARTIKEL

**... HAUPTSACHE, SIE ERFÜLLEN
NICHT DAS KLISCHEE!**

CRIMEX gehört zu den Marktführern mit Standorten in ganz Deutschland und hat sich in den letzten Jahren vor allem durch die Optimierung der zieladäquaten Werbewirkung durch geeignete Werbeartikel ausgezeichnet. Von der Planung bis zum finalen Entwickeln innovativer Produktlösungen liefern wir so bestmögliche Ergebnisse aus einer Hand.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir für die Standorte Osnabrück, Düsseldorf, München, Hamburg und Berlin

eine(n) Kundenbetreuer(in).

Sie sind kreativ, kommunikationsstark, können Ideen vermitteln, sind in hohem Maße engagiert und organisationsstark? Sie besitzen idealerweise langjährige Berufserfahrung, können selbstständig im Team arbeiten und wollen sich positiv verändern?

Dann bewerben Sie sich jetzt.

CRIMEX GmbH
Grosshandelsring 4a
49084 Osnabrück

Telefon +49 541 35082-0
Telefax +49 541 35082-100
E-Mail bewerbung@crimex.de



WÜRFELN MAL GANZ ANDERS

Dass Würfeln nicht nur mit einem kantigen und mit Punkten versehenen Holzklotz funktioniert, beweist der Decisionmaker Roulette von reeko design. Mit dem aus Aluminium gefrästen Roulettewürfel wird die Entscheidungsfindung ebenso wie das Würfeln selbst spannend wie im Kasino. Die rotierende Kugel im Innern des Ringes „würfelt“ nicht nur von eins bis sechs, sondern erleichtert auch die Entscheidung zwischen Ja und Nein, Hire und Fire oder Buy oder Sell. Eine Individualisierung des Decisionmakers ist per Lasergravur auf dem äußeren Gehäusering möglich, geliefert wird das coole Teil jeweils im Einzelkarton mit dazugehöriger Kugel.

46261 • reeko design GmbH & Co. KG • Tel +49 4106 7660

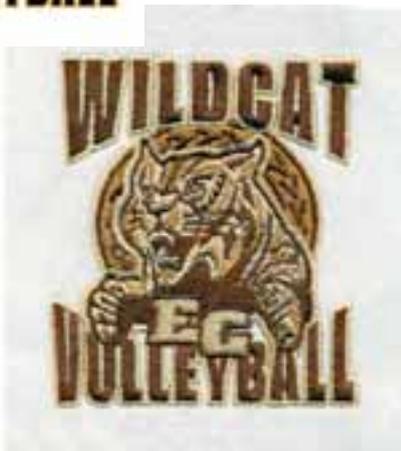
info@reeko.com • www.reeko.com

STARKER AUFTRITT FÜR DEN KUSSMUND

Gleich in zwei Ausführungen gibt es das schlanke LipcareGloss jetzt bei KHK. Die Kappe des Lipgloss ist in edler Aluminium-Ausführung in den Farben Gold glänzend und Silber matt sowie in Kunststoff in Schwarz und Weiß erhältlich. Die Phiolen enthält 4,5 Milliliter transparent schimmerndes Gloss, wahlweise in den Farbnuancen Rosé oder Weiß. Der Flockapplikator garantiert einen angenehmen und gleichmäßigen Auftrag. Eine Veredelung ist mit 4c-Etikett oder Heißfolienprägung möglich. Auf den Metall-Kappen kann zudem auch eine individuelle Gravur angebracht werden.

46131 • KHK GmbH Köln • Tel +49 221 9854730

sales@khkgmbh.com • www.khkgmbh.com



FIX GESTICKT MIT SERVICE-PLUS

Mit preisgekrönten Stanz- und Vektorisierungsdienstleistungen macht Quality Punch von sich reden. Das Unternehmen hat sich auf die Fertigung von Kleinserien spezialisiert und in den letzten fünf Jahren allein 27 Preise gewonnen. Nahezu sämtliche bekannten Dateiformate können inklusiv Farbseparation in Stanz- und Stickvorlagen umgesetzt werden. Als Special-PSI-Angebot ist das erste Design zum Stanzen oder Vektorisieren jetzt kostenlos. Mit einer Bearbeitungszeit von vier Stunden zum nächsten Tag und einem 24/7-Live-Kunden-Support rundet man die Service-Range ab. Nach einem vielbeachteten Auftritt auf der PSI Messe in Düsseldorf ist jetzt auch die Homepage des Unternehmens neu aufgebaut worden und vermittelt einen Überblick über die Leistungsfähigkeit des Unternehmens.

48532 • Quality Punch, Inc. • Tel +1 310 3460111

sam@qualitypunch.net • www.qualitypunch.net



WACHSENDES MAILING

Ein Mailingverstärker, der im wahrsten Sinne des Wortes über sich hinaus wächst, steckt in der Neuheit der emotion factory. Im Innern des komplett individualisierbaren Päckchens findet der Empfänger eine Erdtablette und ein Tütchen mit Samen in einem Beutel verpackt. Die Kartonage selbst dient als Pflanzgefäß und kann durch den ausklappbaren Standfuß auf dem Schreibtisch aufgestellt werden. Direkt aus der Tüte heraus wächst dann schon nach kurzer Zeit frisches Grün und hält die Werbebotschaft über viele Wochen im Fokus der Zielgruppe. Sie erinnert so eindrucksvoll an neue Produkte, Termine oder ganz einfach an den Absender der emotionalen Werbeidee.

45997 • Emotion Factory GmbH • Tel +49 7042 81550

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

MIKROWELLENSET FÜR STARTER

Weder in der schnellen Küche im Büro noch zu Hause darf heute eine Mikrowelle fehlen. Wenn dazu dann auch noch ein passendes Micro Family Starter Set mit drei Töpfen und passenden Deckeln von Emsa kommt, ist man für alle Fälle bestens gerüstet. Die Töpfe in den Größen 0,5 Liter, 1 Liter und 1,5 Liter gibt es in den frischen Sommerfarben Apfelgrün, Aqua oder Brombeer. Der Spezialkunststoff sorgt für eine effiziente und gleichmäßige Hitzeverteilung beim Auftauen, Erwärmen und Garen. Die Deckel, die in der Mikrowelle als Spritzschutz dienen, verschließen die Töpfe nach dem Servieren wieder sicher für die Aufbewahrung im Kühlschrank. Natürlich ist das Set robust und geschmacksneutral – was durch eine zehnjährige Garantie dokumentiert wird.

42692 • Emsa Werke Wulf GmbH & Co. KG • Tel +49 2572 13216

info@emsa.de • www.emsa.de



SAUBERER ERDBEER-GENUSS

Leckere Erdbeeren sind nicht nur in Wimbledon ein absolutes Muss: Auch in der heimischen Küche oder im Büro greift man gerne zu den roten Erfrischungen. Damit das Entfernen der feinen grünen Blättchen vor dem Genuss nicht zu einer Schmiererei gerät und die Finger sauber bleiben, hat Koziol den Erdbeerstrunk-Entferner Bea entwickelt. Dank dieses nützlichen Küchenhelfers wird die zarte Frucht dabei nicht zerdrückt und bleibt appetitlich in Form. Im Handumdrehen sind die Erdbeeren so für Desserts und Kuchen vorbereitet. Neben dem eigentlichen Nutzen bringt der Erdbeerstrunk-Entferner auch noch ein ansprechendes Design mit.

47406 • koziol ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 604215

incentives@koziol.de • www.koziol.de



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

JETZT ZUR PSI MESSE ANMELDEN

Wie immer um diese Zeit bereitet sich die Branche auf ihre Leitmesse in Düsseldorf vor, die im kommenden Jahr vom 9. bis 11. Januar stattfinden wird. Wer die Fachmesse besuchen möchte, kann bereits ab Anfang Juli 2012 die Eintrittskarten im Ticket-Shop erwerben. Eine gute Sache für alle, die am ersten Messtagen keine Zeit an der Kasse verschwenden wollen und von attraktiven Preisvorteilen profitieren möchten. Noch bis zum 30. September 2012 erhalten Online-Käufer ihr Besucherticket zum

Frühbucher-Preis von 57 Euro. In dem Betrag ist ein Freiticket je Registrierung enthalten.

Nach dem Stichtag fallen für ein Besucherticket 67 Euro an, auf der Messe selbst zahlen Besucher 77 Euro. Alle Preise bleiben im Vergleich zum Vorjahr stabil und sind inklusive Mehrwertsteuer und Magalog. Der Ticketkauf erfolgt bequem und zuverlässig über die Messe-Website www.psi-messe.com/tickets. Dort können zugleich Tickets für die PSI Night bestellt werden. Da auch diesmal die Anzahl der verfügbaren Tickets begrenzt ist, sollten Sie gleich zugreifen. Das beliebte Networking-Event findet am 9. Januar 2013 statt und verspricht, mit guter Musik und der Verleihung der PSI Awards wieder zu einem Höhepunkt der Messe zu werden.



PSI TRAVEL CENTER

REISEPLANUNG LEICHT GEMACHT

Kurz vor den großen Messen sind Hotelzimmer rar und Flüge ausgebucht. Daher ist eine frühzeitige Reisevorbereitung für die 51. PSI Messe 2013 ratsam. PSI leistet dabei Unterstützung. Im PSI Travel Center finden Besucher und Aussteller alles, was für eine schnelle und kostengünstige Anreise sowie einen komfortablen Aufenthalt in Düsseldorf benötigt wird. So können PSI Mitglieder unter www.psi-messe.com/travelcenter beispielsweise ihren Hotelaufenthalt in ausgewählten Partnerhotels für die Messe organisieren sowie ihre Anreise mit dem Flugzeug oder dem Nahverkehr planen. Auch für die PSI Messe 2013 wird es wieder Sonderkonditionen für die Anreise mit der Deutsche Bahn AG geben. Für nähere Informationen steht Ihnen Ina Stolle unter Tel.: +49 211 90191-158 oder per E-Mail unter hotel@psi-messe.com zur Verfügung.



27th INTERNATIONAL PREMIUMS & PROMOTIONAL ITEMS EXHIBITION

20-23
SEPT 2012
CNR Expo



FRESH PROMOTIONS!

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**



uFi
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.



MASSGESCHNEIDERTE PAKETE

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 präsentieren Erfinder, Jungunternehmer und Erstaussteller kreative Ideen, faszinierende Erfindungen und serienreife Neuprodukte. Ein Konzept mit Erfolg, wie unter anderem die Ausstellerstimmen belegen. So erklärte beispielsweise Jürgen Freigeber von der europotec GmbH: „Für Erfinder ist es schwierig, in Märkten Fuß zu fassen. Die PSI Messe bietet eine gute Gelegenheit, Kontakte aufzubauen und Netzwerke zu knüpfen.“ Auch Rainer Merdonig vom Unternehmen Merdonig Erfindungen, Patentübersetzungen und Patentrecherchen zeigte

sich rundum zufrieden: „Das Konzept, Erfindern eine Plattform auf der PSI zu bieten, kann ich nur unterstützen. Ich war das erste Mal als Aussteller auf der PSI und kann sagen, dass mir die Messe sehr gut gefallen hat. Ich habe sehr gute Kontakte geknüpft, aber auch Ideen und Tipps bekommen. Auf so einer tollen Messe mit hochkarätigem Publikum ausstellen zu dürfen, stellt eine große Chance dar.“ Die positive Stimmung unter den Ausstellern spiegelt auch eine Statistik wider: 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-inclusive-Angebote. Ob Erfinder, Newcomer oder Zweitaussteller – für jede Zielgruppe der HALLE13 gibt es ein maßgeschneidertes Paket mit umfangreichen Marketing-Maßnahmen. Die attraktiven Angebote können Sie auf der Website der PSI Messe unter www.psi-messe.com (Rubrik HALLE13) oder direkt unter www.halle13.net einsehen. Anmeldeinformationen vom PSI Team erhalten Sie unter Tel.: +49 211 90191-600 oder per E-Mail unter sales@psi-messe.com. <



51. PSI MESSE 2013

MEHR BESUCHER AUF DER PSI

Im kommenden Jahr will das PSI die Besucherzahl auf der Messe noch einmal steigern. Insbesondere der Anteil an qualifizierten Händlern soll erhöht werden. Dazu arbeitet das PSI an verschiedenen Konzepten. Eines davon ist die groß angelegte europäische Qualifizierungsoffensive. Was steckt dahinter? Neben der Initiative des PSI im deutschen GWW mit validen Branchenzahlen und den ersten generischen Daten zur Werbewirkung des Werbeartikels, steht die Entwicklung eines Code of Conduct auf der Agenda. Erster Schritt zu diesem Regelwerk, das europaweit verbindliche Standards für die gesamte Branche enthalten soll, ist der GWW-



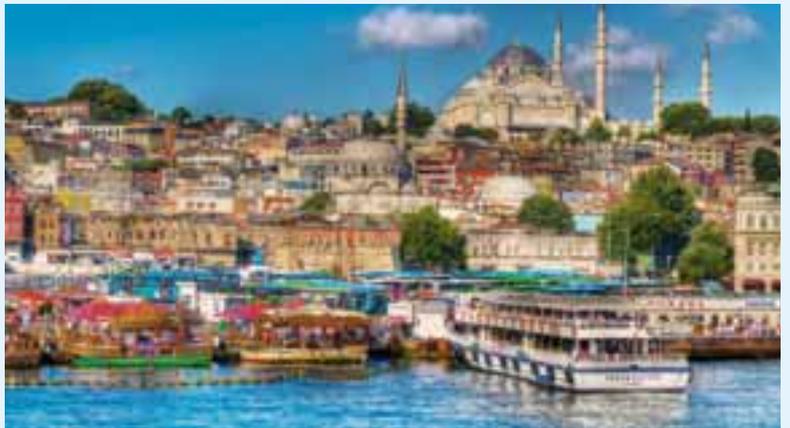
Ehrenkodex. Er definiert ein gemeinsames Grundverständnis verantwortlich ausgerichteter Unternehmensführung in ökonomischer, technologischer wie auch sozialer und ökologischer Hinsicht. Eine weitere Initiative auf europäischer Ebene ist das „European Directory of Verified Distributors“, ein Service, den das PSI zurzeit aufbaut. Ziel ist die Erfassung aller qualifizierten, im europäischen Werbeartikelmarkt aktiven Händler in einer Online-Datenbank. Im kommenden Jahr soll die Datenbank auch erstmals Früchte für die PSI Messe und ihre Teilnehmer tragen. So können verifizierte internationale European-Directory-Nutzer an der 51. PSI Messe 2013 teilnehmen. Das bedeutet für die Fachmesse ein Plus an qualifizierten Fachbesuchern. Auch der Anteil der internationalen Besucher soll erhöht werden. Dazu arbeitet das PSI verstärkt mit den internationalen Branchenverbänden zusammen. Diese werden auf der Fachmesse erstmals gebündelt auf der International Associations Area einen Platz finden. Das neue, rund 1000 Quadratmeter umfassende Areal in Halle 11 ist Homebase für internationale Aussteller und Besucher. Vertreter aus folgenden Ländern werden unter anderem erwartet: Spanien, Polen, Italien, Südafrika, Russland, der Türkei und den Niederlanden sowie den USA. Auf dem Areal finden die internationalen Besucher Ansprechpartner und Hostessen vor, die ihre Landessprache sprechen. Weitere Informationen erhalten Sie von Alexandra Wust unter Tel.: +49 211 90191-352 oder per E-Mail unter Alexandra.Wust@reedexpo.de. <



PROMOTURK, 20. BIS 23. SEPTEMBER 2012

VON GÜNSTIGEN AUSSTELLERPAKETEN PROFITIEREN

PSI Mitglieder, die ihre Präsenz auf dem türkischen Werbeartikelmarkt stärken wollen, können auch in diesem Jahr wieder an der „Promoturk powered by PSI“ teilnehmen. Vom 20. bis 23. September 2012 findet die türkische Werbeartikelmesse mit Unterstützung der Weltmarke PSI im Messezentrum CNR Expo in Istanbul statt. PSI Mitglieder können als Aussteller von attraktiven Konditionen profitieren: Der Preis für eine Standfläche von mindestens 12 Quadratmetern beträgt 150 Euro pro Quadratmeter (regulär: 175 Euro pro Quadratmeter). Im Preis sind die Fläche, die Gangreinigung und die Hallenbewachung enthalten. Aussteller, die sich für eine Standfläche mit Standbau entscheiden, zahlen 170 Euro pro Quadrat-



meter (regulär: 195 Euro pro Quadratmeter) und erhalten einen Stand mit Rück- und Seitenwänden, Teppich, einer Steckdose und einem Spot je 3 Quadratmeter Standfläche sowie einer Blende mit Firmennamen. Zudem sind die Gangreinigung und Hallenbewachung im Preis inklusive. Die erste unter der Lizenz durchgeführte Messe „Promoturk powered by PSI“ ging im vergangenen Jahr erfolgreich über die Bühne. 137 Aussteller zeigten auf der Messe, was die aufstrebende Wirtschaftsnation an Werbeartikeln zu bieten hat. Von dem Angebot ließen sich 9219 Besucher überzeugen. Zur kommenden Fachmesse werden 13000 Fachbesucher erwartet. PSI Händler, die die Messe besuchen möchten, können sich unter www.ite-promo.com mit dem „Online Invitation Form“ kostenfrei registrieren. <

Wer einen Stand auf der „Promoturk powered by PSI“ buchen möchte, kann sich unter Angabe seiner PSI Nummer gerne an Pinar Celik unter +90 212 2918310 oder per E-Mail unter info@ite-promo.com wenden.



DIE PROMOTURK 2012 IM ÜBERBLICK

Datum:

20. bis 23. September 2012

Veranstaltungsort:

Istanbul Expo Center / CNR Expo

Öffnungszeiten:

20. bis 22. September 2012; 10.00 bis 19.00 Uhr
23. September 2012; 10.00 bis 18.00 Uhr

TECHNOLOGIEN ...

Es ist wieder ein Jahr der Leitmesse und der Innovationen. Es war schon beeindruckend, was es auf der PSI an Werbearbeitneuerheiten zu sehen gab, und dies setzte sich auf den großen Technologiemessen interpack, industrie und auf der gerade zu Ende gegangenen drupa fort. Top-Veredlung, Sicherheitsdruck, Kleinstauflagen, neue Packmittel, vor allem aber Digitaldruck und neue Offsetmaschinen waren die wichtigsten drupa-Themen. Die Rüstung der Druckmaschinen wird immer einfacher, schneller und damit wirtschaftlicher. Auch hinsichtlich der Bedruckstoffe sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt. Gleiches gilt für das Thema „Verpacken“.

Diese Technologien zeigen uns eindrücklich, welche Chancen wir in der Werbearbeitbranche haben. Auch wenn die

großen Importeure Full-Service anbieten, gibt es genügend Nischen, die durch den geschickten Einsatz von Technologie und Know-how Wettbewerbsvorteile ermöglichen. Ein schönes Beispiel sind die kleinen Aufträge, die, wie alle Aufträge, immer öfter in kürzester Zeit bearbeitet werden müssen. In solchen Situationen verlassen sich kleinere Werbearbeitshändler gerne auf die kleinen, lokalen Dienstleister. Diese arbeiten schon mal das Wochenende oder die Nacht durch. Die Alternative ist, Werbedruck oder Verpackung selbst zu übernehmen, um flexibler zu sein. Auch die hohen Verpackungskosten sind ein Argument für eine eigene Lösung. Das sind Chancen, die kleinere Unternehmen nach einer genauen Kosten-Nutzen-Rechnung immer öfter prüfen. Die Technik setzt heu-

te keine Grenzen mehr. Das gilt vor allem auch für kleinere Auflagen, bei denen die Wirtschaftlichkeit die zentrale Rolle spielt. Größere Themen sind das Know-how und die Kompetenz in der Produktion. Natürlich sind diese bei den Dienstleistern vorhanden. Im Handel könnte es sicher noch besser sein. Viele Lieferanten fördern seit Langem die Weiterbildung in Produktionsverfahren, indem sie Schulungen anbieten.

Das Thema Weiterbildung hat auch beim PSI eine große Bedeutung. Nach den vielen Rückmeldungen zu unseren Angeboten werden wir den Themen Produktion und Wissen auf der nächsten PSI noch größeren Raum geben. Das bereits bestehende Technologiezentrum wird massiv ausgebaut und durch ein Vortragsprogramm der Hersteller und Lieferanten bereichert. Kompetente Referenten wie Charly Taublieb, einer der Gurus in der Textilveredlung, stehen heute schon fest. Wer als Teilnehmer, Aussteller oder Redner mitmachen will, ist herzlich willkommen. <



» Der geschickte Einsatz von Technologie und Know-how ermöglicht Wettbewerbsvorteile. «

Es grüßt Sie

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



Mit der Seminar-Allianz zum nachhaltigen Messeerfolg

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

Seminarangebot 2012:

- **Professionelle Messeplanung**
Steigern Sie Ihren Messe-Erfolg durch professionelle Planung und Durchführung!
- **Erfolgskontrolle Messe**
So bekommen Sie die Kosten und Ihr Return on Messe-Investment in den Griff!
- **Crashkurs: Standbau und -design**
Lösen Sie den Spagat zwischen Design, Kreativität und Kostendruck!
- **Messtraining und Coaching**
Lassen Sie sich ein ganzheitliches Messtraining und Coaching auf den Bedarf Ihres Unternehmens zuschneiden!

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



Ihr Ansprechpartner:

Annkathrin Lange | Tel.: +49 (0)211 / 901 91-178 | Annkathrin.Lange@reedexpo.de



PAPIER BLEIBT KONKURRENZLOS

Trotz des Multimedia-Zeitalters bleibt Papier unverzichtbar. Nach wie vor ist es in unserem Alltag das Hilfsmittel Nummer eins. So sind etwa Gesprächsnotizen, Verträge und Lieferscheine für viele nur auf dem traditionellen Informationsträger von Wert. In der Juli-Ausgabe rücken wir dem facettenreichen Helfer in den Fokus und präsentieren Ihnen Neuheiten aus dem beliebten Natur-Material. Zudem stellen wir Ihnen Innovationen aus der Produktgruppe „Sicherheit und Mobilität“ vor.

Bitte denken Sie schon jetzt an unser Titelthema der Doppelausgabe August/September „Weihnachten und Schenken“ sowie „Kochen und Genießen“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 22. Juni 2012 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechemer@edit-line.de.



BWG-FORUM 2012: WISSEN FÜR DIE ZUKUNFT

Wie ein Audi A8 hergestellt wird, die Produktion bei Baier & Schneider vorstatten geht und situationsgerechtes Marketing in Zeiten von Social Media funktioniert – dies und vieles mehr erfuhren Teilnehmer beim diesjährigen bwg-Forum in Heilbronn. Wieder einmal stellte ein informatives und praxisnahes Programm unter Beweis, dass sich eine Teilnahme an den Seminar- und Kommunikationstagen des Bundesverbandes der Werbearbeiter-Berater und -Großhändler rundum lohnt. Vier Referenten rüsteten die Teilnehmer mit wichtigem Handwerkszeug für die Zukunft. Zugleich bot das bwg-Forum idealen Raum zum informellen Erfahrungsaustausch.



NEWSWEEK 2012: WERBEARTIKEL UNTERWEGS

Go for Gold – lautete das Motto der Newsweek im Olympiajahr 2012. Der Slogan ließ sich spielend auf die beliebte Roadshow des Bundesverbandes Werbearbeiter-Lieferanten e. V. (BWL) übertragen. Erfolgreich und hoch motiviert präsentierten rund 90 namhafte Lieferanten gemeinsam mit führenden Werbemittelberatern in neun Städten interessierten Endkunden und Marketingfachleuten topaktuelle Neuheiten. Wir waren für Sie vor Ort, um Impressionen der Veranstaltung festzuhalten.



IMPRESSUM

Verlegt exklusiv für die Werbearbeiter-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 Fuarçılık 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.

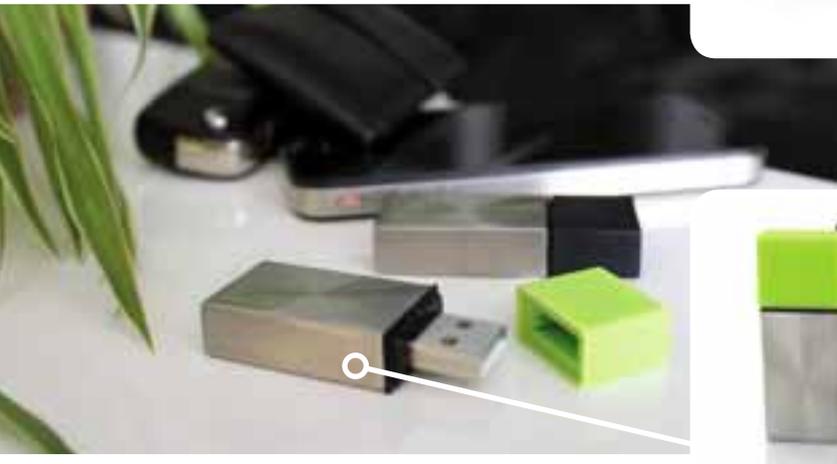
 Reed Exhibitions



Solar Car



Kleines Auto aus Kunststoff mit Solarzellen auf dem Dach. Bei Sonneneinstrahlung fährt das Auto los.



USB 158 S



USB Stick in Quaderform. Ein toller Kontrast zwischen Edelstahlkörper und Silikonkappe (einfärbbar).



Solaris S



Mobiles Solarladegerät für viele elektronische Geräte geeignet, z.B. Handys (auch Smartphones), MP3/MP4-Player, Navigationssysteme, Digitalkameras, usw. Restkapazitätsanzeige per LED. Batteriekapazität: 1200 mAh. Zubehör: Ausziehbares USB-Kabel, 6 Adapter (für die gängigsten Modelle). USB Anschluss. Trageschleife. Schutzhülle aus Silikon.



Wasa®-Sandwich

Die „statt-Mettbrötchen-auf-der-Messe-schmierer“-Sandwich-Werbe-**Giveaway-Idee.**



Mehr dazu!



**Wasa®-Sandwich
in zwei Sorten.**

In eigener Firmen-Folie 4-c
individuell gestaltbar.