

JOURNAL

Torsten Münich
Global Innovations
Leidenschaft
als Triebfeder



Burkhard Schulte
Gourmetfleisch.de
Gaumenfreuden
für Genießer



Werbeartikel-Guide
Lifestyle, Ambiente,
Wohnen
Spiele und Spielsachen

Promotürk 2012
Treffen der Kontinente

Paul Stricker
Von der Vergangenheit
in die Zukunft

fischertechnik
Nachhaltiger Spielspaß



KUNDENORIENTIERUNG DEN KUNDEN IN DEN MITTELPUNKT STELLEN

LED LENSER® K2L
Microlichtkraftwerk am Schlüsselbund

Klein und für ihre Größe unverschämt hell:
Die LED LENSER® K2L wird Sie begeistern!
Sie ist kaum größer als ein Streichholz, aber von
frappierender Helligkeit.
Ihr Leuchtring verleiht ihr zudem einen besonderen
Charme.

Art.-Nr. 8202-L



Design
ist für uns eine
untrennbare Einheit
von Funktion und Form

WERBEANBRINGUNG (ab 50 Stk. mit Lasergravur)

Länge: 14 mm

Höhe: 2,5 mm

EXKLUSIV – Artikel für Werbemittelhändler – nicht im
Handel erhältlich –
Verkauf nur mit Werbeanbringung



reddot design award
winner 2012



Focus Open
Silver 2012

Einer der Weltmarktführer bei LED-Metalltaschenlampen

ZWEIBRÜDER® OPTOELECTRONICS GMBH & CO. KG

42699 Solingen • Kronenstr. 5-7 • Germany • Tel. +49 212/5948-0 • Fax -200 • www.zweibrueder.com • info@zweibrueder.com

EDITORIAL

EIN SCHÖNER TAG

Nicht alle Bürger Europas fanden es gut, dass das norwegische Komitee den Friedensnobelpreis 2012 an die europäische Staatengemeinschaft vergeben hat. Für mich war es ein schöner Tag. Oft genug bin ich als Schüler von Trier aus durch die Schlachtfelder Verduns nach Paris gefahren. Oft genug hat mein Vater mir vom Wahnsinn des Krieges erzählt. Oft genug sitzen mein bester Freund, ein Franzose, und ich irgendwo auf der Welt zusammen und wir erinnern uns ganz bewusst daran, dass unsere Väter noch aufeinander geschossen haben. 60 Jahre Frieden auf einem Kontinent, auf dem über Jahrhunderte immer irgendwo blutige Schlachten geschlagen wurden. Ja, für viele Menschen in Europa ist diese Staatengemeinschaft immer noch eher ein Tummelplatz der Eliten. Derjenigen, die mehrere Sprachen sprechen und Geschäfte miteinander machen. An den Stammischen ist Europa immer noch nicht so recht angekommen.

Aber was hat das alles mit der europäischen Werbeartikelwirtschaft zu tun? Wo gibt es sie überhaupt, diese europäische Werbeartikelwirtschaft? Eine Zeit lang sah es so aus, als ginge der Zug in Richtung Europa, zumindest habe ich das so gesehen. Es war die Zeit der PSI Paris. Viele Unternehmen machten sich damals auf, Europa zu entdecken. Nicht nur als Messegäste und auf der Suche nach Produkten. Nein, damals suchte man Beziehungen, neue Geschäftspartner, neue Chancen. Inzwischen haben sich manche irgendwo in Europa blutige Nasen geholt. Nicht, weil ihr Engagement falsch war, sondern weil die Märkte kurze Zeit danach vielfach zusammenbrachen. Ist Europa also für die Werbeartikelwirtschaft heute eine Illusion? Einzig das PSI ist heute überall durch seine Mitglieder vertreten und könnte eine Klammer oder gar ein Netzwerk bilden. Aber kann das gelingen? Was können wir tun, damit diese Branche auch wirtschaftlich mehr vom Geist Europas profitiert und die kreative Vielfalt von Nationen und Regionen besser inhaliert?

Jetzt ist die Türkei Partnerland für die kommende PSI. Kein direktes EU-Land, aber ein sehr enger Freund, der uns vielleicht zeigt, wie man Werbeartikel im Land am Bosphorus herstellt, präsentiert und wirkungsvoll einsetzt. So wie wir hoffentlich davon profitieren werden, sollten wir in Zukunft von allen Ländern und Regionen in Europa lernen. Dazu brauchen wir viel Transparenz, viel Aufeinander-Zugehen, viel Verständnis füreinander und eine Plattform, die das noch stärker fördert. Die PSI 2013 will und wird in diese Richtung motivieren. Wenn uns das mit unseren türkischen Freunden gelingt, dann werden wir sogar drei schöne Tage haben. <

In diesem Sinne



Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal



Manfred Schlösser



Neu und mutig.



Halt dich an soliden Dingen fest und geh einen Schritt weiter. ES2, mit Metallclip, besticht besonders durch transparente Neonfarben.

ES2

Personality pens.
Swiss made. **prodir**®

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

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

Full wrap
for a deep impact
communication
Digital Customisation
for an appealing
eye-catching message

Made in Italy



Images are processed 60,000 times faster than words and are directly stored in our long-term memory where they are permanently held.

The digital printing technique DigItaly allows you to reproduce photographic images with the certainty of achieving perfectly visible details.

BEHAGLICHES WERBEFEELING

12

Mit den drei Schlagworten Lifestyle, Ambiente und Wohnen umschreiben wir ein Produktsegment, mit dem sich vor allem die kreativen Kräfte der Werbemittelbranche beschäftigen. Wir zeigen Ihnen in unserem Titelthema, was diese Neues und Schönes zur Themengruppe ausgeheckt haben. Außerdem präsentieren wir Ihnen Neuheiten aus den Bereichen Spiele und Spielsachen – nehmen Sie sich ein wenig Zeit und entdecken Sie spielerisch die Welt der Werbeartikel.



TRENDS & BRANDS	In den Tiefen der Tasche	4
	Gemütliche Werbung	6
FOKUS	Kundenorientierung: Den Kunden in den Mittelpunkt stellen	8
LIFESTYLE, AMBIENTE UND WOHNEN	Behagliches Werbefeeling	12
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	40
	Promotürk powered by PSI 2012: Treffen der Kontinente	46
	Trend 2012: Unvermindert attraktiver Branchentreff	50
	WerbeWiesn 2012: Stillestes Event in München	52
	Kneiko Handels GmbH: Werbung trifft Kultur	54
	VKF Renzel GmbH: Werbeartikel-Trends im Wunderland	56
	25 Jahre top display: Zünftige „KreativWies’n“ kommt an	58
	Viering GmbH: Open Days mit neuem Konzept	62
	Marke[ding] in Wels und Wien: Zwei Standorte, die es in sich haben	64
SPIELE UND SPIELSACHEN	Spielerisch werben	68
UNTERNEHMEN	Gourmetfleisch.de: Gaumenfreuden für Genießer	90
	Paul Stricker SA: Von der Vergangenheit in die Zukunft	94
	fischertechnik GmbH: Nachhaltiger Spielspaß	98
PORTRAIT	Torsten Münich: Leidenschaft als Triebfeder	102
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	106
MY PSI	Ausstellerliste Informationen für PSI Mitglieder	114
MEINUNGEN		116
IMPRESSUM		120



www.jamara.com

Ihr Spezialist für

WERBEMITTEL SPIELWAREN MODELLBAU

ab 9,90 € *

Helikopter / Ferngesteuert
Twin Huey
Art.-Nr. 031850
Länge 170 mm



ab 9,90 € *

Explorer
Art.-Nr. 403781
Länge 235 mm
Auch in Rot erhältlich



Alternativenergie / Ferngesteuert
Ecological Wind
Art.-Nr. 400212
Höhe ca. 350mm

ab 19,90 € *



* bei Abnahme von 1000 Stück

Ihr Werbemittel

INDIVIDUELL EINDRUCKSVOLL FERNGESTEUERT

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

DEN KUNDEN IN DEN MITTELPUNKT STELLEN 6



Der Kunde ist anspruchsvoller geworden, nicht nur in Bezug auf Qualität und Lieferfähigkeit, sondern er möchte auch zunehmend kompetent und individuell beraten werden. Das war eines der zentralen Ergebnisse unserer „Zwischenbilanz 2012“. Dies bedeutet zusätzliche Herausforderungen für Lieferanten wie für Händler. Grund genug für uns, sie dabei zu unterstützen: Ein kleiner Kurs in „Kundenorientierung“, Fortsetzung nicht ausgeschlossen.

BRANCHE 40-64



Mit Beginn des Herbstes neigt sich die Hausmessen-Zeit dem Ende zu und die Werbeartikelbranche macht sich für den Jahresendspurt, das Weihnachtsgeschäft bereit. Wir waren für Sie unterwegs auf Hausmessen und der Trend in Neuss und haben tolle Neuheiten und interessante Neuigkeiten mitgebracht.

PROMOTÜRK 2012: TREFFEN DER KONTINENTE 46



Vom 20. bis 23. September fand in Istanbul die 27. Auflage der türkischen Werbeartikelmesse Promotürk statt – bereits zum zweiten Mal „powered by PSI“. Zu Beginn der erfolgreichen Veranstaltung gab das PSI bekannt, die Türkei zum ersten offiziellen Partnerland der PSI Messe 2013 zu küren.

FISCHERTECHNIK GMBH: NACHHALTIGER SPIELSPASS 98



Seit Juni 2011 ist das renommierte Markenunternehmen fischertechnik Mitglied im PSI Netzwerk. Mit dem Namen verbinden viele, vor allem männliche Menschen angenehme Erinnerungen an eine spielerische Jugend. Wir stellen die Unternehmensgruppe an dieser Stelle ausführlicher vor.

HANDTASCHENHALTER

Troika Germany GmbH
PSI Nr.: 46311
www.troika.org

**DIE TASCHE
IN DER TASCHE**

Stiefelmayer-Contento
GmbH & Co. KG
PSI Nr.: 45280
www.contento.com

**DEN STIFT GUT VERSTAUT**

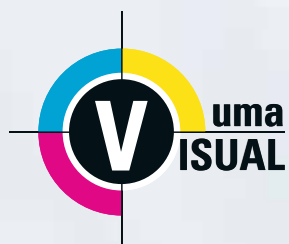
Senator GmbH & Co. KGaA
PSI Nr.: 41838
www.senatorglobal.com

**SCHMUCK UND ACCESSOIRES
IMMER DABEI**

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

IN DEN TIEFEN DER TASCHE

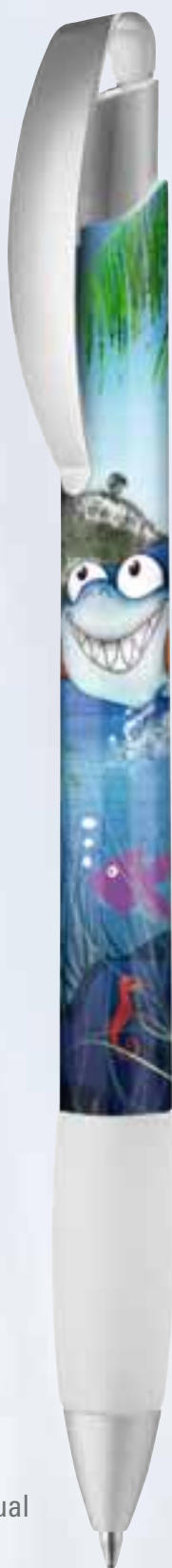
Der Frauen liebster Begleiter ist wohl die Handtasche. Ihre Anfänge findet die Tasche im Mittelalter, denn schon damals erkannte man ihren praktischen Nutzen und transportierte alltägliche Dinge im Beutel am Gürtel befestigt. Im 15. und 16. Jahrhundert war es Mode, sich die Taschen im Inneren der Kleidung festnähen zu lassen, erreichbar durch einen Schlitz im Kleid. Erst als die Kleidung enger und figurbetonter wurde, bekam auch die Handtasche eine neue Funktion – sie wurde zum beliebten Modeaccessoire. Die erste Handtaschen-Studie der Welt, die im Auftrag der Zeitschrift Petra ausgeführt wurde, zeigt, dass rund 95 Prozent der Frauen in den Industriestaaten zwischen zwei und zwanzig Handtaschen besitzen. Kaum eine Frau verzichtet auf das praktische Aufbewahrungstool, wenn sie das Haus verlässt. Laut der Studie „Bag Stories“ verbringen Frauen durchschnittlich 76 Tage ihres Lebens damit, in ihren Handtaschen etwas zu suchen. Wir stellen Ihnen eine kleine Auswahl an praktischen und stylischen Produkten vor, die für Ordnung sorgen und die man unterwegs nicht missen möchte.



Mit dem uma VISUAL
machen Sie Kugelschreiber
zu einzigartigen Werbe-
botschaftern



ENERGY frozen Visual
0-0013 TF VIS



uma®

Die Handschrift
der Werbung

GRUPPE DREI® 1112

Mehr Informationen: www.uma-pen.com/umavisual

www.uma-pen.com

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



DAS LAGERFEUER FÜR ZU HAUSE

blomus GmbH

PSI Nr.: 40774

www.blomus.com



DIE SEELE BAUMELN LASSEN

elastoform FG

PSI Nr.: 41369

www.elasto-form.de



STIMMUNGSVOLLES LICHT

Inspirion GmbH

PSI Nr.: 42907

www.inspirion.eu



KUSCHELIGE STUNDEN

Husemann Textil GmbH

PSI Nr.: 41034

www.husemann-merchandising.de



GEMEINSAM KOCHEN

Le Creuset GmbH

PSI Nr.: 42959

www.lecreuset.de

GEMÜTLICHE WERBUNG

Der Winter kommt in großen Schritten. Die Tage werden kürzer und die Kleidung dicker. Doch auch dann, wenn der eine oder andere die lauen Sommernächte vermissen wird, so bietet der Winter etwas ihm ganz Eigenes: das Gemütliche. Keine andere Jahreszeit weckt so viele Assoziationen mit dieser Emotion. Doch was ist eigentlich gemütlich? Der eine verbindet frischen Plätzchenduft mit dem Wort. Für den anderen ist ein Abend im Kreise seiner Lieben der Inbegriff von Gemütlichkeit. In kaum einer anderen Sprache existiert ein Wort, das der deutschen Gemütlichkeit gleichkommt. Möchte ein Franzose ausdrücken, dass er etwas gemütlich findet, muss er es umschreiben und auch im Englischen fehlt eine direkte Entsprechung. Wir haben uns auf die Suche begeben und aus dem unerschöpflichen Fundus an Werbeartikeln einige herausgesucht, die garantiert die Assoziation „gemütlich“ hervorrufen.

Your client needs something
different this winter...

...WinterShield

by *clipy*



An useful gift which protects
against Ice, Snow and Sun



+34 91 523 8206
info@clipy.com
www.clipy.com



clipy
PSI
Member



Kundenorientierung bedeutet für den Berater, dem Kunden genau zuzuhören und sich in seine Situation zu versetzen. Nur so kann man auf seine Wünsche wirklich eingehen.

KUNDENORIENTIERUNG

DEN KUNDEN IN DEN MITTELPUNKT STELLEN

Der Kunde ist anspruchsvoller geworden, nicht nur in Bezug auf Qualität und Lieferfähigkeit, sondern er möchte auch zunehmend kompetent und individuell beraten werden. Das war eines der zentralen Ergebnisse unserer „Zwischenbilanz 2012“, die Sie im Vormonat an dieser Stelle lesen konnten. Dies bedeutet zusätzliche Herausforderungen für Lieferanten wie für Händler, denn beide wollen ihren Kundenkreis bestens bedienen. Grund genug für uns, sie dabei zu unterstützen: Ein kleiner Kurs in „Kundenorientierung“, Fortsetzung nicht ausgeschlossen.

Kundenorientierung heißt der Grundsatz, der in vielen Unternehmensleitbildern als eine der wichtigsten Zielsetzungen formuliert ist. Kundenorientierung ist eine Kunst: Die Kunst des Umgangs mit Kunden. Ein Profi versteht es, auch in schwierigen Situationen positive, konstruk-

tive und lösungsorientierte Gespräche zu führen, die seine Kunden zufriedenstellen und die Beziehung zu ihnen festigen. Die Neurowissenschaften bestätigen mit verschiedensten Forschungsergebnissen, was schon seit Jahrzehnten von Verkaufsprofis behauptet wird: (Kauf-)Entscheidungen

werden zu 90 Prozent auf emotionaler Ebene getroffen. Ebenso interessant: Informationen werden immer zusammen mit Emotionen im Gehirn gespeichert. Und das Wesentliche bei der Kommunikation geschieht zu 80 Prozent auf der nonverbalen Ebene. Unsere Kommunikation funk-

VERBOTENE WORTE UND WENDUNGEN

Oft und selbstverständlich verwendet, aber wenig positiv und überzeugend sind die folgenden Begriffe. Da sie den Eindruck von Unsicherheit vermitteln, sollten sie im Kundengespräch vermieden werden.

- | | |
|--------------|------------------|
| · müsste | · leider |
| · könnte | · nicht |
| · dürfte | · wahrscheinlich |
| · darf | · vielleicht |
| · ich glaube | · ich versuche |

Also Wendungen wie „Ich könnte mal nachsehen ...“ ersetzen durch „Ich schaue nach ...“.

tioniert zu 7 Prozent über Worte, zu 38 Prozent über die Stimme und zu mehr als 55 Prozent über die Körpersprache. Damit ist die Beziehung zum Kunden häufiger entscheidend als etwa der Preis des Produkts. Daher ist es für Unternehmen unerlässlich, die Instrumente der Kundenorientierung zu beherrschen. Das gilt insbesondere für Mitarbeiter mit Kundenkontakt, sei es im Verkauf, Verkaufsdienst, Service oder der Kundenberatung, Auftragsbearbeitung und Buchhaltung.

GUTE PRODUKTE SIND NICHT ALLES

Das leuchtet ein – doch wie sieht die Praxis aus? Noch immer konzentrieren sich viele Lieferanten zu sehr auf das Produkt. Sie halten an der überholten Überzeugung fest, dass ein gutes Produkt, das stetig verbessert wird, der zentrale Erfolgsfaktor sei. Es ist die Basis des Erfolgs, aber es kom-

men weitere Faktoren hinzu, die den Unternehmenserfolg bestimmen. Auch ein perfekt organisierter Vertrieb muss nicht unbedingt erfolgreich sein, wenn den sogenannten Soft Skills zu wenig Aufmerksamkeit gewidmet wird. So wird gerade in Zeiten drastischer Ausgabenkürzungen zu wenig Wert auf Ausbildung und Verhaltenstraining des Sales-Personals für den Umgang mit Kunden gelegt. Ein Versäumnis, das manches Unternehmen teuer zu stehen kommt. Denn ein einmal durch unpassende Äußerungen, Unaufmerksamkeit, Unfreundlichkeit und Schlampigkeit verprellter Kunde ist meist dauerhaft verloren. Erneut ein Vertrauensverhältnis aufzubauen, erfordert viel Aufwand und gelingt dennoch selten. Damit es nicht soweit kommt, haben wir zusammen mit Armin Marks, unserem erfahrenen Experten auf dem Gebiet der Kundenorientierung und Kommunikation, eine Fülle konkreter, praxisbewährter Techniken, Verhaltensweisen und Methoden zusammengestellt – für all die Situationen, die Mitarbeiter jeder Abteilung im Kundenkontakt erleben.

**NEGATIVE BOTSCHAFTEN,
NEGATIVE WIRKUNG**

„Nein, das geht nicht. Das weiß ich nicht. Der Kollege ist nur bis 15 Uhr da, rufen Sie morgen noch einmal an. Das ist ausverkauft. Sie müssen schon wissen, was Sie wollen. Da müssen Sie schon mal selber schauen.“ Das kommt uns bekannt vor, das haben wir alle schon im Laden an der Ecke, aber ebenso von Verkäufern, Beratern oder gar auf Messen zu hören bekommen. Jeder kennt solche Antworten zur Ge-



nüge – und die Gefühle, die sie auslösen. Den Mitarbeitern, die solche Antworten geben, ist scheinbar überhaupt nicht bewusst, welche Wirkung sie auf ihre Kunden haben und welche Konsequenzen das für die Geschäftsbeziehung hat. Selbst der Anrufbeantworter ist auf Kundenabwehr programmiert: „Sie rufen außerhalb unserer Geschäftszeit an.“ Das klingt wie ein Vorwurf. Wer so kommuniziert, wertschätzt den Kunden nicht wirklich und hat konkreten Handlungsbedarf, dies schnellstmöglich zu ändern.

UNBEWUSSTE ABWEHRREAKTIONEN

Die Liste der Negativ-Beispiele ist noch viel länger. Warum wir so viele davon nennen? Sie können uns vor Augen führen, welche kontraproduktiven Äußerungen wir alle gelegentlich von uns geben, oftmals unbewusst und dennoch fatal in der Wirkung. „Schnell geht so was gar nicht. Da können wir gar nichts machen. Das kann nicht sein. Da müssen Sie sich schon gedulden. Das hätten Sie uns aber mitteilen müssen. Das hatten wir noch nie.“ Äußerungen der Abwehr auf der ganzen Linie und keine Spur von „Kunde im Mittelpunkt“. Geschweige denn ein Gespür dafür, wie man eine Beziehung zum Anrufer aufbaut und aufrecht erhält. Aber manch einer hat noch drastischere Kunden-Abwehr-Reaktionen erlebt.



Freundlichkeit und Entgegenkommen öffnen auch am Telefon die Tür zum Kunden, denn Stimmungen spürt man auch dann, wenn man seinen Gesprächspartner nicht sieht.

SCHADEN FÜR MARKE UND IMAGE

„Sie müssen schon wissen, was Sie wollen. Jetzt beruhigen Sie sich doch mal. Das habe ich Ihnen doch schon erklärt. Ja, so was weiß man doch, das ist doch bekannt. Ihr Vorgang ist im Moment nicht auffindbar. Wie kommen Sie denn darauf?“ Die verheerenden Auswirkungen auf die Stimmung des Kunden und damit auf sein Kaufverhalten und seine Kaufbereitschaft werden oft selbst von Vorgesetzten und Geschäftsführern nicht wahrgenommen. Nicht selten sind auch Stress und Überforderung der Auslöser für überzogenes Verhalten. Aber auch ungünstige Umstände entschuldigen unangemessene Reaktionen nicht. Häufen sich die negativen Botschaften und wird unter Kunden oder in der Öffentlichkeit darüber gesprochen, kann sogar das Image des Unternehmens oder einer Marke Schaden nehmen. Beim Lesen solcher Antworten könnte man zu der Einschätzung gelangen, dass es sehr aggressive Kunden oder Interessenten gewesen sein müssen, die diese heftigen Reaktionen ausgelöst haben. Doch das ist sehr selten der Fall: Wie die Praxis zeigt, geht es meistens

um ganz gewöhnliche Fragen oder Anfragen im Tagesgeschäft wie zum Beispiel: „Was kostet denn bei Ihnen ...? Haben Sie auch ein ... im Angebot? Ich hab da ein Problem, was kann ich denn machen? Wie mache ich denn am besten ...? Wo finde ich denn ...? Können Sie mal Ihren Außendienstmitarbeiter vorbeischicken ...? Sie haben mir eine falsche Rechnung geschickt. Ihre Lieferung ist unvollständig. Wo bleibt meine Sendung? Warum informieren Sie mich nicht über ...? Ihr Kollege hatte mir zugesagt, dass ...?“ Einfache Fragen von Kunden, die zumindest höfliche Antworten erwarten dürfen. Wichtig ist, dass der Kunde in jedem Fall Servicebereitschaft und Entgegenkommen spürt.

PERSPEKTIVE DES KUNDEN EINNEHMEN

Wie stellen wir nun also den Kunden in den Mittelpunkt? Dazu müssen wir uns zunächst in seine Situation versetzen. Dann werden wir besser verstehen, wie wir ihn zufriedenstellen können. So werden wir oft feststellen, dass es mit einer einfachen, freundlichen und sachlichen Information schon getan ist. Abwehr resultiert oftmals

auch aus der Angst, zusätzlich etwas Aufwändiges oder Kompliziertes leisten zu müssen, dem wir uns zeitlich oder sachlich nicht gewachsen fühlen. Doch statt Abwehrreaktionen ablaufen zu lassen, bleiben wir am besten zunächst einmal freundlich und finden in Ruhe heraus, was wirklich von uns erwartet wird. Dann können wir die Situation besser einschätzen und es geht uns alles viel einfacher von der Hand. Diese Haltung können wir üben, indem wir immer öfter „Sie“ und „Ihre / Ihren“ als „Ich“ verwenden. Auch die simple Frage „Wie möchte ich selbst denn angesprochen werden?“ hilft in diesem Kontext weiter.

KOMMUNIKATIONSKOMPETENZ AUFBAUEN

Im Umgang mit Kunden brauchen wir also neben der Fachkompetenz auch Kommunikationskompetenz. Fakten und Informationen müssen so „übertragen“ werden, dass sie mit positiven Emotionen verknüpft beim Empfänger ankommen. Wenn wir uns in Erinnerung rufen, dass Kommunikation nur zu sieben Prozent über die Inhalte erfolgt, ist klar: Eine positive Einstellung und

Hier ist die Stimmung angespannt, wie der Gesichtsausdruck der Kundenberaterin signalisiert. Wenn man bedenkt, dass 90 Prozent der Kaufentscheidungen auf emotionaler Ebene getroffen werden, dann stehen hier die Chancen für einen Abschluss nicht gut.



IMMER VOM POSITIVEN SPRECHEN

Wir sollten vermeiden, davon zu sprechen, was nicht möglich ist:

- weiß ich nicht
- geht nicht
- kann ich nicht
- ist nicht möglich

Dagegen sollten wir betonen, was im Moment möglich oder für's Erste machbar ist:

- das können wir tun
- ich kümmere mich darum
- das ist machbar
- ich erkundige mich und rufe Sie dann gleich an
- das können wir veranlassen

Wir lehnen nicht ab, sondern geben eine positive Antwort. So können wir abmildern, dass wir etwas – zumindest im Moment – nicht leisten können und signalisieren, dass wir in jedem Falle helfen wollen.

Freundlichkeit bilden die „Nährlösung“ für Kundenorientierung. Dass gerade hier „der Ton die Musik macht“, ist nachvollziehbar: Durch die vielfältig variierbare Tonlage, Betonung, Dynamik, Intensität und Lautstärke ist die Stimme ein wichtiges Instrument, mit dem tatsächlich „Stimmung gemacht“ werden kann. Erfahrene Kommunikatoren verstehen es, Kunden auf der Beziehungsebene zu erreichen und zu überzeugen, wobei Sachargumente ganz in den Hintergrund treten.

MIKROTOOLS DER KUNDENORIENTIERUNG

Ein Blick in die Kundenorientierungs-Toolbox zeigt, mit welchen einfachen und wirkungsvollen Instrumenten Beziehungen zu pflegen sind. Manchmal sind es schon kleinste Nuancen in der Formulierung, die eine positive oder negative Grundstimmung auslösen können.

Fach 1: Freundlichkeit

„Hallo, Herr ... Schön, dass Sie anrufen. Schön, dass Sie bei uns anfragen. Ja, gerne. Ist doch überhaupt kein Problem. Danke für Ihre Geduld. Ich rufe Sie gerne zurück. Ich helfe Ihnen gerne weiter. Schönen Tag noch und ein schönes Wochenende.“ Negative Gefühle kommen da gar nicht erst auf.

Fach 2: Lösungen

Es geht darum, Lösungen und Wege anzubieten, statt Probleme und Schwierigkeiten zu nennen, warum etwas nicht geht:

„Ich erkundige mich und sage Ihnen Bescheid. Ich schaue mal, was ich für Sie tun kann. Wir werden eine Lösung für Sie finden. Das kriegen wir schon irgendwie hin. Da finden wir eine Lösung. Was ich in diesem Fall für Sie tun kann ist ... Ich werde das Notwendige veranlassen.“

Was aber nun, wenn der Kunde mit falschen Behauptungen, Vorwürfen oder Aggression kommt? Dafür gibt es die Tools in Fach 3: Erst einmal fragen, um die Situation und das Anliegen des Anrufers sowie die Hintergründe zu verstehen. Damit bringt man ihm den erwarteten Respekt entgegen und zeigt, dass man sein Anliegen ernst nimmt. Noch viel wichtiger: Damit macht man ihn bereit, sich kooperativ zu verhalten.



Ein freundliches Gespräch, bei dem sich alle Beteiligten wohlfühlen, endet meist mit einem einvernehmlichen Händedruck. Wer so auseinandergeht, hat alles richtig gemacht.

Fach 3: Der Sache auf den Grund gehen

„Was ist der Hintergrund Ihrer Frage? Wie meinen Sie das? Wie sehen Sie die Situation? Warum meinen Sie, dass das so passiert sein muss? Was ist der Hintergrund für Ihren Zweifel? Was hat Sie dazu veranlasst? Können Sie mir das genauer erklären? Was wollen Sie damit sagen?“

Alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt sollten

diese Mikrottools beherrschen und sich laufend darin verbessern. Denn es geht um permanente Qualitätsverbesserung – etwas, das für Produkte als selbstverständlich gilt –, um immer einen Tick besser zu sein als der Mitbewerber. In einer der kommenden Ausgaben vertiefen wir die Themen Kundenorientierung und Kommunikation mit vielen weiteren Beispielen. <



ARMIN MARKS

Armin Marks ist seit über 25 Jahren als Berater, Moderator, Trainer und systemischer Coach in einer Vielzahl von Branchen der Investitionsgüter- und Dienstleistungsindustrie tätig. Seine Themenschwerpunkte sind dabei Vertrieb im Außen- und Innendienst, Kundenorientierung für alle Mitarbeiter mit Kundenkontakt, Führung, Kommunikation und Kooperation sowie Begleitung von Veränderungsprozessen und individuelle Entwicklung von Mitarbeitern und Führungskräften. Er arbeitet in seinen Projekten

mit einer Vielzahl von aktuellen effizienten Ansätzen und Methoden der Psychologie. Sein Motto: Lösungen suchen statt Probleme analysieren.

Kontakt: Armin Marks | Tel. +49 6120 9798398 | armin-marks@t-online.de | www.armin-marks.de



LIFESTYLE, AMBIENTE UND WOHNEN BEHAGLICHES WERBEFEELING

Mit den drei Schlagworten Lifestyle, Ambiente und Wohnen umschreiben wir ein Produktsegment, mit dem sich vor allem die kreativen Kräfte der Werbemittelbranche beschäftigen. Wir zeigen Ihnen auf den folgenden Seiten, was diese Neues und Schönes zur Themengruppe ausgeheckt haben.

Unterkunft ist neben der Nahrungsaufnahme und der Kleidung nicht nur eines der Existenzbedürfnisse des Menschen, sondern in seiner (heutigen) Form als Wohnen auch eine der Haupttätigkeiten des Daseins. Eine große Zeit des Lebens verbringt man im eigenen (oder gemieteten) Heim, dessen Stellenwert zum Beispiel auch im englischen Leitspruch „My home is my castle“ sehr deutlich zum Ausdruck kommt. Der Raum des Wohnens umschließt den kostbaren Bereich des Privaten. Hier gehen wir, losgelöst von den Notwendigkeiten des Berufslebens, unseren ganz individuellen Neigungen nach. Nicht von ungefähr werden „Wohnen“ und „Arbeiten“ als Gegensätze genannt. Wenn wir wohnen, dann auch möglichst „wohnlich“. Deshalb auch gestalten wir dieses Umfeld nach unseren Vorstellungen von Wohnlichkeit, zeigen im eigenen „Ambiente“ (schließlich nur ein anderes Wort für Umfeld) unseren individuellen „Lifestyle“. In diesem idealerweise entspannten Umfeld sind wir offen, auch für dezente Anreize eines schönen und guten Werbeartikels, sofern er die Behaglichkeit unseres Heims erhöht. Viele Produkte dieser Art stellen wir Ihnen auf den nächsten Seiten vor. <



FESTLICHE INSZENIERUNG

Mit dem weihnachtlichen Bilderrahmen Scenery von Inspirion lassen sich Fotos festlich in Szene setzen. Der runde Rahmen mit Weihnachtsmotiv und Hängeband verschönert jede Wand und sorgt für eine weihnachtliche Stimmung. Auch als Schmuckelement am Weihnachtsbaum wird der Bilderrahmen zum Blickfang. Werbeaussagen werden auf Wunsch integriert.

42907 • Inspirion GmbH • Tel +49 421 52270

info@inspirion.eu • www.inspirion.eu

VOLLE BADEFREUDEN

Bei Multiflower kommen nun auch Fans duftender Vollbäder auf ihre Kosten. In einer kleinen Gießkanne namens Camilla sind nämlich 20 hochwertige Schafmilchseifen untergebracht, die himmlisch nach Granatapfel duften. Damit lässt es sich nicht nur in der Winter- und Weihnachtszeit so richtig relaxen. Und wenn alle Sterne aufgebraucht sind, lassen sich in der Gießkanne diverse Utensilien verstauen. Camilla ist in Weiß, Pink, Grün oder Gelb zu haben. Werbeeindrücke lassen sich auf der Banderole oder direkt auf dem Gießkännchen platzieren.

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560

info@multiflower.de • www.multiflower.de



ZWEI IN EINS

Schon nach wenigen Minuten in der Mikrowelle oder im Backofen wird das Kornkissen von mbw zu einem ökologischen Wärmespender. Ideal für Rücken, Bauch oder kalte Füße, strahlt es eine wohlige, lang anhaltende Wärme aus. Nach einer kurzen Zeit in der Kühltruhe oder im Eisfach wird das kleine, rechteckige oder herzförmige Kornkissen ebenso zu einem erstklassigen Kühlkissen. Durch die lockere Getreidefüllung schmiegt es sich gut an den Körper an. Die Werbeanbringung erfolgt auf dem Baumwollstoff des Kissens, das in sieben Farben erhältlich ist.

42020 • mbw Vertriebsges. mbH • Tel +49 4606 94020

info@mbw.sh • www.mbw.sh





MOBILE ESSKULTUR

Mit Snack2Go bringt Mahlwerck Esskultur in die moderne mobile Welt zurück, denn auch unterwegs sollte es möglich sein, stilvoll aus Porzellan zu speisen. Zusätzlich ist es den Designern gelungen, einen Beitrag zum ökologischen Gedanken zu leisten. Die Vorteile von Snack2Go liegen auf der Hand: umweltfreundliche Alternative zu Plastik- und Wegwerfgeschirr, geschmackvolles Design aus hochwertigem Porzellan, zu 100 Prozent dicht verschließbarer Deckel sowie ein ausreichendes Fassungsvermögen von 600 Millilitern. Der Artikel ist als Kleinauflage mit fünf Standardmotiven lieferbar, ab 60 Stück kann eine Personalisierung per Gravur geordert werden.

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

SCHLÜSELERLEBNISSE

Wenn ein Manschettenknopf auf eine Lederschleife trifft und dann noch ein Metallring dazukommt, machen kreative Designer ein ungewöhnliches Produkt daraus: den Schlüsselanhänger Mr. Elegant von Troika. Zehn Motive sind zu haben, unter anderem das Modell Cook für alle, die mit Kochen zu tun haben oder in der Gastronomie zu Hause sind. Die Anhänger wurden für Individualisten kreiert, die ihrem Lebensgefühl Ausdruck verleihen wollen.

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



EASY STREET STYLES

Ob als coole Streetwear, zum Ausspannen nach dem Sport oder um einfach mal vom stressigen Alltag zu relaxen: Die vielseitigen Sweat-Produkte von James & Nicholson (Hausmarke der Daiber GmbH) in vielen verschiedenen Farben, Formen und Styles sind im Herbst gern getragene Klassiker. Das breite Sortiment von über 30 Sweat-Artikeln für Damen, Herren und Kinder reicht von lässigen Jogging Pants über praktische Sweatshirts mit oder ohne Kapuze oder dem klassischen Polo Sweat bis hin zum trendy College-Style Baseball Jacket und das in bis zu 18 verschiedenen Trendfarben.

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

-Anzeige-



MACHT MARKEN ZU HELDEN.

NEU:
100 %
transparent



reddot design award
winner 2012

DER NEUE
CENTRIX COLOUR MIX.
GERMAN INNOVATION.

senator®

Ab sofort gibt es noch mehr Möglichkeiten, Ihre Marke zum strahlenden Sieger zu machen: Mit prämiertem Design, erstklassiger Qualität und prominenten Bedruckungsflächen - jetzt auch mit transparentem Drücker und Clip.

Mehr unter: www.senatorglobal.com

designed to brand



POSITIVE ENERGIEN

Das neue Energy+-Armband aus dem attraktiven Lifestyle- und Wellness-Bereich von Riverside ist ideal für den Einsatz im Alltag und beim Sport. Träger der Armbänder berichten von vielen positiven Effekten wie Steigerung des allgemeinen Wohlbefindens, einem vitaleren Lebensgefühl, einem erholsameren Schlaf oder einem verminderten Schmerzempfinden. Die Minus-Ionen-Armbänder bieten einen angenehmen Tragekomfort und sind aus extrem widerstandsfähigem und hochwertigem Silikon hergestellt. Das Band ist ab 1000 Stück individualisierbar und wird auf Wunsch in einer attraktiven Verpackung in Form eines Reagenzglases geliefert.

44438 • Riverside GmbH & Co. KG • Tel +49 5922 7766690

info@riverside-web.com • www.riverside-web.com

MASSIG PLATZ FÜR NOTIZEN & CO.

Der Notizspender Triset von Gutter beeindruckt auf jedem Schreibtisch zunächst optisch, dann aber durch sein großes Aufnahmevermögen. Er besteht aus kristallklarem Polystyrol mit lichtreflektierenden Kanten und bietet Platz für zweimal 150 Blatt Schreibpapier in den Formaten 10x10 und 10,5x14,8 Zentimetern. Außerdem lassen sich darin Visitenkarten sowie das Schreibgerät dekorativ unterbringen. Die Vorder- und Rückseite des Ständers können per Siebdruck individualisiert werden. Zusätzlich bietet der Hersteller auch das Bedrucken der Notizzettel im Offset-Verfahren an. Herstellung, Konfektionierung und Werbeanbringung erfolgen direkt inhouse beim Anbieter.

41048 • Gutter GmbH & Co. KG • Tel +49 2104 31048

info@gutter.de • www.gutter.de



SIT AND CHILL OUT

Dieser Sitzsack der Firma Lehoff mit dem Namen Sitting Bull bietet erstklassigen Komfort in allen Sitz- und Liegepositionen. Besonders nach einem harten Tag lässt es sich in diesem roten Sitzsack aus wasserabweisendem, atmungsaktivem Polyestergewebe in aller Ruhe abschalten. Sitting Bull findet sowohl als Sessel als auch als Liege oder Gästebett Verwendung. Die Füllung besteht aus besonders kleinen Eps-Perlen in der besten erhältlichen Qualität. Die UV- und alterungsbeständige Dreifachnaht sorgt für besonders sichere Reißfestigkeit.

41259 • Lehoff Im- und Export GmbH • Tel +49 40 5296070

info@lehoff.de • www.lehoff.de



TAUSENDE BÜCHER IMMER DABEI

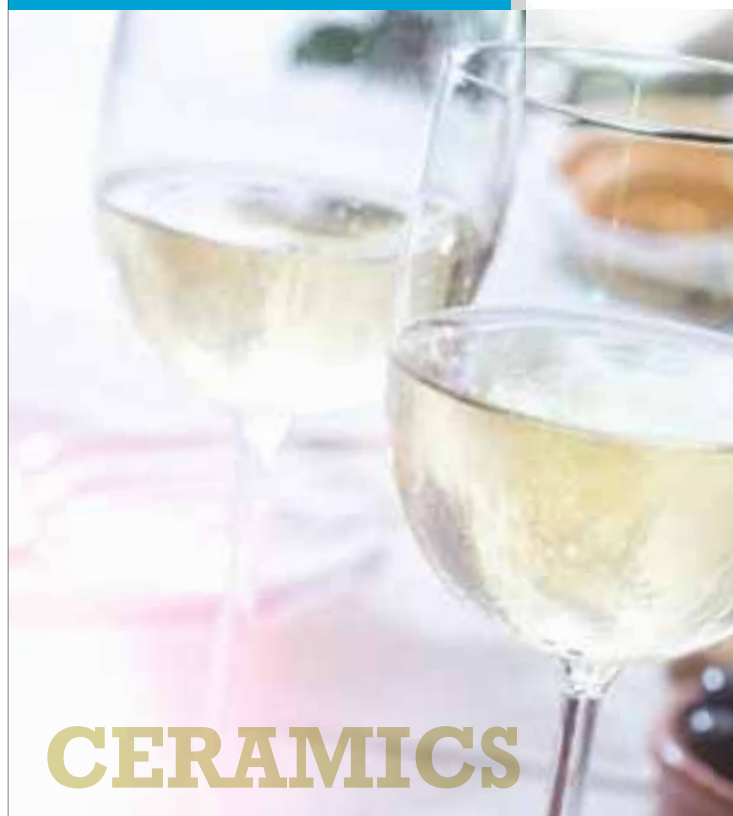
Spannende Lektüre wo immer man gerade ist: Kein Wunschtraum mehr, sondern im Zeitalter der eBooks preiswerte Realität. Nach Aussage des Lieferanten Global Player Marketing „zu teuflisch guten Preisen mit Sonderkonditionen für PSI-Mitglieder“ wird der eBook Reader Pyrus derzeit angeboten und öffnet ein neues Kapitel der TrekStor eBook Reader. Das papierähnliche Display mit Digital Ink Technologie stellt die Lieblingslektüre ab sofort auch unter direkter Sonneneinstrahlung gestochen scharf dar – und das flimmerfrei in jeder Position. Darüber hinaus ermöglicht die innovative Technologie dank intelligentem Stromsparmanagement eine Akkulaufzeit von mehreren Wochen. Mit einer internen Speicherkapazität von vier Gigabyte passen bis zu 4000 Bücher auf den eBook Reader Pyrus. Mithilfe einer microSD- oder microSDHC-Speicherkarte kann dieser Speicher noch um maximal 32 Gigabyte erweitert werden. Der eBook Reader gibt alle gängigen Formate wie ePub und PDF wieder und dank freier Shopwahl können eBooks überall gekauft werden. Features wie Lesezeichen, Suchfunktion und die Möglichkeit, zwischen Hoch- und Querformat umzuschalten, garantieren höchsten Lesekomfort und eine einfache Bedienung. Diverse Auszeichnungen, wie beispielsweise als „Preis-/Leistungssieger“ beim Computer - Magazin für die Praxis unterstreichen das.

47272 • Global Player Marketing Ltd. • Tel +49 6161 807238
sales@global-player-marketing.com • www.global-player-marketing.com

-Anzeige-

NEW IntracoTrading by

PROMOTIONAL GADGETS?
CHECK WWW.INTRACO.NL



CERAMICS

AB
€ 1.530



50581 MUG PHOENIX COLOUR

AB
€ 1.725



50591 MUG VALENCIA COLOUR

AB
€ 9.300



AB
€ 1.435



98001 NICE WHITE

AB
€ 1.280



51101 NEW YORK

AB
€ 1.625



50711 CHALK CUP

AB
€ 1.145



98091 OSLO



82801 AQUA PLUS 4

AB
€ 3.090



50171 MAGGIORE

AB
€ 1.805



98411 REIMS

AB
€ 0.835



98311 BEER FLUTE

UND MEHR!
WWW.TOPPOINT.COM

DIES SIND NETTOPREISE
INKL. 1 FARBIGEM DRUCK AUF EINER SEITE
EXKL. EINRICHTUNGSKOSTEN



LEUCHTENDES MEISTERSTÜCK

Vollendete Formsprache und eine durchdachte Funktion – das bietet die Tischleuchte im Bauhausstil der Firma Lehoff. Diese Leuchte wurde bereits 1924 von Wilhelm Wagenfeld designed. Noch heute überzeugt sie in der einzigen autorisierten Re-Edition. Mit Metall vernickelt, Klarglas und Opalglas, Einzelnummerierung und Echtheitssiegel ist die Tischleuchte ein wahres Meisterstück.

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

LICHTGESTALT

Ein völlig neu entwickelter Stick, der durch sein edles Design und die hochwertige Verarbeitung besticht, kann bei der Firma In-Crystal geordert werden. Der Clou ist ein Glaskörper, welcher mittels modernster Lasertechnologie – made in Germany – wunschgemäß graviert wird. Nahezu jede Vorlage kann dabei in ein dreidimensionales Modell umgewandelt werden. Der 3D-Effekt verstärkt sich noch durch die Beleuchtung der Gravur. Sobald der Stick mit einem USB-Port verbunden wird, wird das Motiv mittels einer besonders starken LED beleuchtet. Zusätzlich ist noch eine weitere Werbeanbringung auf dem Deckel des Sticks möglich.

48038 • In-Crystal • Tel +49 7044 9168160
info@in-crystal.com • www.in-crystal.de



DESIGN MACHT DEN UNTERSCHIED

Ein Schirm muss nicht immer aussehen, wie man es von einem Schirm erwartet. Das meinen jedenfalls die Designer des McRain Tube A1, der zum aktuellen Angebot der Brain Promotion GmbH gehört. Mit diesem Artikel steigt der Anspruch an eine außergewöhnliche Produktwerbung, indem der Kunde die coole Aluminium-Dose in seinem Corporate Design selbst gestaltet. In Kürze setzt die Firma Brain Promotion neben Siebdruck und Lasergravur zusätzlich auf ein innovatives Digital-Direktdruck-Verfahren und kann so jedes Logo in noch nie gesehener Qualität drucken.

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



Magcoin[©]
patented



eine Klasse für sich...



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



LEDER IN SEINEN SCHÖNSTEN FORMEN

Unter der Marke Eurostyle sind Werbeartikel aus hochwertigem Leder bekannt, die auch den etwas anspruchsvolleren Geschmack treffen. Im schier unendlichen Angebot findet man beispielsweise klassische Artikel, die exquisit verarbeitet sind und oft durch kleine Details einen edlen Charakter erhalten. Von den Bereichen Business bis Fashion – bei Eurostyle ist für jeden etwas dabei. Darüber hinaus werden die vom Kunden ausgewählten Lederartikel mit Prägungen, Emblemen oder Druckveredelungen personalisiert.

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

info@eurostyle.eu • www.eurostyle.eu



FÜR ZWISCHENDURCH

Diese praktische Scheintasche von Jutamo in lässigem, schwarzem Nappaleder besitzt eine kleine Schwester, die man durch einen Druckknopf schnell und einfach von der großen lösen kann. Egal ob groß oder klein – jede der beiden bietet genügend Platz für Scheine, Münzen, Kreditkarten oder Ausweise. Mit dieser Tasche gehört mühsames Umstecken oder sogar vollständiges Herausnehmen der Vergangenheit an. Werbung findet auf der Innen- oder Außenseite Platz.

45651 • Jutamo GmbH • Tel +49 6108 799380

info@jutamo.de • www.jutamo.de



ORANGENDUFT LIEGT IN DER LUFT

Das Geschenkset Orange Flavour von Kundenpflege besteht aus einer dekorativen Keramikskulptur mit drei Kugeln sowie aus 10 Millilitern Duftöl in der Dufrichtung Orange. Wird die Skulptur mit dem Öl beträufelt, gibt sie dezent den Duft an die ganze Umgebung ab.

46887 • Kundenpflege Wellness & Care GmbH & Co. KG • Tel +49 6541 812950

info@kunden-pflege.de • www.kunden-pflege.de





WERBUNG MIT KUSCHELFAKTOR

Wer nach einer Werbeidee im Bereich Wellness, Hotellerie, Freizeit oder Gesundheit sucht, wird mit großer Wahrscheinlichkeit beim italienischen Unternehmen Emmebiesse fündig. Seit über 45 Jahren liefert der Spezialist für Frotteewaren flauschige Werbegrüße in den verschiedensten Varianten, Macharten und Farben. Alle Artikel sind von hoher Qualität, pflegeleicht und versprechen eine lange Lebensdauer. Werbebotschaften lassen sich auf verschiedene Art aufbringen, zum Beispiel durch Sticken, Drucken oder Aufnähen. Durch eine äußerst flexible Produktion ist Emmebiesse in der Lage, auch größere Bestellmengen in kürzester Zeit zu realisieren und das zu annehmbaren Preisen.

45079 • Emmebiesse S.P.A. • Tel +39 0142 74391

info@emmebiesse.it • www.emmebiesse.com

ZWEI IN EINS

Der neue Kugelschreiber Clic Clac Opener von LM Accessoires bietet eine praktische Doppelnutzung, die ihn zum perfekten Werbemittel für die Gastronomie macht: In das originelle Highlight-Produkt ist ein Kapselheber integriert. Erhältlich ist der Clic Clac Opener in drei verschiedenen Designs.

42487 • LM Accessoires GmbH • Tel +49 2234 99000

info@lm-accessoires.com • www.lm-accessoires.com



-Anzeige-

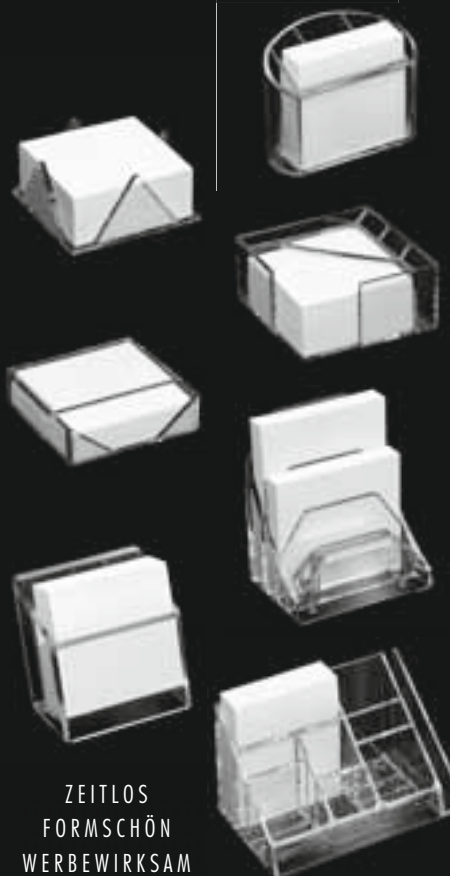


TRANSPARENT & ELEGANT

EUROPNOTE®

EINGETRAGENES MARKENZEICHEN DER GUTTER GMBH & CO. KG

NOTIZPAPIER-SPENDER MADE IN GERMANY

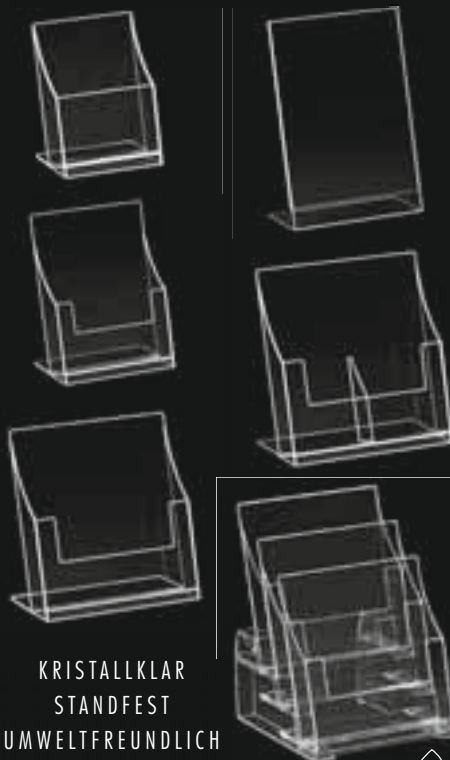


ZEITLOS
FORMSCHÖN
WERBEWIRKSAM

PROSPECTA®

EINGETRAGENES MARKENZEICHEN DER GUTTER GMBH & CO. KG

PROSPEKTSTÄNDER MADE IN GERMANY



KRISTALLKLAR
STANDFEST
UMWELTFREUNDLICH

Gutter

Kunststofftechnik Papierverarbeitung

MAX-PLANCK-STR. 89 · D-40699 ERKRATH
FON +49(0)2104-31048 · FAX +49(0)2104-31595
WWW.GUTTER.DE



IT'S TEA TIME

Teetrinker legen meist allergrößten Wert auf exklusive Accessoires, wie zum Beispiel Kannen mit bestimmten Formen und Eigenschaften. Das macht es „Laien“ nicht einfach, ein passendes Geschenk für Liebhaber des edlen Getränks zu finden. Mit dem Set Vanilla Season Manipur von iMi kann man nichts falsch machen, denn es bietet auch etwas für das Auge. Dafür sorgt der Materialmix aus Porzellan, Bambus und Edelstahl. Das Ganze ist in einer exquisiten Vanilla-Season-Geschenkbox verpackt.

47996 • iMi Partner A.S. • Tel +420 545 4254-31
tomas.kaderka@imi.cz • www.imi.cz

KNACKT AUCH DIE HÄRTESTE NUSS

Wenn Design auf Funktionalität trifft, sollte ein außergewöhnlicher Gebrauchsgegenstand herauskommen. Das ist beim Nussknacker-Set von Nestler-matho hundertprozentig gelungen. Das Set besteht aus Nussknacker und zwei Schalen: eine für Nüsse und eine weitere für deren Schalen. Als Material haben die Designer eine hochwertige Edelstahllegierung und schlagfestes ABS ausgewählt. Eine Werbung bringt der Hersteller per Laser auf dem Griff an.

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



ECHT KARLSBADER

Ein gegenständlicher Werbeträger muss viele Anforderungen erfüllen: Preiswürdigkeit, hoher Gebrauchswert, optimale Gestaltungsmöglichkeiten, universeller Einsatz, gute Qualität und hohe Wertanmutung. Wer meint, das alles zu verwirklichen sei schwierig, sollte sich die Kollektion an Kaffeetassen von HNC ansehen. Vom traditionellen Becher in Zylinderform bis hin zur eleganten Tasse mit passender Untertasse – natürlich aus echt Karlsbader Porzellan – findet sich für jeden Geschmack und Anspruch der passende Artikel. Die Farben werden in Inglasurtechnik gespritzt und sind somit spülmaschinenfest.

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

cacharel



PLASTORIA

THE POWER OF BRANDS



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

A gift is about making someone feel valued by giving them something valuable. Plastoria understands this. With our collections, you can offer your client luxurious gifts by renowned fashion brands, at an affordable price. The quality of our products, combined with fast deliveries and outstanding client service, make Plastoria the right choice for your high-end gifts needs.

www.plastoria.be



LIEBLINGSMUSIK PER TELEFON

Mit einer Innovation für den Schreibtisch oder zu Hause wartet die Spranz GmbH auf: die Design-Soundstation mit gutem, abgeschirmtem Lautsprecher (kein „Knacken“ bei aktivem Telefon) und Telefonhörer für eingehende Anrufe (vermindert die Strahlenbelastung für den Kopf – effektiv und gesundheitsfördernd). Die Station bietet einen einfachen Anschluss per Klinkenstecker mit Durchlasskanal für den Handynetanschluss, geeignet für alle gängigen Smartphones und MP3-Player.

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

ZEIT FÜR ERINNERUNGEN

Die formschöne Drehuhr namens Circle von Topico gibt mehr als nur die Zeit an und ist mit drei ausklappbaren Plattformen ausgestattet. Zeit für Erinnerungen bietet der integrierte Bilderrahmen. Die dritte Plattform dient als Druck- und Gravurfläche für eine individuelle Werbeanbringung. Zudem lässt sich die hübsche Tischuhr mit Bilderrahmen individuell aufstellen und macht stehend oder liegend immer eine gute Figur. Und wer gerne bei offenem Fenster arbeitet, kann die Uhr auch als Briefbeschwerer einsetzen.

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



QUADRATISCH, PRAKTISCH, BEQUEM

Die große und quadratische Sitzfläche des Hockers Briq von koziol sorgt dafür, dass das Sitzmöbel nicht nur äußerst bequem ist, sondern auch sehr standfest und stabil. Briq ist für In- und Outdoor gleichermaßen gut geeignet und lässt sich sicher stapeln. Zu haben sind verschiedene Farben.

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



HART WIE DIAMANT

Die Messermacher von Victorinox erweitern ihre erfolgreiche Produktpalette von weißen Keramikmessern mit einer außergewöhnlichen Serie, die ganz in Schwarz gehalten ist. Sie überzeugt die Designliebhaber mit ihrer Formgebung und in der Anwendung mit ihren Werten. Ein Anteil von fast 100 Prozent hochreinem Zirkon macht die Messerklinge diamanthart und hält Sie über lange Zeit scharf. In Verbindung mit der guten Gewichts-Ausbalancierung und dem ergonomischen Griff aus Polyamid ergibt sich eine überragende Schneidqualität. Die weiteren Eigenschaften wie leicht, geschmacks- und geruchsneutral, hygienisch, antiallergisch, lebensmittelecht, einfach zu reinigen und rostfrei sprechen zusätzlich für Keramikmesser. Das Sortiment umfasst verschiedene Messerarten.

44281 • Victorinox AG • Tel +41 418181211
261@victorinox.ch • www.victorinox.com

GRILLSPASS OHNE RAUCHBELÄSTIGUNG

Global Innovations vertreibt exklusiv einen digitalen Infrarotgrill. Dieser bietet gemütliches Beisammensitzen ohne Geruchsbelästigung bei gesundheitsbewusster Zubereitung der Nahrungsmittel. Das Grillgut wird von innen heraus per Infrarot gewärmt und von außen knusprig braun. Ideal geeignet, um in der Wohnung oder auf dem Balkon zu grillen, unabhängig von Wetter und Jahreszeit. Der Artikel ist in zwei Versionen sofort lieferbar und wird bereits bei mehreren Großkunden als hochwertige Prämie eingesetzt.

46626 • Global Innovations Germany GmbH & Co. KG • Tel +49 651 99849950
info@globalinnovations.de • www.globalinnovations.de



DESIGN MIT SPASSFAKTOR

Die Wanduhr Reflects-Horley von LM Accessoires ist mit ihrer Größe von 60 Zentimetern ein Blickfang für jedes Büro oder Zuhause. Der schlichte, großflächige Korpus lässt sich ideal per Lasergravur oder Tampondruck mit einem Logo veredeln. Der Clou an der originellen Uhr ist der kleine Specht, der lautlos im Sekundentakt zum Lauf der Zeit nickt.

42487 • LM Accessoires GmbH • Tel +49 2234 99000
info@lm-accessoires.com • www.lm-accessoires.com

-Anzeige-





KOMBINIEREN ERWÜNSCHT

Gleich zehn attraktive Farben stehen beim innovativen Teelichthalter CandleChain 4 line der KHK GmbH zum Kombinieren von Ober- und Unterteilen zur Verfügung. Das Besondere ist die Werbeanbringung auf den Teelichtern, deren Aufdruck für die gesamte Brenndauer erhalten bleibt. Vom Logoaufdruck bis zu dekorativen Designs, für viele Branchen lassen sich passende Motive und Kombinationen umsetzen. Geliefert wird der komplett in Deutschland produzierte CandleChain 4 line in einer PET-Box und ist bereits ab 250 Stück bestellbar. Die Lieferzeit beträgt etwa drei Wochen, Muster und Infomaterial sind ab sofort erhältlich.

46131 • KHK GmbH Köln • Tel +49 221 9854730

sales@khkgmbh.com • www.khkgmbh.com

BEQUEM UND WERBEWIRKSAM

Der neue Sitzwürfel von Malgrado komplettiert die Corporate Identity jedes Unternehmens und trägt die eigene Werbebotschaft auf pfiffige Art und Weise zu den Geschäftspartnern. Der Hersteller fertigt die Cubes aus Mikrofaser-Velours individuell nach Kundenwunsch (ab 100 Stück). Die Würfel zeichnen sich durch hohe Qualität und extreme Festigkeit aus. Mit Maßen von 50 x 50 x 40 Zentimetern bieten diese Sitzwürfel einen hervorragenden Platz für jede Werbebotschaft.

46913 • Malgrado fashion & promotion GmbH • Tel +49 2207 704090

office@malgrado.de • www.malgrado.de



NIE MEHR OHNE ENERGIE

Seinen neuartigen 12/24-Volt-Premium-USB-Car-Charger für KFZ aller Art bietet die Firma Löw Energy System an. Einerseits lassen sich nahezu alle Mipow Powertubes auch im Fahrzeug mit Energie versorgen, andererseits eignet sich der Bolt Car Charger auch dazu, während der Fahrt Smartphones, Tablets, Navi-Geräte, MP3-Player und portable Spielkonsolen aufzuladen. Der Clou an Bolt: er hat einen zusätzlichen 2,5-Millimeter-Klinkenanschluss, der es ermöglicht, gleichzeitig ein zweites Gerät anzuschließen. Der Anbieter personalisiert die Premium-Charger bereits ab 100 Stück im Laserverfahren.

47113 • Löw Energy System e.K. • Tel +49 2181 2135966

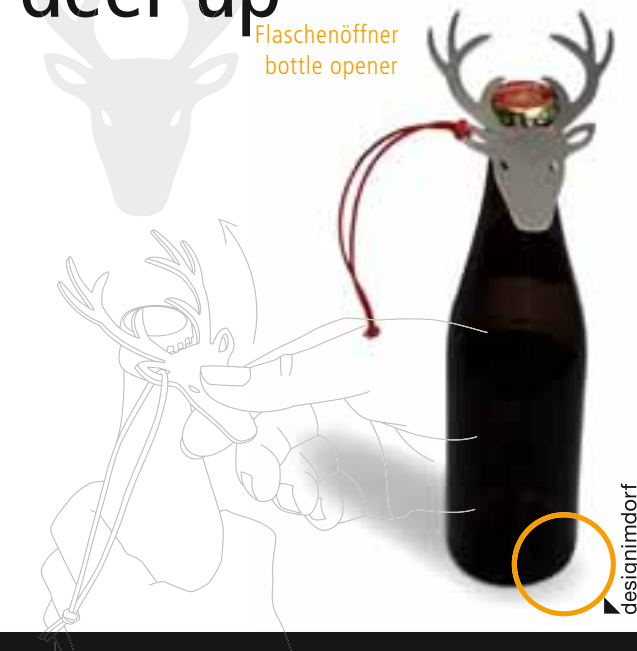
info@loew-energy.de • www.loew-energy.de



Werben mit Emotionen

deer up

Flaschenöffner
bottle opener



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



Frottier erleben



umfangreiches Lagersortiment

zertifizierte Qualität

kompetente Beratung

Floringo GmbH
Äußere Kreuzäcker 2
82395 Obersöchering

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



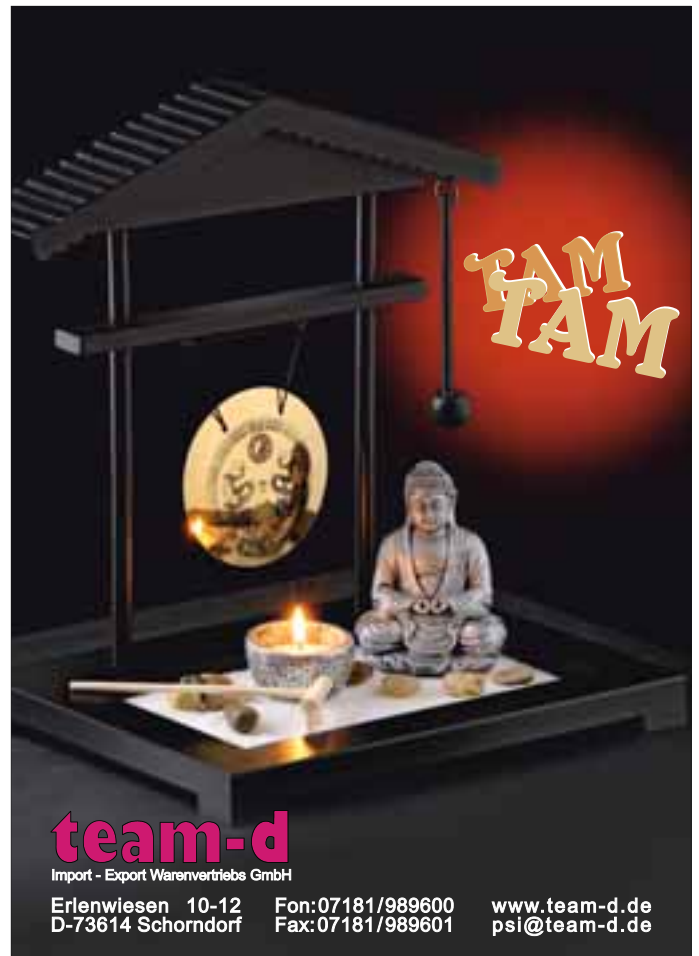
UNIKUS

Mehr Infos unter:
www.creas.de

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



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



team-d

Import - Export Warenvertriebs GmbH

Erlenwiesen 10-12
D-73614 Schorndorf

Fon: 07181/989600
Fax: 07181/989601

www.team-d.de
psi@team-d.de



ZEITLOSES FÜR DEN SCHREIBTISCH

Die Stiftebox aus Nussbaum der Firma Holz-Fichtner besticht durch ihre schlichte, schöne Form, ihre warme Farbe und ihre individuelle Walnussbaum-Maserung. Die etwa zehn Zentimeter hohe Box ist ein Blickfang auf jedem Schreibtisch. Außerdem gehen durch den magnetischen Zettelhalter auf der Rückseite auch keine wichtigen Infos mehr verloren. Eine Werbeanbringung mit Lasergravur ist selbstverständlich möglich.

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

HIMMLISCHE GENÜSSE

Der Blickfang in jeder Wohnung: Per Celo Etagere Grande vom Schokospezialisten Chocollissimo – eine edle, zweistöckige Etagere aus hochwertigem Porzellan, bestückt mit 30 handgefertigten und außergewöhnlichen Pralinenkreationen. Wem dieses köstliche Luxusobjekt mit einzigartigem Geschmackserlebnis gegönnt wird, der erinnert sich garantiert genussvoll an den Geber. Das Nettogewicht beträgt 360 Gramm. Aller weiteren Informationen gibt's direkt bei Chocollissimo.

48316 • Chocollissimo by MM Brown Deutschland GmbH • Tel +49 69 25427127
rafael.kladzinski@chocollissimo.de • www.chocollissimo.de



EXOTISCHE DÜFTE

Der moderne Duftspender von BSC macht Schluss mit unangenehmen Gerüchen. Dazu sieht der Markenartikel (Borbone) auch noch gut aus und verschönt das Ambiente zu Hause oder im Büro zusätzlich. Als Duftvarianten stehen zur Auswahl: Ultramarine, Safari und Filicudi island. Das Geschenkset besteht aus einem 200-Milliliter-Parfumflakon und zehn Holzstäbchen.

48383 • BSC SRL • Tel +39 0541 811511
corporate@bscincentive.com • www.bscincentive.com

-Anzeige-



UND SIE DREHEN SICH DOCH...

Die ersten „halbautomatischen“ Spaghetti-Gabeln können ab sofort bei der Kellermeister Manns GmbH bestellt werden. Bei der Abwärtsbewegung entlang der Windung dreht sich die Gabel automatisch und wickelt die Spaghetti wie von selbst auf. Dazu gibt es zwei hochwertige Gourmet-Nudelteller, deren quadratische Form ein echter Hingucker ist. Abgerundet wird das Ganze durch eine Packung original italienische Spaghetti. Die Verpackung erfolgt in einer geschmackvollen Geschenkbox, die mit Werbung versehen werden kann.

45384 • Kellermeister Manns GmbH • Tel +49 2045 960477
info@kellermeister-manns.de • www.kellermeister-manns.de



WIRKUNGSVOLLES EINZELSTÜCK

Mit dem neuen Fotohalter Maximo von e+m Holzprodukte behält man das schönste Urlaubsfoto immer im Blick. Das Neue an der Gestaltung: Das Bild klemmt in einer eingearbeiteten Führungsnut und wird mit einer wertigen Edelstahlkugel gehalten. Der massive Holzkörper ist in markantem Zebrano oder in heller deutscher Eiche erhältlich. Logos finden durch Druck oder Lasergravur ihren Platz.

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

-Anzeige-

SHORTY
MADE IN GERMANY





VIP-ABSTELLPLÄTZE AUS LEDER

Lederuntersetzer als stylisches Accessoire dürfen in keinem modernen Haushalt fehlen. Ob klein oder groß, für Trinkgefäße, als Topfuntersetzer, als Tischset oder Schreibtischunterlage – die nützlichen Modelle von Garnier sind echte Hingucker. Farbenfroh oder in gedeckten Tönen, aus echtem Leder oder Kunstleder, exklusiv oder sehr preisgünstig, rund oder eckig, mit individueller Prägung oder natura: Für jeden Geschmack ist das Richtige dabei. Auf Wunsch fertigt Garnier auch alle Produkte aus ökologischem Leder – rein pflanzlich gegerbt oder aus Recycling-Leder. Werbewirksame Veredelungen mittels Prägung oder Druck werden ganz auf die individuellen Wünsche des Kunden abgestimmt.

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

VOLLENDETE SYMBIOSE

Das moderne Taschenmesser Struktura classic von Richartz verbindet moderne Technik, perfekte Funktionen und ausgezeichnetes Design zu einer vollendeten Symbiose. Die hochwertigen Edelstahlgriffe sind mit einer markanten, rutschsicheren Noppenstruktur versehen. Die Ausstattung kann sich sehen lassen: große Klinge, kleine Klinge, Schere, Kapselheber-Schraubendreher-Kombination, Dosenöffner, Lederbohrer, Korkenzieher, Pinzette, Zahnstocher, Ring. Werbung kann per Lasergravur oder Druck aufgebracht werden.

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



KOMMT EIN UNWETTER?

Mit dem ersten bundesweiten Unwetterwarndienst für zu Hause präsentiert TFA Dostmann in diesem Jahr eine ganz besondere Produktinnovation. Dem Wetter- und Messgeräte-Experten ist es mit dem Twister 300 erstmals gelungen, Unwetterwarnungen regional und zeitnah auf eine Wetterstation für jeden Haushalt auszusenden. Die hochpräzise Unwettervorhersage wird möglich durch die satellitengestützte WetterDirekt-Technologie, mit der TFA bereits erfolgreich am Markt etabliert ist. So gelangen die Wetterwarnungen des Deutschen Wetterdienstes (DWD) über Satellit und ein Funknetz als Lauftext direkt aufs Display des Twister 300.

41875 • TFA Dostmann GmbH & Co. KG • Tel +49 9342 3080
info@tfa-dostmann.de • www.tfa-dostmann.de



Artikel 4056

Pfiffige Geschenk-Ideen für den Winter

Verschenken Sie witzige Schneemann-Sets im
Präsentkarton oder Zauber-Schneepulver für die
eigene Herstellung in der Dose oder Tüte



Artikel 4005-6

... Gratis, den neuen Weihnachtskatalog jetzt anfordern unter info@multiflower.de
Multiflower GmbH, Industriestrasse 88, D-69245 Bammental • info@multiflower.de
Telefon (+49) 6223 86 65 60 • FAX: (+49) 6223 86 65 6-10 www.multiflower.de

Wir machen Ihre Marke greifbar.

...auf Ihrem eigenen Plüschtier!

Althans

Althans GmbH & Co. KG • Horber Str. 4 • D-96465 Neustadt-Birkig • Tel: +49 (95 68) 92 26-0 • Fax: +49 (95 68) 92 26-50 • promotion@althans.de • www.althans.de

**DER NEUE KATALOG IST DA.
JETZT BESTELLEN!**

koziol

Made in Germany

***inklusive
Lesezeichen »RUDOLF**

»ideas for friends xmas 2012

better design – bigger smile

incentives@koziol.de

www.koziol.de



FÜR EIN GESUNDES WOHNKLIMA

Durch die Kontrolle von Innentemperatur und Luftfeuchtigkeit – wie es mit dem Style Thermo-Hygrometer von TFA Dostmann mühelos gelingt – und gezieltes Heizen und Lüften erreicht man nicht nur ein behagliches und gesundes Wohnklima, man kann sogar Heizkosten sparen. Die hochglänzende rote Oberfläche mit trendigem floralem Dekor macht das nützliche Gerät gleichzeitig noch zu einem schönen Wohnaccessoire. Wahlweise wird die Temperatur oder die Luftfeuchtigkeit im Großformat gezeigt, über ein ideales Wohlfühlklima freut sich ein Smiley. Ergänzend können die Höchst- und Tiefstwerte abgerufen werden.

41875 • TFA Dostmann GmbH & Co. KG • Tel +49 9342 3080

info@tfa-dostmann.de • www.tfa-dostmann.de

GEMÜTLICHES FLAIR

Kerzenlicht hat nach wie vor etwas geradezu Magisches an sich. Kaum eine andere Lichtquelle verbreitet so viel Behaglichkeit und vermittelt eine gemütlichere Atmosphäre. Die Firma The Gift hat für alle Liebhaber solcher Momente ein aus drei Stone-Kerzen bestehendes Set in das Liefersortiment aufgenommen. Die Kerzen haben drei verschiedene Größen: 17 x 8,5 x 9, 10 x 8,5 x 9 und 7 x 8,5 x 9 Zentimeter.

48207 • The Gift Groothandel B.V. • Tel +31 226 381010

info@thegift.nl • www.thegift.nl

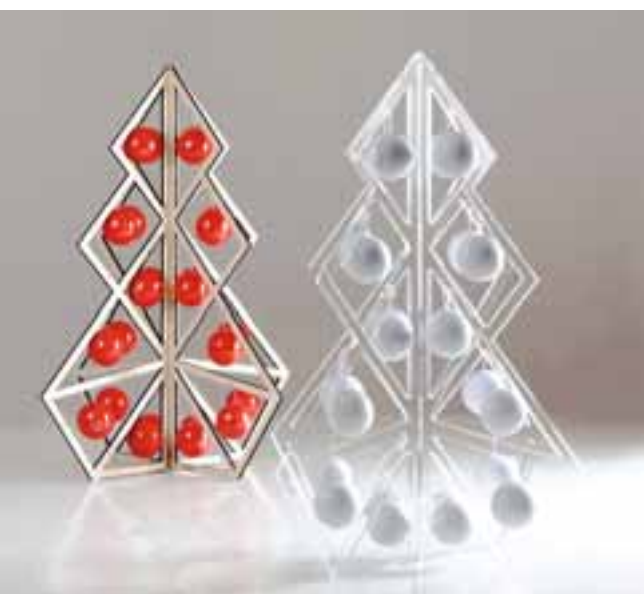


MIT DEKO-EFFEKT

Als erstes Produkt der neuen Design-Marke Be & Liv stellt Sulattamo einen außergewöhnlichen Adventskalender im Stil eines Weihnachtsbaumes vor. Tree24 kombiniert zwei Traditionen der Weihnachtszeit in einem Design-Produkt. Er ist gleichermaßen zeitgenössischer Weihnachtsbaum mit Ornamenten, also ein dekoratives Objekt für jede Umgebung, wie auch ein klassischer Adventskalender. Die einzelnen Ornamente bieten Platz für Süßigkeiten oder andere kleine Überraschungen nach Wahl. Der moderne und immer wieder verwendbare Adventskalender, der manches Weihnachten überdauern sollte, kommt in einer funktionalen Aufbewahrungsbox und ist in einer Acrylversion oder alternativ als Holzrahmen mit Ornamenten aus Zinn lieferbar. Mit einer Höhe von 56 Zentimetern und einem Kugeldurchmesser von fünf Zentimetern wird aus dem Tree24 ein imposantes Schmuckstück.

48525 • Sulattamo Oy • Tel +35 840 7235114

antti@sulattamo.fi • www.sulattamo.fi • www.beandliv.com





RUNDE SACHE

Bühring hat eine Neuheit im Programm, die als farbenfrohes Lifestyle-Accessoire beliebt ist. Die Filztasche namens Runde Sache ist schlicht gestaltet mit einem Durchmesser von 38 Zentimetern und einem Boden von 11 Zentimetern. Die Tasche ist vielseitig einsetzbar als Shopper, als Begleiter zur Arbeit oder in der Freizeit. Die Produktion aus Wollfilz nach Oeko-Tex-Standard 100 erfolgt in Deutschland. Die Farbauswahl reicht von harmonisch-natürlichen bis hin zu fröhlich-bunten Farben. Eine Werbeanbringung ist optimal im Flocktransfer, Siebdrucktransfer oder Stick aufzubringen.

40807 • Bühring • Tel +49 4154 795400

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

-Anzeige-

EVERYWHEREFOREVERYONE®

TOPPOINT®

EXTRANET

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

HD^o Cam

www.DasperfekteWerbegeschenk.de

Federleicht mit nur 24 Gramm
 Maße: 30mm x 52mm x 26mm (BxHxT)
 Echte HD Auflösung mit 1920 x 1080 pixel
 Eine Fotoauflösung von 2048 x 1536 pixel
 Bildwiederholungsrate von 30 Bildern
 Einen Weitwinkel von 120 Grad
 Micro SD von 2 Bis 32 GB (ab class 6)
 Ca. 2 Stunden Aufnahmen mit einer Ladung
 Individuelles Logo Design auf der HD CAM



AMEWI

www.amewi.com





KOLLEKTION FÜR ANSPRUCHSVOLLE

Die Serie Supreme von Floringo überrascht selbst anspruchsvolle Kunden. Der Erfolgsfaktor dürfte die nahezu unerreichbare Flauschigkeit dieser Tücher und das ebenso umfassende wie exklusive Sortiment sein. Die Tücher sind aus gekämmter Baumwolle und besitzen durch ein spezielles Finishing eine ganz besondere Weichheit. Die anhaltend hohe Saugfähigkeit und eine dekorative, aber dennoch unproblematische Zierbordüre empfehlen diese Tücher für den Dauergebrauch – und bringen täglich flauschige Behaglichkeit. Mit 16 Farben und teilweise exklusiven Größen bis zu 100 x 200 Zentimetern im Standardsortiment bietet diese Frottierserie reichlich Stoff für vielseitige Geschenkideen.

44389 • Floringo GmbH • Tel +49 8847 69070

info@floringo.de • www.floringo.de

BECHER MIT WUNSCHINHALT

Na gut, Thermobecher mit heißem Kaffee kann Coga (noch) nicht liefern, dafür aber andere Wunschinhalte. Speziell für die anstehenden Weihnachtsfeiern gibt es nun die heißbeliebten Thermobecher mit 14 verschiedenen Füllvarianten, zum Beispiel 100-Gramm-Beutel mit Schoko-Nikoläusen oder 100 Gramm gebrannte Nüsse. Schon ab 24 Stück werden Werbeeinleger und Füllvarianten individuell geliefert.

47389 • Coga-Werbung • Tel +49 89 89357969

psi@coga-werbung.de • www.coga-werbung.de



UNENTBEHRLICHER REISEBEGLEITER

Die innovative Toolkarte von Richartz ist ein unentbehrlicher Reisebegleiter: neun klassische Nothelfer, wie beispielsweise Schere, Klinge, Nagelfeile oder Kugelschreiber, in einer perfekt gestalteten Box. Und dabei nicht größer als eine Scheckkarte! Die handgestrahlte matte Edelstahloberfläche macht Multi Tec zum außergewöhnlich schönen, unentbehrlichen Alleskönner. Ein modernes Accessoire in vier Farbkombinationen: Grün, Rot, Blau, Schwarz.

40884 • Richartz GmbH • Tel +49 212 232310

info@richartz.com • www.richartz.com

-Anzeige-

NEW
ADDED

FOR FULLRANGE
CHECK WWW.INTRACO.NL



KARLOWSKY®

CORPORATE WEAR FÜR GASTRONOMIE, HOTELLERIE UND KLINIKEN



DIE PSI MESSESCHLACHT

- DAS KARLOWSKY FASHION -
KOCHDUELL

Bewirb Dich jetzt für das Kochduell deines Lebens!

Koche gegen einen weiteren Kandidaten und überzeuge die prominente Jury von deinem Können! Live auf der PSI-Messe vom 09.01. - 11.01.2013.

Der Gewinner hat die Chance auf ein exklusives Wochenende mit Starkoch Stefan Marquard. Jetzt bewerben auf www.karlowsky.de!



MEHR INFORMATIONEN AUF:
[FACEBOOK.COM/KARLOWSKYFASHION](https://www.facebook.com/karlowskyfashion)



LIVE AUF DER PSI
HALLE 12, STAND 12030
MESSE DUISBURG
09.01. - 11.01.2013



ADVENTSZEIT GLEICH TEEZEIT

Adventskalender müssen nicht immer mit den jahrelang gleichen Utensilien wie Schokolade oder Gummibärchen gefüllt sein. Das meinen jedenfalls die Teespezialisten von Plantanas. Sie bieten einen Kalender an, der an den 24 Tagen des Advents Teepyramiden à drei Gramm verschiedener Teesorten enthält. Die Mindestbestellmenge beträgt 250 Stück, wobei die individuelle Gestaltung im vierfarbigen Digitaldruck erfolgen kann. Die Maße sind 325 x 235 x 35 Millimeter.

47992 • Plantanas Group GmbH • Tel +49 7306 926230

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

WECKEN BEI SONNENAUFGANG

Mit dem Beurer Lichtwecker von Bonus2U, dem Label für hochwertige Markenprodukte des Multi-Channel-Anbieters IT2U, fällt das Aufstehen auch an dunklen Tagen leicht. Durch die Simulation eines Sonnenaufgangs wird der Schläfer auf natürliche Weise geweckt, die Dauer und Intensität ist selbstverständlich individuell einstellbar. Eine Lieblingsmusik im Radio, ein Weckton oder vier verschiedene Naturklänge (Vogelgezwitscher, Frösche, Schauer und Wind) sind die perfekten Begleiter beim Aufwachen. Die Displayhelligkeit ist in drei Stufen einstellbar, ebenso wie die Displayfarbe, die in Blau und Orange verfügbar ist. Der Lichtwecker ist außerdem auch als Nachttischlampe einsetzbar und die Einschlaffunktion - mit dunkler werdendem Licht - sorgt für einen erholsamen Schlaf.

48347 • IT2U GmbH • Tel +49 511 64688516

stefan.oberchelp@bonus2u.de • www.bonus2u.de



MOBILE ENERGIESPENDER

Technische Geräte wie Smartphones oder Tablets, die jederzeit Informations- und Medienkonsum ermöglichen, sind längst feste Bestandteile des modernen Lebens geworden. Werbemittel, die in diesem Umfeld eingesetzt werden, sind besonders erfolgreich, denn so findet die Marke beziehungsweise Werbebotschaft den direkten Weg in den Alltag der Zielgruppe. Dazu zählen auf jeden Fall die mobilen Ladegeräte, wie sie von der TR!K GmbH geliefert werden. Kompakt, leicht und in jede Tasche passend kommen sie immer dann zum Einsatz, wenn bei Laptops oder PCs der Akku nicht ausreicht. Die externen Akkus sind in verschiedenen großen Kapazitätsstufen von 2600 bis hin zu 10 000 Milliamperestunden lieferbar.

45741 • TR!K Produktionsmanagement GmbH • Tel +49 30 81456320

info@trik.de • www.trik.de

-Anzeige-



PSI Messe 2013

Vielfalt neu definiert!

09. – 11. Januar 2013, Düsseldorf

Ihre Nr. 1 liegt in Düsseldorf!

Besuchen Sie vom **09. – 11. Januar 2013** die **internationale Leitmesse** und nutzen Sie das **größte Netzwerk der Werbeartikelindustrie**.

Nur hier:

- finden Sie die **größte internationale Produktschau der Branche** mit 1.000 Werbeartikel-Herstellern und -Importeuren aus über 30 Ländern!
- Gibt es eine einmalige Präsentation **150 innovativer Unternehmen** und brandneuer Produktideen von rund **40 internationalen Erfindern** in HALLE13!
- Treffen Sie internationale Branchenverbände auf rund 1.000m² in der neuen **International Associations Area** in Halle 11!
- Erhalten Sie in unserem 800m² großen Maschinenpark interessante Informationen rund um das Thema Veredelung und Verpackungen. Spezialisten unter sich – im erweiterten **Technology Forum** in Halle 12!

JETZT BESUCHERTICKET
ZUM ONLINE PREIS
€ 67,- [INKL. MAGALOG]
BUCHEN UNTER:
www.psi-messe.com/tickets

Buchen Sie schon jetzt Ihre Eintrittskarten für die internationale Leitmesse der Werbeartikel-industrie und **sparen Sie € 10,- auf den regulären Ticket-Preis!**

Hier scannen!



Besuchen Sie uns auf:





GLAMOURÖSE AUFTRITTE

Die neuen Tassen von Senator bieten durch das neue Polylox-Colour-4U-Verfahren eine Farbvielfalt, wie sie bislang im keramischen Druck unerreichbar war. Durch Glittereffekte werden die Tassen zu wahren Glanzstücken, die auf jedem Schreibtisch für einen aufmerksamkeitsstarken Farbtupfer sorgen. Neben warmen Gold- und dezenten Silbertönen verwandelt eine breite Palette von schimmernden Farbtönen jede Tasse in ein besonderes Schmuckstück. Darüber hinaus lassen sich die eingefärbten Tassen zusätzlich durch Werbedrucke ein- oder mehrfarbig veredeln.

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

OHNE KALTE HÄNDE

Wer im Winter ein Smartphone oder einen Tablet-PC bedienen möchte, muss die Handschuhe ausziehen. Es geht auch anders, wenn nämlich die neuen Touchscreen-Handschuhe der importplus GmbH zur Verfügung stehen, die in zwei Qualitäts- und Preisstufen lieferbar sind. Die Werbeanbringung erfolgt durch Bestickung, Siebdruck oder Transferdruck, je nach Motiv und Position. Ab Lager erfolgt die Lieferung in Schwarz mit schwarzen Fingerspitzen, ab 500 Stück in vielen Materialfarben mit grauen Fingerspitzen und ab 3000 Paar mit Einfärbung nach Pantone.

46966 • importplus GmbH • Tel +49 38754 289867
info@importplus.de • www.importplus.de



SCHWEDISCHE GLASKUNST

Anlässlich der Markteinführung der beiden Glasserien namens Eko und Klone des neuen Orrefors-Designers Karim Rashid bietet die Texet GmbH die schwedische Glaskunst auch im gehobenen Werbemittelmarkt an. Der amerikanische Star-Designer Karim Rashid gilt als der Popstar unter den Designern und zählt zu den angesagtesten Künstlern. Die beiden neuen, von Karim entworfenen Serien erweitern nicht nur das Sortiment der weltberühmten Glasmanufaktur, sie setzen zugleich neue Zeichen in der Kunst der Glasverarbeitung.

46329 • Texet GmbH • Tel +49 4262 959840
holger.hoffmann@texeteurope.com • www.texeteurope.com

-Anzeige-



CGASA

Corporate Gifts Association
of Southern Africa

**CGASA is a trade association
representing the promotional gifts
industry within SADEC (Southern
African Development Community).**

www.cgasa.com



Southern Africa is home to in excess of 3600 Distributors generating revenue exceeding R6 billion. South Africa contributes 35% - over one third - to the combined gross domestic product of sub-Saharan Africa's 48 states.

CGASA and its Members
Your gateway into Africa

CONTACT CGASA:

Bryan Peach: +27 82 455 4368
Bert Prevoo: +27 82 829 1377

Email: bryanp@cgasa.com
Email: bertp@cgasa.com



10. WERBEMITTELTAG HEILBRONN

POSITIV IN DEN JAHRESENDSPURT

Mit dem 10. Werbemitteltag in Heilbronn feierte xmedia ein kleines Jubiläum und leitete gleichzeitig den Jahresendspurt ein. Im Autohaus Freier präsentierten 60 Lieferanten ihre neuen Produkte und tauschten sich mit den rund 80 Besuchern aus Industrie, Handel und Handwerk über Neuigkeiten aus der Branche aus. Eingestimmt auf den Werbemitteltag wur-



den die Aussteller am Vorabend wie auch schon in den vergangenen Jahren mit einem traditionell schwäbischen Besenabend mit Wein und herzhaften Spezialitäten. Aber auch die Besucher der Hausmesse kamen in den kulinarischen Genuss herbstlicher Leckereien.

www.x-media.net

SENATOR GMBH & CO. KGAA

NEUE VERTRIEBSLEITUNG



Das neu aufgestellte Senator-Außendienst-Team (v.l.): vordere Reihe Ralf Uwe Schneider, Luisa Porges; hintere Reihe Jens Averwesser, Walter Kortenjann, Claus Schmidt.

Der Werbeartikelspezialist Senator aus Groß-Bieberau stellt sein Vertriebsteam neu auf. Ralf Uwe Schneider verantwortet seit dem 1. September 2012 in seiner Funktion als Director Sales den Bereich Deutschland, Österreich und die Schweiz. Er war zuletzt als Vertriebsleiter für die Jung Bonbonfabrik tätig und bringt einen großen Erfahrungsschatz aus der Branche mit. Unterstützt bei seiner neuen Aufgabe wird er durch ein vierköpfiges Außendienst-Team. Jens Averwesser übernahm bereits Anfang 2011 das Gebiet Nord- und Ostdeutschland und wird seine Tätigkeit hier weiter intensivieren. Walter Kortenjann bleibt unverändert der langjährige Ansprechpartner für die Kunden in Westdeutschland. Das Gebiet Süddeutschland und Österreich verantwortet Claus Schmidt, der das Team seit

Mitte April verstärkt. Neu im Team ist Luisa Porges. Sie war zuletzt im Bereich Sales Innendienst für Senator zuständig und wird sich jetzt im Außendienst auf das Gebiet Süddeutschland und die Schweiz konzentrieren. www.senatorglobal.com

VERTICAS GMBH

VERSTÄRKUNG IM VERTRIEB

Seit August 2012 verstärkt Saskia Knausenberger das Key-Account Team der Wiesbadener Full-Service-Agentur Verticas als Projektmanagerin im Bereich Werbeartikel.



Saskia Knausenberger

Knausenberger, die zuvor bei der Agentur Change Communication in Frankfurt erfolgreich für Kunden aus dem Bereich Software & Finance tätig war, wird ein weltweit tätiges Unternehmen der Finanzdienstleistungsbranche betreuen. Die 30-jährige wird zukünftig die Planung und Steuerung des Sortiments sowie die Koordination der multilingualen E-Shop-Systeme, an die weltweit mehrere verteilte Lagerstandorte angebunden sind, übernehmen. Verticas baut damit sein internationales Geschäft im Bereich professioneller Full-Service-Lösungen für Werbeartikel weiter aus. Die Verticas GmbH wurde 1990 als Gesellschaft für verkaufsfördernde Produkte und Produktion mit Sitz in Wiesbaden gegründet.

www.verticas.de

CRIMEX GMBH

NEUE PROKURISTIN



Klaudija Butum

Crimex hat Klaudija Butum zur Prokuristin ernannt. Zehn Jahre arbeitete Butum im Einkauf und im Vertrieb des Werbemittelspezialisten. Die Kundenbetreuung wird Klaudija Butum auch weiterhin unterstützen.

www.crimex.de

TIP GMBH

GESCHÄFTSFÜHRERWECHSEL
UND NEUE ZWEIGSTELLE

Nach langjähriger Tätigkeit als Geschäftsführer der TIP GmbH hat Unternehmensgründer Jörg Franke seine Position an seinen Sohn Claus-Jörg Franke übergeben. Der 40-jährige Schwabe hat nach einem Studium der Betriebswirtschaftslehre 13 Jahre Erfahrungen in leitenden Positionen in Industrie und Handel sammeln können „Nachdem ich viele Jahre auf der anderen Seite als Marketing-Entscheider tätig war, weiß ich sehr genau, welche Bedürfnisse auf Kundenseite bestehen und welche Kriterien für einen leistungsfähigen Werbemittelhändler angesetzt werden. Jetzt geht es für mich darum, die TIP

weiterhin in eine gesicherte Zukunft zu führen“, so Claus-Jörg Franke. Zeitgleich mit der Bestellung der neuen Geschäftsführung wurde der Hauptsitz nach Geisenfeld in Bayern verlegt. Jörg



Claus-Jörg Franke

Franke, der dem Unternehmen auch in Zukunft beratend zur Seite steht, betont jedoch: „Der ehemalige Stammsitz der TIP in Eschach in Baden-Württemberg bleibt unverändert mit allen Strukturen bestehen. Geisenfeld ist hauptsächlich als Vertriebsbüro aktiv und steuert den mittlerweile sieben Mann starken Außendienst.“ Die von Claus-Jörg Franke angestoßene Expansion der vertrieblichen Tätigkeit in Deutschland, Österreich und Benelux bleibt ein strategischer Schwerpunkt der Unternehmensführung. Ihr 40-jähriges Bestehen feierte die TIP GmbH zweifach: Sportlich während dem Formel Masters Weekend im Rahmen des Sponsorships „Maxi Günther“ und zünftig auf dem Oktoberfest. www.tipgmbh.de

MID OCEAN BRANDS

RUTGER DE PLANQUE IST NEUER CEO

Seit dem 1. Oktober ist Rutger de Planque neuer CEO beim niederländischen Werbeartikelieferanten Mid Ocean Brands. Er löst damit Willem van Walt Meijer ab, der seit 2008 für das Unternehmen arbeitete. Rutger de Planque bringt mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Werbeartikelbranche mit. Von 1990 bis 2010 war in der Geschäftsführung von PF Concept tätig. De Planque ist aktiver Partner von Avedon Capital Partners. „In Rutger de Planque haben wir eine Führungskraft mit exzellentem Fachwissen gewonnen, die das Unternehmen in die nächsten Phase führen wird“, so Rob Schipper, Chairman des Aufsichtsrates von Mid Ocean Brands. Des Weiteren bedankte sich Schipper bei Willem van Walt Meijer für die gute Zusammenarbeit in den vergangenen Jahren. www.midoceanbrands.com



Rutger de Planque

STRATEGISCHE PARTNERSCHAFT

DELFINA BÜNDELT KOMPETENZEN



Axel Weimar, Vertriebschef Delfina, und Hans-Werner Groß, Geschäftsführender Gesellschafter Wäschekrone, freuen sich auf die zukünftige Zusammenarbeit. Foto: Wäschekrone

Der Frottierwaren-Spezialist Delfina bündelt seine Aktivitäten und hat mit dem Hotelwäsche-Profi Wäschekrone eine strategische Partnerschaft geschlossen. Gemeinsam möchten die beiden Unternehmen ihre Kollektionen deutlich ausbauen. Seit mehr als achtzig Jahren vertreibt und veredelt Delfina exklusive Frottierwaren. Von Laichingen aus möchte Delfina nun die gemeinsamen Infrastrukturen mit Wäschekrone nutzen, um seine Kunden noch effizienter bedienen zu können.

www.delfina.de

XINDAO BV

LIEFERANT DES JAHRES IN DEN NIEDERLANDEN

Bereits zum dritten Mal ist der Werbeartikelspezialist Xindao zum Lieferanten des Jahres in den Niederlanden gekürt worden. Xindao errang den prestigeträchtigen Preis zuvor auch in den Jahren 2004 und 2008. In diesem Jahr wurde das Unternehmen von einer großen Anzahl an Werbeartikelhändlern aufgrund seiner innovativen Kollektion, seines hohen Servicelevels und seiner herausragenden Vertriebsunterstützung geehrt. Die Auszeichnung ist eine Initiative der holländischen Werbeartikelzeitschriften PromZ Magazine und PromZ Vak in Kooperation mit dem holländischen Werbeartikelverband PPP. www.xindao.nl



BERUFSBEKLEIDUNG MIT ÖKOTEX-SIEGEL CG WORKWEAR UND CG FASHION ZERTIFIZIERT



Als Hersteller für Berufsbekleidung ist die CG International GmbH jetzt mit ihrem Sortiment nach Ökotex 100 zertifiziert. Dieses weltweit anerkannte Prüfsiegel bescheinigt die gesundheitliche Unbedenklichkeit von Textilien. Gerade bei Berufsbekleidung, die acht Stunden und mehr teilweise direkt auf der Haut getragen wird, ist der gesundheitliche Aspekt ein wichtiges Entscheidungskriterium. „Mit dem Ökotex-Siegel bekennen wir uns zu unserer Verantwortung und geben unseren Kunden die nötige Sicherheit bei ihrer Kaufentscheidung“, so Geschäftsführer Cengiz Gürec. Die Zertifizierung sei ein weiterer Schritt, um das Vertrauen in die

Marken CG Workwear und CG Fashion zu stärken. Die modernen Gewebe bieten eine perfekte Kombination aus Funktionalität, Strapazierfähigkeit und Tragekomfort. Besonders hautfreundliche Materialien wie Tencel, Bio-Baumwolle oder bio-aktive Fasern sorgen dafür, dass man sich auch während eines langen Arbeitstages immer wohlfühlt. Sichtbarer Ausdruck des ausgeprägten Qualitätsdenkens ist neben Ökotex auch das Gütesiegel „Made in Germany“. Alle Artikel von CG Workwear werden in Deutschland hergestellt. Das bedeutet kontrollierte Fertigung nach hohen Standards und ein gesichertes, gleichbleibendes Qualitätsniveau. Von Schürzen über Westen und Hosen bis zur Kochbekleidung sind alle Gastronomietextilien bei 95 Grad Celsius waschbar, knitterarm, farbecht sowie industriewäsche- und finishertauglich. www.cgworkwear.com <

JUBILÄUM 15 JAHRE IN MEDIAS GEFEIERT

Mit einer Spendenaktion feierte das Eggolsheimer Unternehmen in Medias sein 15-jähriges Bestehen. Anlässlich des Jubiläums rief Geschäftsführerin Heidi Martin eine Spendenaktion ins Leben und spendete von Juli bis September pro Auftrag eine bestimmte Summe, so kamen insgesamt 2000 Euro dem „Jungen Theater Forchheim“ zugute. Mit der Spende möchte in Medias den Erhalt des Theaters sichern und das kulturelle Leben in der Region fördern. Heidi Martin gründete die Full-Service-Agentur in Medias 1997. 2005 zog man in größere Bürogebäude und verfügt nun über eine eigene Grafikabteilung, eine Druckerei und Lagerräume im Haus. Seit 2006 veranstaltet in Medias einmal im Jahr ein Hausmesse, bei der mehr als 20 Aussteller über Neuheiten aus der Werbeartikelbranche informieren. www.in-medias.de <



Das In-Medias-Team bei der Jubiläumsfeier in Eggolsheim.

PAPPNASE & CO. NEUER HÄNDLER-ONLINE-SHOP GELAUNCHT

Nach intensiver Arbeit präsentiert der Hamburger Spezialist für Artistik- und Jonglierartikel Pappnase & Co. seinen neuen Händler-Online-Shop. Er erscheint in erfrischendem Design und mit vielen neuen



Funktionen, die das Stöbern und Bestellen noch angenehmer machen. Neu ist etwa ein Ampelsystem, mit dem der aktuelle Lagerbestand der gewünschten Produkte in Echtzeit angezeigt wird. So kann der Kunde jederzeit sehen, ob der gewünschte Artikel gerade lieferbar ist beziehungsweise wann er voraussichtlich wieder ins Lager kommen wird. Unter dem Begriff „Themenwelten“ finden Online-Shop-Besucher kreative Kollektionen zu ausgewählten Themen. Darüber hinaus ist es nun auch möglich, einen Merkzettel anzulegen, zu verwalten und mit Kommentaren zu versehen. Dieser kann anschließend direkt in den Warenkorb verschoben werden, in dem nun auch mehrere Lieferadressen angelegt und ausgewählt werden können. In einem Fenster auf der linken Seite werden Kunden über aktuelle Messetermine und Veranstaltungen informiert. Sie bieten die Möglichkeit, Pappnase & Co persönlich kennenzulernen und die Artikel einmal in die Hand zu nehmen. Momentan ist der Online-Shop in den Sprachen Englisch und Deutsch abrufbar, in Kürze wird er auch in einer spanischen Version zur Verfügung stehen. Hier geht's zum Webshop: www.pappnase.com <

MARKEN ARWEY UND ZOGI

PREMO ÜBERNIMMT EXKLUSIV VERTRIEB IN BENELUX



Premo Benelux hat mit der Herzog Products GmbH und der Acar Europe GmbH eine Vertriebskooperation geschlossen. Ab sofort übernimmt Premo Benelux

den exklusiven Vertrieb der Herzog-Products-Marke „zogi“ und der Acar-Europe-Marke Arwey in den Niederlanden, Belgien und in Luxemburg. Zogi steht unter anderem für trendige Produkte im Elektronik- und Multimedia-Bereich, Arwey für hochwertige Notizbücher und Kalender. Durch die Zusammenarbeit können alle drei Unternehmen von Synergien profitieren: So wird die Distributionskraft von Premo durch die innovativen Sortimente von Herzog und Acar weiter ausgebaut. Im Gegenzug bietet Premo seinen Kunden kompetente Beratung und Produktkompetenz.

www.acar-europe.de – www.zogi.biz <

HERZOG PRODUCTS GMBH RALPH KNAPICH NEUER VERTRIEBSLEITER



Ralph Knapich

Seit dem 1. August ist Ralph Knapich neuer Vertriebsleiter bei Herzog Products, Keltern. Knapichs Aufgabengebiet umfasst den Gesamtvertrieb sowie das Product Purchasing. Er arbeitet

Hand in Hand mit Zogi-Geschäftsführer Jörg Herzog. Seine Kontaktdaten lauten: Tel. +49 7236 98286-24; r.knapich@zogi.biz. www.zogi.biz <

RUNDUMSERVICE BEI DER HAUSMESSE VON DKPROMOTION PRÜFEN, PROBIEREN, NETZWERKEN

Werbeartikel zum Anfassen bot Ende September die Hausmesse des fränkischen Werbemittelhändlers dkpromotion, der in Nürnberg 36 Top-Lieferanten und rund 240 Gäste zu einer ganztägigen Werbemittelschau begrüßte. Neun Stunden lang konnten die geladenen Fachbesucher Neuheiten, Trends und Klassiker begutachten. Vom Streuartikel wie Pflasterboxen oder Kugelschreiber über Give-aways wie Filztaschen, Haftnotizen oder Lederetuis bis hin zu hochwertigen Präsenten wie beispielsweise Kunstgegenständen war die ganze Bandbreite der Werbemittel-Bereiche vertreten. Das Expertenteam des Veranstalters dkpromotion und die Hersteller standen den Besuchern der Hausmesse mit Rat und Tat zur

Seite. Ein zwanzigminütiges Seminar informierte zusätzlich mit praktischen Beispielen über Veredelungstechniken wie Druck, Stickerei und Lasergravur. Das moderne, lichtdurchflutete Ambiente der In-Location Poolhouse Nürnberg lud zum Flanieren, Informieren und Netzwerken in entspannter Wohlfühlatmosphäre ein: eine ideale Gelegenheit, sich über die neuesten Ideen und Trends für das Weihnachtsgeschäft zu informieren und das große Angebot in exklusiver Atmosphäre zu prüfen, zu vergleichen und auszuprobieren. Dieter Probst, Geschäftsführer von dkpromotion, freut sich über die gelungene Veranstaltung: „Wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf unserer Hausmesse. Die Besucher konnten individuell betreut werden, alles genau in Augenschein nehmen und den Rundgang bei leckerem Catering ausklingen lassen. Auch von den Ausstellern, die das Fachpublikum ausführlich informieren konnten, haben wir viele positive Rückmeldungen bekommen. Es war alles in allem ein rundes Ereignis, getreu unserem Motto – ‚dkpromotion ... überraschend anders‘.“ www.dkpromotion.de <



Im modernen Poolhouse Nürnberg zeigten 36 Lieferantenpartner den Gästen der dkpromotion werbestarke Neuheiten und Klassiker.

HERI GERÄTE-PRODUKTIONS GMBH UMFIRMIERUNG ZUR HERI-RIGONI GMBH



Die Heri Geräte-Produktions GmbH, bekannter Hersteller von Schreibgeräten mit Stempeln aus Fischbach, ist am 1. Oktober 2012 zur Heri-Rigoni

GmbH geworden. Mit viel Herzblut und Liebe zum Detail wird das Schwarzwälder Traditionsunternehmen in der zweiten Generation als klassischer Familienbetrieb geführt. „Jeder kannte die Zusammensetzung und Herbert Rigoni als Firmeninhaber. In der heutigen Geschäftswelt hat sich das geändert. Daher wird der Familienname des Gründers und der jetzigen Inhaber Rigoni in der Firmierung fest verankert“, kommentiert Armin Rigoni die Umfirmierung. Außer dem Firmennamen und dem geringfügig modifizierten Logo ändert sich nichts. Die Produkte werden weiterhin unter der registrierten Marke „heri“ verkauft. Verträge, Abkommen, Vereinbarungen etc. mit Kunden, Lieferanten und Mitarbeitern bleiben unberührt. www.heri.de <

BLUNT-SCHIRME

FARE SICHERT SICH DEN EXKLUSIV-VERTRIEB

Die Fare Guenther Fassbender GmbH, Remscheid, hat sich den Exklusiv-Werbemittel-Vertrieb der Blunt-Schirme für Deutschland, Österreich und die Schweiz gesichert. Nachdem die Firma Innports B.V. Anfang 2012 nach geeigneten Vertriebspartnern im Werbeartikelmarkt suchte und Kontakt zum Fare-Team aufnahm, zögerte Geschäftsführer Volker Griesel nicht lange: „Die Blunt-Modelle sind nicht nur eine tolle Produktidee, sondern auch hervorragend verarbeitet und äußerst langlebig.“ Selbst den extremsten Wetterbedingungen widerstehen die sturmsicheren Produkte. Auf Qualität und Haltbarkeit wird bei Fare-Schirmwerk sehr viel Wert gelegt, sodass sich das aktuelle Fare-Programm durch die Aufnahme der Blunt-Modelle perfekt um weitere Highlight-Produkte ergänzen lässt. Der gemeinsame Vertrieb ermöglicht zudem positive Synergieeffekte. Blunt war es wichtig, die Schirme auch in geringen Stückzahlen vertreiben zu können. Der Blunt-Original-Stockschirm ist ein qualitativ hochwertiger Designschirm und wird bedruckt sofort ab dem Fare-Lager lieferbar sein. Alle weiteren Blunt-Modelle sind ebenfalls als Werbemittel und in Teilen des Versandhandels ausschließlich über das Remscheider Unternehmen für die Vertriebsgebiete Deutschland, Österreich und die Schweiz erhältlich. www.fare.de/blunt



nen. Der Blunt-Original-Stockschirm ist ein qualitativ hochwertiger Designschirm und wird bedruckt sofort ab dem Fare-Lager lieferbar sein. Alle weiteren Blunt-Modelle sind ebenfalls als Werbemittel und in Teilen des Versandhandels ausschließlich über das Remscheider Unternehmen für die Vertriebsgebiete Deutschland, Österreich und die Schweiz erhältlich. www.fare.de/blunt

PRO-AD

VERSTÄRKUNG FÜRS SALES TEAM



Neale McDermott



Antonia Edwards

Der Werbeartikelhändler Pro-Ad begrüßt zwei neue Junior Account Manager in seinem Sales Team. Antonia Edwards konnte bereits Erfahrungen in einer PR-Agentur sammeln bevor sie zu Pro-Ad stieß. Neale McDermott war zuvor im Sales-Bereich eines Verlags tätig und arbeitete als Football-Agent. Unternehmensgründer Carlo Nardini freut sich über die Verstärkung im Team. 1982 gründete Nardini

Pro-Ad in Morpeth, im Nordwesten Englands. Das Unternehmen feiert in diesem Jahr sein 30-jähriges Jubiläum. www.proad.co.uk

GEIGER AG

DER KLICK FÜR MEHR FARBE



Passst das Smartbook mit dem modernen Future-Einband in Anthrazit und dem roten Gummiband-Verschluss zum Corporate Design meines Kunden? Oder sollte es nicht doch besser das edle Santos-Material sein? Durch den neuen Notizbuch-Konfigurator von Geiger können Vertriebspartner ihre Kunden bei dieser Entscheidung nun noch besser unterstützen. Mit wenigen Klicks lassen sich die verschiedenen Varianten durchspielen, anschauen und als Bild herunterladen. So können Geiger-Partner

ab sofort Kundenwünsche perfekt visualisieren und die optimale Beratung für jedes CI bieten. Zur Auswahl stehen dabei neun Produkte vom klassischen Notizbuch mit spitzen Ecken bis zum praktischen Roundback-Einband. Für sie stehen bis zu zehn verschiedene Einbandmaterialien in insgesamt fast 50 Farben sowie eine breite Farbpalette an Gummibändern, Lesebändern und Bindungen zur Verfügung. Weit mehr als 10 Millionen verschiedene Konfigurationen sind damit möglich. www.nk.geiger.ag

MAXIM CERAMICS

TEAMVERSTÄRKUNG



Agathe Asbar

Maxim Ceramics, Michelstadt, hat einen Neuzugang zu vermelden. Seit Mitte August verstärkt Agathe Asbar (25) als Account Manager D-A-CH den Bereich Kundenberatung und sorgt zusammen

mit ihren Kollegen für eine kundennahe Präsenz des Unternehmens. Die gelernte Kauffrau für Bürokommunikation war zuvor mehrere Jahre im Bereich Vertrieb bei einem namhaften Reifenhersteller tätig. www.maxim.com.de

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

"Wir sind Mitglied im bwg..."



Martin Leipold
Lachmund GmbH
bwg-Mitglied seit 1989

... weil er unsere Belange als Werbeartikel-Händler klar positioniert und so die Markt-Strukturen erhält.

Da wir alle die gleichen Branchen-Interessen verfolgen, handeln wir durch den Verband als starke Gemeinschaft.“

Warum Mitglied werden?

- ➔ Interessen-Vertretung der Werbeartikel-Händler
- ➔ Austausch mit Kollegen und praxisnahe Fachseminare
- ➔ Lobbyarbeit für Werbeartikel und Handels-Strukturen



Reges Interesse zeigten die Fachbesucher an der Eröffnungsveranstaltung.



PROMOTÜRK POWERED BY PSI 2012

TREFFEN DER KONTINENTE

Vom 20. bis 23. September fand in Istanbul die 27. Auflage der türkischen Werbeartikelmesse Promotürk statt – bereits zum zweiten Mal „powered by PSI“. Zu Beginn der erfolgreichen Veranstaltung gab das PSI bekannt, die Türkei zum ersten offiziellen Partnerland der PSI Messe 2013 zu küren.

Dass es sich bei der Werbeartikelmesse Promotürk um einen fest im Markt der türkischen Werbeartikelbranche verankerten Event handelt, dokumentiert allein schon die bereits 27. Folge dieser Veranstaltung. Sie ist längst nicht mehr nur bloße Schau neuer Produkte, sondern im Zuge der aktuellen Entwicklung moderne Präsentation innovativer Promotionsartikel und dazugehöriger Werbekonzepte. Die Promotürk bietet praktikable wie effektive Lösungen für Erfolg versprechendes Werbeartikelmarketing. Am Bosphorus geographisch günstig gelegen, bildet sie die Brücke zwischen den Märkten von Europa und Asien. So trifft sich die Branche dort, wo sich die Kontinente treffen.

MEHR POWER DANK PSI

Die spezifischen Eigenschaften und Leistungen der Promotürk haben auch die Ver-



antwortlichen des PSI erkannt und würdigen diese mit der Unterstützung durch ihr globales Werbeartikelnetzwerk. Zum zweiten Mal in Folge erhielt die Promotürk deshalb als weiteres Prädikatszeichen den Namenszusatz „powered by PSI“. Damit kann sich die vom Verband türkischer Werbeartikelhersteller und -händler, der Promotürk Association, sowie von ITE Group Plc., der türkischen Niederlassung von EUF International Trade Fairs, organisierte Veranstaltung in den Hallen 1 und 3 des Istanbul Expo Center/CNR Expo nun auf die ein halbes Jahrhundert starken Erfahrungen des PSI stützen.

FRISCHE IDEEN

Auch die jüngste Promotürk wurde ihrem Ruf gerecht und setzte zahlreiche neue Promotionsimpulse. Parallel zu einer im Aufschwung befindlichen türkischen Wirtschaft demonstrierte die Promotürk ihre Stärken mit frischen Ideen und vielfältigen Innovationen. Mehr als 150 Aussteller zeigten mit hochwertigen Produkten aus Porzellan, Glas, Leder, Kunststoff bis hin zu Tex-

tilien, Büro-, Kosmetikartikeln, elektronischen Geräten aber auch kunsthandwerklichen Erzeugnissen das gesamte, bunt schillernde Spektrum der türkischen Werbemittelbranche. Ebenfalls im Fokus standen diesmal auch ökologisch nachhaltig erzeugte Artikel. Kamen im vergangenen Jahr noch 9213 internationale Fachbesucher, so rechneten die Organisatoren diesmal mit 12000 Gästen – darunter zahlreiche Vertreter aus der Telekommunikations-, Automobil-, Tourismus-, Pharma- und Nahrungsmittelindustrie, aus dem Gesundheitswesen, der Banken sowie der Haushaltsartikelproduzenten. (Die endgültige Besucherzahl stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest.)

FASZINIERENDER MESSESTANDORT

Vier volle Ausstellungstage boten in betont gastfreundlichem Ambiente und auf teilweise großzügig gestalteten, eleganten Standbauten genügend Raum und Zeit für intensive, zielführende Gespräche. Viele Messebesucher aus Asien, Europa, aber auch Nahost sowie Nordafrika nutzten den

Aufenthalt bei der Promotürk powered by PSI gleichzeitig zu einer Visite der Metropole Istanbul. Schon immer war sie ein bedeutendes Messezentrum und hier verbindet sich das große historische Erbe mit der prosperierenden Gegenwart zu einem einzigartigen Schmelztiegel von Zeiten und Kulturen.

TÜRKEI PARTNERLAND DER PSI MESSE

Die weiterhin wachsende Rolle des Messestandorts am Schnittpunkt internationaler Märkte betonte auch Esad Ahmet Özdem, Präsident der Promotürk Association, in seiner Ansprache zur Eröffnung der Promotürk. Als Vertreterin des PSI wünschte PSI Messeleiterin Silke Frank der Veranstaltung allen Erfolg und gab gleichzeitig bekannt, dass die Türkei erstes offizielles Partnerland der PSI Messe werden wird. Nach Deutschland und den Niederlanden gehört die Türkei zu den Top-Aussteller-Nationen auf der PSI Messe. „Die Türkei ist mit jährlich über 60 Ausstellern nicht nur die zweitgrößte internationale Ausstel-

Faszinierende Atmosphäre während des offiziellen Promotürk-Bootsrips auf dem Bosphorus zwischen den Kontinenten Europa und Asien.



Promotürk President Esad Ahmet Özdem und PSI-Chef Michael Freter in Feierlaune während der abendlichen Promotürk-Bootsfahrt, umrahmt von Mitarbeiterinnen der Promotürk Association.

lergruppe auf der PSI, sondern auch ein wichtiger Partner für die gesamte Branche direkt am Tor zu Asien. Generell pflegen Deutschland und die Türkei sehr gute bilaterale Handelsbeziehungen. Deutschland ist dabei schon traditionell der wichtigste Handelspartner. Fast zehn Prozent des türkischen Außenhandels werden mit Deutschland getätigt. Die Messe Promotürk powered by PSI reflektiert in ihrem Wachstum der vergangenen Jahre den ebenfalls aufstrebenden türkischen Werbeartikelmarkt“, kommentierte Silke Frank die Entscheidung. PSI Chef Michael Freter, ebenfalls Gast auf der Promotürk, erklärte weiter: „Die Idee eines offiziellen Partnerlandes zur Messe haben wir entwickelt, um die Internationalität der PSI zu unterstreichen und durch verschiedene Aktionen zu stützen. Gerne haben wir uns zur Premiere mit

der Türkei für einen unserer wichtigsten Partner entschieden und freuen uns auf die weitere enge Zusammenarbeit.“

ENGE ZUSAMMENARBEIT

Als Zeichen der guten Partnerschaft präsentierte sich das PSI auf der Promotürk an einem eigenen Stand, unter anderem mit seinem neuen Marketing- und Service-Tool, dem PSI Webshop. Auf der PSI im Januar in Düsseldorf ist die Promotürk in der International Associations Area in der Halle 11 wieder mit einem eigenen Stand vertreten. Hier können sich interessierte Aussteller und Fachbesucher aus erster Hand über die Vorteile einer Teilnahme an der nächsten Promotürk powered by PSI informieren, die vom 19. bis 22. September 2013 wieder an gleicher Stelle in Istanbul stattfinden wird. www.promoturk.org – www.ite-promo.com <



Typisch türkische Akzente setze die Vorführung eines klassischen Bauchtanzes.

„DIESE REISE GEHT WEITER“

ANLÄSSLICH DER PROMOTÜRK SPRACHEN WIR MIT ESAD AHMET ÖZDEM, DEM PRÄSIDENTEN VON PROMOTURK ASSOCIATIONS.

Herr Özdem, zunächst eine Frage zur gerade zu Ende gegangenen 27. Auflage der Messe „Promotürk – powered by PSI“: Sind Sie mit dem Verlauf der drei Messetage zufrieden?

Der türkische Werbeartikelverband Promotürk organisiert seit über 27 Jahren Fachmessen in der Türkei. In den letzten zwei Jahren konnten wir durch die Unterstützung von PSI unsere internationale Präsenz stärken. Wir freuen uns, dass zahlreiche nationale und internationale Besucher unsere 4-tägige Messe trotz der Wirtschaftskrise besucht haben. 2011 kamen 480 internationale Besucher und 2012 waren es bereits 765. Ich hoffe, dass die Anzahl der Besucher in den kommenden Jahren weiterhin zunehmen wird.

Wie schätzen Sie die derzeitige Lage des Werbeartikelmarktes in der Türkei ein?

In der Werbeartikelbranche sind Innovationen und Kreativität wichtig, um den inländischen Markt lebendig zu halten. Deshalb veranstalten wir Designwettbewerbe an Universitäten. Wir sind sehr aktiv und tragen so zur Dynamik der Branche bei.

Seit 2011 findet die Promotürk powered by PSI gestützt durch einen Lizenzvertrag von PSI und dem ITE/EUF, Veranstalter der Promotürk, statt. Wie macht sich diese Kooperation bemerkbar und gibt es Ihrerseits weitere Erwartungen oder Wünsche an diese Zusammenarbeit?

Die Partnerschaft mit PSI und ITE-EUF ist ein Ergebnis unseres Engagements. Obwohl diese Marken Mitbewerber und beide bekannt auf dem internationalen Markt sind, hat es Promotürk geschafft, alle an einen Tisch zu bringen. Nach intensiver Planung haben wir brauchbare Ergebnisse erzielt, mit denen alle drei Partner zufrieden sind. Deutschland, England und die Türkei – drei Länder mit unterschiedlichen

Kulturen arbeiten jetzt zusammen, da sie auf Promotürk und die Türkei vertraut haben. Gleichermaßen vertrauen wir auch auf die Kraft von PSI, um eine bessere Darstellung von Türkei und der Promotürk zu ermöglichen. Wir werden weiterhin mit PSI zusammenarbeiten, um gemeinsam noch größere Ziele zu erreichen. Es gibt keine Probleme bei diesen Partnerschaften, wenn sich alle Parteien an ihre Versprechen halten. Derzeit gibt es überhaupt keine Probleme.

Ich weiß nicht, wie es sich weiterentwickeln wird, aber wir werden alle notwendigen Schritte unternehmen, um zu gewährleisten, dass diese Reise weitergeht.

Was ist in Ihren Augen das Besondere an der Promotürk?

Abgesehen von PSI ist die Promotürk die am besten verankerte und wichtigste Veranstaltung der Branche. 27 Jahre sind alles andere als eine kurze Zeit. Wir haben in unserem Land professionelle Hersteller, deren Erfahrung, deren marktgerechte Preise und deren Qualitätsleistungen allen Bedürfnissen gerecht werden. Wichtig ist auch, dass wir ein europäisches Nachbarland sind. Die Türkei ist die Tür Europas zu Asien. Wir sind auch ein Nachbarland von Russland, dem Mittleren Osten und den Balkanländern. Das Allerwichtigste jedoch ist, dass es keine Probleme hinsichtlich der Visa für Geschäftsleute gibt.

Zur Eröffnung der Promotürk gab PSI Messeleiterin Silke Frank bekannt, dass die Türkei erstes Partnerland der europäischen Leitmesse für Werbeartikel wird. Wie beurteilen Sie diesen Schritt?

In den letzten drei Jahren ist die Zahl der türkischen Aussteller auf der PSI Messe in Düsseldorf deutlich gestiegen. Promotürk hat beachtliche Anstrengungen unternommen. Infolgedessen hat die Türkei gleich nach Deutschland die größte Anzahl an



Ausstellern auf dieser Messe stellen können, was natürlich auch vom PSI Management nicht unbemerkt blieb. Für mich war es keine Überraschung, sondern eine gute Entscheidung. In den letzten drei Jahren haben wir zusammen mit Michael Freter wichtige Vereinbarungen geschlossen. Wir tun alles dafür, damit es erfolgreich läuft.

Wie sehen Sie die künftige Entwicklung dieser Partnerschaft – auch im Umfeld der aktuellen wirtschaftlichen Entwicklungen?

Ich bin davon überzeugt, dass diese Partnerschaft in Zukunft zu noch besseren Ergebnissen führen wird. Ich rate unseren europäischen Freunden, aus folgenden Gründen in der Türkei zu kaufen: 1. Wir sind in der Nähe. 2. Die schnelle Herstellung kleiner Mengen zu einem angemessenen Preis ist möglich. 3. Bestellungen aus Fernost brauchen 90 Tage bis zur Lieferung, was von der Türkei aus in gerade mal 30 Tagen möglich wäre. Momentan erleben wir in vielen Bereichen eine internationale Bereitschaft zur Zusammenarbeit. Unser Land ist davon positiv beeindruckt. Es liegt uns viel daran, dass unsere europäischen Investorkollegen erfolgreich sind und diesen Erfolg mit uns teilen.

Herr Özdem, vielen Dank für das Gespräch.

Ich bedanke mich auch. Es hat mich sehr gefreut, Sie in meinem Land begrüßen zu dürfen.



Relaxen, networken und feiern – auch das gehört zur Trend.

bwg-Vorsitzender Joachim Schulz begrüßte die Gäste zur ersten Trend in seiner Amtszeit.

TREND 2012

UNVERMINDERT ATTRAKTIVER BRANCHENTREFF

Am 14. und 15. September hatte der bwg seine Mitglieder wieder zur jährlichen Produktschau ins Euromoda nach Neuss geladen. Mit nochmals mehr Ausstellern und Besuchern bleibt der Branchenevent so attraktiv wie eh und je. Kein Wunder, denn rund um die Messe bietet die Trend viel Gelegenheit zum Austausch unter Kollegen und natürlich auch zum Feiern.

Die Trend ist nun schon seit einigen Jahren im Mode-Großhandelszentrum Euromoda in Neuss zu Gast. Trotzdem ist jede Veranstaltung anders, immer wieder gibt es Neues zu entdecken, auch für diejenigen, die sich eigentlich gut informiert fühlen. Genau dies ist der Sinn der bwg-Produktschau: Bevor es ins Weihnachtsgeschäft geht, eine Plattform zu schaffen, auf der sich der Handel noch einmal inspirieren

lassen und mit den Lieferanten konkrete Fragen klären kann. 111 Aussteller waren es dieses Jahr, rund 700 Besucher von 300 Händlerunternehmen hatten den Weg nach Neuss gefunden. Insgesamt waren mehr als 1000 Personen dabei. Damit ist die Trend sowohl auf Aussteller- wie auch auf Besucherseite gegenüber dem Vorjahr gewachsen. Wiederum kam der weitaus größere Teil der Besucher nicht aus den Rei-

hen der bwg-Händler. Ein weites Feld also für den Vorstand, den „Externen“ die Leistungen des Verbandes nahezubringen, um Mitglieder zu gewinnen. Insofern bietet sich die Trend auch als Akquiseplattform für den Verband an.

PREMIERE FÜR DEN NEUEN VORSTAND

Die erste Trend des neuen bwg-Vorstands kann man also als Erfolg werten. Für Joa-



Die gelungene, gut besuchte Trend im Euromoda bot viele Anregungen und Ideen.



chim Schulz, der im Januar dieses Jahres Hans-Joachim Evers als Vorsitzenden abgelöst hat, war die Trend 2012 eine Premiere. „Bisher kannte ich die Trend nur als Besucher. Doch erst dann, wenn man mitten in der Organisation steckt, spürt man, wie anspruchsvoll das Ganze ist“, so Schulz in seiner Begrüßungsansprache zum Auftakt der Abendveranstaltung. Er dankte dem Organisationsteam, der Geschäftsstellenleiterin Beradette Feck und Vorstandsmitglied Carsten Lenz, die tatkräftig von Klaus Beyer, Dietmar Mundt und vom Ehrenvorsitzenden Evers unterstützt wurden. Für jeden, der etwas zum ersten Mal anpackt, ist es wichtig, aus dem Know-how und der Erfahrung der Vorgänger schöpfen zu können. In gemeinsamer Arbeit ist

jedenfalls eine schöne Messe gelungen. Dass der Rundlauf in den Räumen des Euromoda manchmal etwas unübersichtlich ist und man gelegentlich nach Verlassen eines Raumes in die falsche Richtung abbiegt, das hat die Location nun mal so in sich. Wichtiger war, dass ein breites Produktportfolio mit einigen Überraschungen zu sehen war und jeder, der Augen hatte, das Gewünschte finden konnte. Wie schon häufig der Fall, war auch in diesem Jahr der Freitag der weitaus stärkere Tag in Bezug auf die Besucherzahl.

Ein schöner und langer Abend

Was wäre die Trend ohne das Get-together am ersten Tag? Die Abendveranstaltung fand wie im Vorjahr im Düsseldorfer „Theater der Träume“ statt, einer umge-

widmeten Industriehalle in Hafennähe. In diesem besonderen Flair wurden die Gäste zunächst einmal mit einem wirklich leckeren, aus frischen Zutaten bereiteten Buffet bewirtet, das sehr gelobt wurde. Einige Aussteller waren in diesen Tagen sehr im Stress, denn sie kamen direkt aus Österreich von anderen Veranstaltungen. Da kam der gleichzeitig festliche wie familiäre Abend gerade recht. In ungezwungener Atmosphäre verging im Gespräch mit Kollegen oder beim Abtanzen die Zeit wie im Flug. Mit Livemusik, brasilianischer Sambashow und so manchem Cocktail wurde es wieder einmal ein langer und schöner Abend.

<



Als Andenken an die WerbeWiesn konnte sich jeder Besucher ein Lebkuchenherz vor Ort verzieren lassen.

WERBEWIESN 2012

STILECHTES EVENT IN MÜNCHEN

Knapp eine Woche vor dem offiziellen Oktoberfest-Beginn nutzten EIDEX und CD Werbemittel die Vorfreude und läuteten das bevorstehende Event mit der WerbeWiesn in der alten Kongresshalle in München ein. Eine hochkarätige Veranstaltung, die bei Herstellern und Besuchern zu den Highlights unter den Hausmessen zählt.

Stilecht ging es in der alten Kongresshalle in München zu, denn die Besucher wurden in Ledertracht und Dirndl von den Veranstaltern und Ausstellern begrüßt. Dass dabei natürlich weder das Lebkuchenherz noch der legendäre Bieranstich fehlen dürfen, ist fast schon selbstverständlich. Seit nunmehr vier Jahren heißt es auf der WerbeWiesn: „Ozapft ist!“ Die beiden Full-Service-Agenturen EIDEX und CD Werbemittel empfingen über 500

Kunden in herzlich bayerischer Atmosphäre. Das Konzept der Messe scheint ein Erfolgsfaktor zu sein: Neben ausführlichen Beratungsgesprächen weckten spannende Vorträge das Interesse der Besucher. Äußerst informativ präsentierte Kirstin Wolf von Purple Consulting, wie beruflicher Erfolg mit Empathie und Menschenkenntnis zusammenhängt. Die erfahrene Trainerin coacht Manager und Marketing-Entscheider und zeigt in Vorträgen Wege zum

beruflichen Erfolg auf. Die zweite Präsentation ließ selbst erfahrene Branchenmitglieder staunen. In seinem Vortrag „Werbemittel und Hirnforschung“ sprach Diplom-Ingenieur Jürgen Wieser von Limbio Business über die Wirkung von Werbeartikeln auf verschiedene Hirnregionen, darüber, welche Areale für Kaufentscheidungen zuständig sind und welche Rolle Emotionen spielen.

UMFASSENDE SERVICE

Einer der Höhepunkte war die Verleihung des Best of Bestseller Awards. Jedes Jahr wird auf der WerbeWiesn der Werbeartikel-Bestseller in den Kategorien Streuartikel, Medium Range und VIP-Geschenke gekürt. Promtec konnte sich mit seinem Fix-it Cleaner, einem Display-Reiniger, den ersten Platz in der Kategorie Streuartikel sichern. Das Bierbandl von Weiß & Zito GbR „...mei Maß!“, mit dem Bierkrüge gekennzeichnet werden können, belegte Platz eins in der Kategorie Medium Range. Bei den VIP-Geschenken erhielt der Bluetooth-Lautsprecher von Octogone den Award. Mit dem anschließenden obligatorischen Bieranstich und dem guten bayerisch-deftigen Essen sorgten die Veranstalter einmal mehr für ein rundum gelungenes Event. <



Die Gewinner der Best of Bestseller Awards.



Christian Kaul, CD Werbemittel, Christine Stahl, Geschäftsführerin CD Werbemittel, Thomas Gottschall, Geschäftsführer EIDEX, Robert Stahl, Geschäftsführer CD Werbemittel und Patrick Haendly, Geschäftsführer EIDEX (v.l.), stießen nach dem Bieranstich gemeinsam auf eine gelungene Veranstaltung an.



Dr. Robert Stahl

Zum ersten Mal gehörte in diesem Jahr CD Werbemittel zu den Organisatoren der WerbeWiesn. Das Unternehmen wurde 1983 von Christine Stahl in Germering gegründet. Gemeinsam mit ihrem Mann und mittlerweile 23 Mitarbeitern bietet Christine Stahl mit CD Werbemittel von der Produktion über die Lagerung bis hin zur Abwicklung einen kompletten Service im Werbeartikelsegment an. Das PSI Journal im Gespräch mit Dr. Robert Stahl:

Wie schätzen Sie derzeit die Stimmung beim Industriekunden ein?

Die Stimmung unserer Kunden ist optimistisch und investitionsfreudig, trotz gewisser Umbruchsanzeichen durch Politik und Markt. Viele unserer Kunden sind bereit, unsere Kernkompetenz mit allen externen Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen, um im Unternehmen selbst mehr Zeit für die Kernaufgaben und fürs Business zu haben.

In welchem Produktsegment gab es im vergangenen Jahr besonders starken Zuwachs?

Im Segment Textilien und deren Sonderanfertigungen mit Ökotex-Zertifizierung, gleich danach gab es Zuwachs im IT-Bereich und bei technischen Artikeln.

Auf welche Neuheiten darf sich der Kunde in Zukunft freuen?

Es werden sicher mehr Neuheiten im Bereich Büro- und IT-Bedarf zu erwarten sein. Kunden können sich darauf freuen, dass wegen der starken Verbreitung der „i“-Produkte von Apple diesen auch im Werbeartikel-Bereich mehr und mehr Rechnung getragen wird.

Wie spüren Sie die Auswirkungen des stark saisonal geprägten Geschäfts mit Werbeartikeln?

Wir haben seit Jahren ein lebhaftes Jahresendgeschäft, ohne dass sich die verkauften Artikel explizit auf Weihnachten beziehen. Es werden vorhandene Programme aufgefüllt und Restbudgets genutzt.



KNEIKO HANDELS GMBH: INFO DAY 2012

WERBUNG TRIFFT KULTUR

Mit dem Kulturschloss im oberösterreichischen Traun als Location für den Info Day 2012 traf Veranstalter Kneiko ins Schwarze. 32 Aussteller deckten dort bei der gelungenen zweiten Hausmesse des Full-Service-Werbemittelhändlers aus Hörsching ein breites Produktspektrum aus der Welt der Werbeartikel ab.

Werbung trifft Kultur“ – ein treffendes Motto für die Neuauflage seines Info Days aus dem Vorjahr hätte Wolfgang Kohout, Geschäftsführer der nahe Linz beheimateten Kneiko Handels GmbH, kaum finden können: Schließlich gastierte der Werbeartikelspezialist aus Oberösterreich mit seiner Produktschau im repräsentativen Schloss Traun. 32 Lieferanten-

partner, überwiegend aus Deutschland und Österreich sowie aus den Niederlanden, Polen und Tschechien, präsentierten Neuheiten und Klassiker der Saison. Die ursprüngliche Wehranlage in Traun existiert gesicherten geschichtlichen Daten zufolge seit Beginn des 12. Jahrhunderts. Mit dem Umbau der Burg vier Jahrhunderte später entstand ein Wasserschloss mit gro-

ßer Ausdehnung sowie später ein Herrenhaus aus der Renaissancezeit, ein rechteckiger Bau mit vier Ecktürmen und drei Stockwerken. Ein idealer Platz auch für Werbe- und Beratungsveranstaltungen, wie Kohout erkannt hat: „Die Schlossanlage wird heute für Kulturveranstaltungen genutzt, außerdem befindet sich ein Heimatkundemuseum im Gebäude und auch



Die 32 Lieferantenpartner hatten den ganzen Tag über viel zu tun.



Das qualifizierte Publikum ließ sich ausführlich beraten und nahm viele Werbeideen mit nach Hause.



für unseren Event fanden wir ideale Bedingungen vor“, berichtet Kohout von den ersten organisatorischen Vorbereitungen.

FRÜCHTE DER ARBEIT

Die Produktschau logierte auf mehreren Ebenen im eleganten Herrenhaus: nicht zu eng, sondern mit etwas Platz zwischen den Ständen, sodass sich auch in Gruppen angereiste Kunden ohne Gedränge am Stand beraten lassen konnten. Nach zunächst ruhigem Beginn am Vormittag zog die Besucherfrequenz dann noch vor der Mittagsstunde deutlich an, sodass die Lieferanten ordentlich gefordert wurden. Bei der Beratung der insgesamt 275 Kunden von rund 200 Firmen, die sich in schöner Atmosphäre über die neuesten Werbeartikelrends informierten, stellten die Profis ihre rhetorischen Qualitäten unter Beweis. Mit Wintertextilien, Kalenderprodukten und weiteren Klassikern setzt eman vor allem auf dreidimensionale Werbeträger für das bevorstehende Weihnachtsgeschäft. Aber auch andere, jahreszeitlich ungebundene Werbe-Specials wie Schreibgeräte, Lederwaren oder verschiedenste Give-aways buhlten um die Gunst der Kundschaft: „Wir

haben traditionell auch Produkte wie etwa Rollmessgeräte oder Holzmaßstäbe für die Baubranche sowie verschiedenste Produkte für die werbliche Außendarstellung von Versicherungen oder Banken im Programm“, so Wolfgang Kohout, der bei Kaiserwetter wie seine Mannschaft mit leuchtend rotem T-Shirt für beste Stimmung sorgte.

HOHE KUNDEN-QUALITÄT

Nach der Stärkung beim köstlichen Catering brachte auch der Nachmittag angesichts der hohen Beratungsintensität die Erkenntnis, dass sich der große Versendungsanfang von rund 5000 Einladungen im Vorfeld des Events gelohnt hat. Schließlich war auch eine beachtliche Anzahl Entscheidungsträger unter den Kunden, sodass viele Einträge in den Notizbüchern der Aussteller sicherlich eine gute Chance haben, zu Aufträgen zu werden. Ein ge-

lungenes Ausstellungskonzept mit breitem Angebot an Werbemitteln für nahezu jeden Einsatzzweck – also eine Mixtur, die sich verdientermaßen einer großen Nachfrage erfreuen durfte. So ist die Kneiko Handelsgesellschaft mbH nach erfolgreicher zweiter Hausmesse auf dem besten Weg, sich im Nachbarland in den künftigen Veranstaltungskalendern der Branche fest zu etablieren.



Wolfgang Kohout, Kneiko-Geschäftsführer



Die Location der VKF Renzel Hausmesse war das Wunderland Kalkar. Der in der Nachnutzung des 1985 fertiggestellten, aber nie in Betrieb genommenen Kernkraftwerks Kalkar entstandene Vergnügungspark beherbergt diverse Freizeiteinrichtungen, ein Hotel und ein Kongresszentrum.

VKF RENZEL GMBH

WERBEARTIKEL-TRENDS IM WUNDERLAND

Das Jahresendgeschäft geht in die Zielgerade und VKF Renzel gibt mächtig Gas: Im Wunderland Kalkar nahe der holländischen Grenze präsentierte das Team seinen Kunden die Werbemitteltrends für das letzte Quartal des Jahres.

Bereits im Vorjahr hat sich die Erwartung der Geschäftsführung von VKF Renzel in Bezug auf die Produktschau erfüllt. Und auch die Hausmesse 2012 war wieder ein Erfolg, vor allem hinsichtlich der Kundenfrequenz: Mit 250 Personen von 120 Unternehmen konnte die Besucherzahl gegenüber den Vorjahren nochmals gesteigert werden. Zufriedene Gesichter allenthalben, denn den 37 Liefe-

ranten sowie 4 Abteilungsleitern von VKF Renzel war wieder eine ansprechende Produktschau in attraktiver Location gelungen. Schauplatz war das Wunderland Kalkar nahe der holländischen Grenze, ein Freizeitzentrum, das 1995 auf dem Areal des niemals in Betrieb gegangenen schnellen Brüters errichtet wurde. Teil der Anlage ist ein Kongresszentrum und der Familien-Freizeitpark Kernie's Familienpark.

BREITES PORTFOLIO IN ATTRAKTIVER LOCATION

Neben klassischen Streuartikeln wie etwa Kugelschreibern jeder Couleur, Feuerzeugen oder Süßigkeiten sorgten auch Kalender, Tassen und edle Premiums im Taschen- und Lederwarenbereich für großes Interesse. Aber auch im Bereich Displays und werbliche Ausstattung für den POS hatten die Initiatoren einiges zu bieten.



Dem Team der VKF Renzel ist eine gut besuchte Messe gelungen: Guido Küppers, Abteilungsleiter Werbemittel, Ina Tebbe, Leitung Marketing, Joachim Ostendorf, Geschäftsführer (v. l.).



An den Ständen der 37 Lieferanten wurde intensiv informiert, probiert und beraten.



Schließlich gehören Displays sowie Rahmen- und Präsentationssysteme, Produkte aus Acrylglass und Spritzguss ebenso zum umfangreichen Angebot von VKF Renzel wie auch technische Profile, Fachteilersysteme, elektronische Verkaufsförderungstools, Warensicherung sowie Messesysteme und Werbetechnik. Zu den besonderen Stärken des Werbemittel-Geschäftszweigs gehört auch die Veredelung: „Gerade im Bereich Textilien sind wir extrem flexibel“, so Guido Küppers, Abteilungsleiter Werbeartikel. „Schließlich haben wir im Haus

ein eigenes Textilkarussell, Veredelungen können also sofort nach Erhalt der bestellten Ware am Standort Isselburg umgesetzt werden“. Auch kleine Auflagen realisiert der Verkaufsförderer schnell und perfekt und bietet sämtliche Arbeitsschritte von der Produktkonzeption bis hin zur Veredelung aus einer Hand.

WEITERES WACHSTUM IM BLICK

Um den Kundenkreis, zu dem aktuell sowohl Einkaufszentren und Handelsketten als auch Einzelhändler sowie große Industrieunternehmen zählen, zu erweitern, fo-

kussiert sich der Verkaufsförderer aktuell auch auf das nur wenige Kilometer vom Standort in Isselburg entfernte Nachbarland: „Wir möchten uns nicht nur regional noch stärker positionieren, sondern auch das große Kundenpotenzial in den Niederlanden weiter erschließen“, so Joachim Ostendorf, neben Heinz Renzel und Ansgar Hügging einer von drei Geschäftsführern bei VKF Renzel. Ein Ziel, das nicht zuletzt auch über die Aktivitäten der hauseigenen Filiale im niederländischen Dinxperlo angegangen wird. <



Zünftig und fesch erwarteten Herstellerpartner und das top-display-Team ihre Gäste.

25 JAHRE TOP DISPLAY

ZÜNFTIGE „KREATIV-WIES'N“

Mit der zweiten Hausmesse in ihrem silbernen Jubiläumsjahr trafen die Werbemittelspezialisten des Unternehmens top display einmal mehr ins Schwarze. Denn erneut hatten sich die Hamburger ein besonderes Motto für ihren Kundenevent in den eigenen Räumen einfallen lassen.

Wie immer äußerst einfallsreich, jedoch diesmal besonders zünftig ging es zu auf der „KreativWies'n 2012“, mit der das top-display-Team ein zwar verfrühtes, dafür umso gelungeneres und bestens überschaubares Oktoberfest im bayrischen Flair an die Alster verpflanzte. Dabei bestimmten Sommer, Sonne und die neuesten Trends, Produkte und Konzepte

rund um den Werbeartikel das Geschehen in den weiß-blau dekorierten Räumlichkeiten am Winterhuder Weg. 15 Herstellerpartner präsentierten gemeinsam mit den Beraterinnen und Beratern von top display in kernigen Krachledernen und fesch Dirndl innovative Ideen, vom klassischen Streuartikel bis hin zu pfiffigen Weihnachtsartikeln. Dazu gab's dem Am-

biente entsprechende schmackhafte Schmankerl und erfrischende Getränke.

KUNDENORIENTIERTE PRÄSENTATION

Rund 120 Kunden aus knapp 80 Unternehmen ließen sich diese Gelegenheit nicht entgehen und überzeugten sich auf einer Gesamtfläche von 360 Quadratmetern in den Büros sowie dem großen Showroom anhand praktischer Produktanwendungen



und beispielhafter Einsatzbereiche von den Qualitäten wie vielfältigen Einsatzmöglichkeiten ausgewählter Produkte. „Die eingeladenen Kunden haben diese effiziente und kundenorientierte Präsentation begeistert aufgegriffen“, sagt Geschäftsführerin Barbara Söhngen. „Sie konnten zielgerichtet ihre Wünsche diskutieren und in gemeinsamen Beratungsgesprächen zu einem angebotsfähigen Abschluss bringen.“

„UNERWARTET & ANDERS“

Für die Aussteller war die Veranstaltung „KreativWies'n 2012“ in zweierlei Hinsicht erfolgreich: Die Vielzahl interessierter Kunden und die Qualität der Beratungsgespräche bestätigen aus ihrer Sicht das Konzept der top-display-Hausveranstaltungen. Der intensive und persönliche Kontakt aller Mitarbeiter zu ihren Kunden ist ein entscheidender Erfolgsfaktor dieser Events. „Alle Herstellerpartner unterstützen diese Top-Leistung in Beratung und Qualität und tragen damit aktiv zum gemeinsamen Erfolg bei“, betont Senior-Berater Hans Daub. So fand auch diese neue Folge der „unerwartet & anders“-Reihe von top display allseits positiven Anklang. Man darf also gespannt sein, wie die Serie fortgesetzt wird.
www.top-display.de



Der erste Preis des KreativWies'n-Gewinnspiels: Eine Woche und 1000 Freikilometer mit einem flotten Wagen.

In stilechtem Oktoberfest-Ambiente erläuterten Herstellerpartner und das top-display-Team die Vorteile ausgewählte Produktinnovationen.





Top-display-Geschäftsführer Gorden Daub zusammen mit zwei Gästen beim Bummel über die „KreativWies'n 2012“.



TOP-DISPLAY-GESCHÄFTSFÜHRER GORDEN DAUB IM GESPRÄCH

Herr Daub, wie sind Sie mit dem Verlauf Ihrer „KreativWies'n“ zufrieden?

Mit dem gesamten Verlauf des Veranstaltungstages sind wir mehr als zufrieden. Wir hatten tolle und engagierte Lieferantenpartner, durch die Bank gut gelaunte und interessierte Kunden – und damit eine super Stimmung! Unsere Gäste haben sich viel Zeit genommen und waren auf ihren Besuch vorbereitet. Daraus haben sich viele gute Gespräche entwickelt. Unser gesamtes Team hatte nur sehr wenig Verschnaufpausen – aber es hat allen richtig viel Spaß gemacht. Ich konnte wieder mal feststellen, was für ein grandioses Team wir sind. Ganz dickes Lob an unsere Mannschaft!

Wie sind die ersten Reaktionen der Aussteller, wie die der Gäste?

Unsere Aussteller hatten inhaltlich gute und qualifizierte Gespräche und viele konkrete

Anfragen. Es gab viel Lob zur Atmosphäre und über unsere Kunden. Wir saßen teilweise noch bis in den späteren Abend zusammen. Die Gäste waren begeistert von der Idee und Umsetzung der KreativWies'n, wie auch von der Auswahl der Produkte und unseren zusätzlichen Produktideen. Unsere Hausevents scheinen bei unseren Kunden immer fest eingeplant zu sein – sie kommen mit großen Erwartungen und sind immer bestens eingestimmt.

Wie sieht die bisherige Bilanz des Jubiläumsjahrs von top display aus?

Durch Beratungskompetenz, kundenorientiertes Denken und Kreativität für unsere Kunden und mit unseren Lieferantenpartnern, haben wir uns auch im Jubiläumsjahr weiterentwickelt. Der bisherige Geschäftsverlauf im Jubiläumsjahr stimmt uns weiter optimistisch. Die tolle Resonanz unserer Kunden, nicht nur auf unsere Hausevents, macht Lust auf mehr und motiviert unser Team natürlich zusätzlich.

Werden Sie Ihrem Konzept der themengebundenen Kundenveranstaltungen in den eigenen Räumen treu bleiben?

Unsere Vorgabe für diese Veranstaltung hieß „unerwartet & anders“. Das ist uns mit der

KreativWies'n wieder eindrucksvoll gelungen. Auch unsere vorangegangenen themengebundenen Veranstaltungen waren erfolgreich und haben uns und allen Beteiligten viel Spaß gemacht. Das ist auch wichtig. An Ideen mangelt es uns da nicht. Wobei die Themen nur das i-Tüpfelchen sind. Inhalte, Produkte und Ideen, die wir unseren Kunden präsentieren, sind maßgeblich.

Gibt es bereits weitere Pläne für künftige Events?

Nach dem Event ist vor dem Event.

Und noch eine recht persönliche Frage: Wie ist das „Feeling“ im ersten Jahr als Geschäftsführer?

Top display ist 25 Jahre „alt“ und ich persönlich bin seit über 15 Jahren aktiv mit dabei. Mein Vater und Barbara Söhngen haben mich in dieser Zeit immer viel Einfluss nehmen lassen und ich hatte für vieles freie Hand. Nun ist noch ein Stückchen Verantwortung dazugekommen und das nehme ich gern an. Ich habe ein tolles Team und tolle Partner an meiner Seite – das nenne ich „good feeling“.

PSI Trade Show 2013

Diversity redefined!

9th to 11th January 2013, Düsseldorf

Your number one is in Düsseldorf!

Visit the 51st PSI Trade Show from 9th to 11th January 2013 and take advantage of the **largest network of the promotional products industry.**

The only place:

- ▶ to find the industry's **largest international product presentation** with 1,000 promotional products manufacturers and importers from more than 30 countries!
- ▶ that offers a unique presentation of **150 innovative companies** and brand-new product ideas from about **40 international inventors** in HALLE13!
- ▶ to meet international industry associations on an area of app. 1,000 sqm at the new **International Associations Area** in Hall 11!
- ▶ to gain interesting information about the subject of finishing and packaging in our machinery section on 800sqm. From experts for experts — in the enlarged **Technology Forum** in Hall 12!

BOOK YOUR VISITOR
TICKET AT THE ONLINE RATE
€ 67,- [INCL. MAGALOG]
NOW AT:

www.psi-messe.com/tickets

Book your ticket to the leading international trade show of the promotional product industry now at www.psi-messe.com/tickets — save € 10,- and avoid waiting time onsite!

Scan here!



Visit us on:





VIERING GMBH

OPENDAYS MIT NEUEM KONZEPT

In Sachen Hausmesse ist die Viering GmbH längst eine bundesweit bekannte Größe. Neu: Bei den dritten OpenDays präsentierten neben den Lieferanten auch ausgewählte Sachbearbeiter des Werbemittelspezialisten an drei Tagen die Produktrends für das Jahresendgeschäft.

Im Rahmen der dritten Auflage seiner OpenDays begrüßte das Team der Viering GmbH am Firmenstandort in Senden nahe Münster seine Kunden, um diese zu den neuesten Produktrends zu beraten – kompetent, professionell und in bester Atmosphäre. Und einmal mehr reichte die Bandbreite der Kunden vom Familienbetrieb über mittelständische Unternehmen bis hin zu Großkonzernen. Doch das, was die 145 Personen von 95 Firmen an den drei September-Tagen jeweils von 10 bis 18 Uhr vor Ort erwartete, war diesmal anders: Schließlich hat Viering abweichend von der klassischen Hausmesse zum jüngsten OpenDay ein geändertes Konzept umgesetzt.

NEUE BERATER-MISCHUNG
„Wir wollten etwas Neues, noch Persönlicheres anbieten“, erläutert Viering-Geschäftsführer Mark-Oliver Schrader zum alternativen, abgewandelten Konzept zu früheren Events: „Wir haben uns für die individuelle Betreuung der Besucher durch deren Viering-Sachbearbeiter entschieden, was prima funktioniert hat“, ergänzt der Firmen-Leader. Schließlich kennen die Viering-Mitarbeiter die Wünsche, Bedürfnisse und Ansprüche der Kunden in Bezug auf deren Marketingaktionen genau, basierend auf teilweise jahrelanger Zusammenarbeit. Dabei lernten Neukunden ihren Berater persönlich kennen, wurden durch die Artikelvielfalt überzeugt und erfuhren individu-

elle Beratung gemäß ihren Anforderungen. Die Kreativität des Viering-Teams und dessen Wissen darüber, was machbar ist, wiesen den Besuchern schon die ersten Schritte in Richtung der Verwirklichung ihrer Marketingaktionen. Im Viering-Showroom befindet sich auf 300 Quadratmetern die permanente Ausstellung des Produktportfolios von rund 46 Lieferanten. Während der OpenDays waren diesmal aber nur die Fachberater einiger dieser Lieferanten vor Ort, namentlich von Geiger, Pollyflame, Doctime, AltaSeta, CODE-No.com, Faber-Castell, WIL und ASS.

MEHRSTUFIGE EINLADUNG UND VIELE AKTIONEN

Per E-Mail mit einem Video nach eigenem Drehbuch an rund 2500 Empfänger hatte Viering die Kundschaft eingeladen. Ein E-Mail-Reminder drei Werktage vor dem Event sowie Anrufe bei rund 100 Kunden taten ein Übriges, um auch die jüngste Veranstaltung zum Erfolg zu führen. Dass die Kunden bei Viering den Heimweg nicht nur gut beraten antreten, hat Tradition: Schließlich überreichte man den Besuchern zahlreiche mit Viering-Logo versehene Highlights verschiedener Lieferanten, darunter ein personalisiertes Geiger-Smart-Book sowie im Nachgang eine Uhr im Ice-Watch-Design mit Gravur der Initialen. Die präsentierte Produktvielfalt spiegelte sich auch im Catering wider: Hawaiianerin und Engelchen verwöhnten die Besucher mit Snacks und Getränken.

KONZEPT-WIEDERHOLUNG PROGRAMMIERT

Dieser Betreuungs-Mix resultierte aus dem Anspruch des Viering-Teams, das Gewesene zu ändern, zu verbessern und neue Wege zu gehen. Die Resonanz der Kunden war laut Veranstalter durchweg positiv. Viering verriet bereits, sowohl dieses Konzept als auch die klassische Hausmesse weiter zu optimieren, um den Wünschen der Kunden so gerecht wie nur möglich zu werden. Beim nächsten Event im März 2013 werden die Vertreter anderer Lieferanten wieder dabei sein: Die klassische Hausmesse, bei Viering „Promotion Days“ genannt, wird es also weiterhin geben. <

See you in 2013 Istanbul

PROMOTÜRK 2013

19-22 SEPTEMBER



POWERED BY
PSI


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





MARKE[ding] IN WELS UND WIEN

ZWEI STANDORTE, DIE ES IN SICH HABEN

Nach einer gelungenen Premiere im vergangenen Jahr hat sich Wien einmal mehr als weiterer Messestandort der Marke[ding] 2012 etabliert. In den prächtigen Räumlichkeiten der Wiener Hofburg trafen sich Aussteller und Besucher und tauschten sich über Trends und Neuheiten der Branche aus. Für das kommende Jahr ist die Marke[ding] ebenfalls an zwei Standorten fest eingeplant.

Zum zweiten Mal öffnete die Marke[ding] in der Wiener Hofburg ihre Pforten. In Wels erlebte die österreichische Werbeartikelmesse ihre siebte Auflage. Nach erfolgreichem Start im vergangenen Jahr

hat sich das neue Messekonzept auch 2012 mehr als bestätigt, so Martin Zettl, Geschäftsführer der Forum Werbegeschenke GmbH und Mitveranstalter der Marke[ding]. Mehr als 1300 Besucher informierten sich

in der Wiener Hofburg bei über 100 Ausstellern aus acht verschiedenen Nationen über die neuesten Werbeartikelrends. Insgesamt kamen an beiden Standorten rund 2400 Besucher vorbei. Den Vorteil von zwei Standorten sieht Zettl eindeutig in dem breiten Besucherspektrum. Eine gewisse Regionalität sei an beiden Standorten festzustellen gewesen. Jedes Jahr richtet Zettl gemeinsam mit verschiedenen Händlerpartnern die Marke[ding] aus. Die Zusammenarbeit der Werbeartikelhändler hat sich als erfolgreiche Symbiose erwiesen. Als offene Informationsplattform konzipiert, soll die Beteiligung von Händlerpartnern auch 2013 weiterhin forciert werden, so die Veranstalter. <

February 27 – March 1, 2013



IV SPECIALIZED TRADE SHOW FOR PROMOTION INDUSTRY

LEADERS UNITE HERE!

**Welcome to the Ukrainian advertising
and promotional gifts market**

Thematic sections:

- business attributes
- advertising and themed gifts
- writing tools
- haberdashery
- textiles and tableware
- premium-products

- accessories for leisure
- computer accessories
- business-technology
- equipment for industry
- supplies
- services



- promotional industry products
- special sector for advertising
and event-agencies

Business program of b2b show:



**International
Conference**
with participation
of world promotional
industry gifts leaders



PROMO Defile
show fashion trends
of corporate and
promotional clothing



Effect PROMO award
in two categories: Effect
PROMO Professional and
Effect PROMO Junior



**Creative gifts
exposition**



**Business
matchmaking
program**



**Souvenir
of the Year Award
and a lot of surprises!**

Contacts:

Tel./Fax: +380 (44) 461-9303
e-mail: b2b@eindex.kiev.ua
www.b2bshow.com.ua

Organizers



Venue





Wir bringen Ihnen die Wärme

Für unser fleece- und Winterartikelsortiment schauen Sie auf



für den Winter...

unsere Internetseite www.araco.nl





SPIELE UND SPIELSACHEN

SPIELERISCH WERBEN

Zeit zum Spielen sollte sich jede und jeder nehmen. Spielerisch entdecken Kinder die Welt, lernen zwanglos sich darin zurechtzufinden. In unbeschwerter Manier gehen Dinge viel leichter von der Hand – und wenn sie dabei auch noch durch die Hand gehen, haben sie das Zeug zum guten Werbeartikel.

Schon viele kluge Köpfe haben sich über den Sinn, das Wesen und den Wert des Spielens geäußert. „Spielen ist eine Tätigkeit, die man nicht ernst genug nehmen kann“, meinte der Naturforscher Jacques-Yves Cousteau. Der niederländische Kulturhistoriker Joan Huizinga lieferte eine theoretische Definition: „Spiel ist eine freiwillige Handlung oder Beschäftigung, die innerhalb gewisser festgesetzter Grenzen von Zeit und Raum nach freiwillig angenommenen, aber unbedingt bindenden Regeln verrichtet wird, ihr Ziel in sich selber hat und begleitet wird von dem Gefühl der Spannung und Freude und einem Bewusstsein des Andersseins als das gewöhnliche Leben.“ Mehr auf die Praxis zielt das Bonmot von Monty Pythons John Cleese: „Sie wollen kreative Mitarbeiter? Geben Sie ihnen genug Zeit zum Spielen.“ Die Wirksamkeit des Werbeartikels beruht auf einem Zusammen-Spiel von sensorischen Reizen, bei denen die Haptik an erster Stelle steht. Auf den Folgeseiten haben wir eine ganze Reihe von Produkten zusammengestellt, die diese Bedingungen erfüllen und den Aspekt des spielerischen Werbens in den Mittelpunkt stellen. Das Spiel damit kann also beginnen ... <



TANZ MIT DER WERBEBRISE

Dem Werbeklassiker Pustefix verpasst Success aus Tübingen immer wieder neue Features, die noch größeren Wiedererkennungseffekt des Seifenblasenspiels versprechen: Nicht nur die Pustefix-Dose wird durch Aufdruck zum Markenbotschafter, sondern inzwischen auch der Blasring, der sich als Logo, Slogan oder Werbefigur gestalten lässt. Einzige Voraussetzung für bunte und – unabhängig von der Blasring-Form – immer runde Seifenblasen ist eine geschlossene Außenlinie des Blasrings. War dieser bei der Markteinführung des Pustefix 1948 noch aus Federdraht, wurden mit dem Einsatz von Kunststoff für die Fertigung des Blasrings zwölf Jahre später völlig neue Möglichkeiten eröffnet. Ab einer Mindestabnahmemenge von 10 000 Stück kann neben der Form auch die eigene Wunschfarbe gewählt werden.

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

info@success-werbung.de • www.success-werbung.de



SPIELFREUDE FÜR JEDE JAHRESZEIT

Zu Hause, in der Schule oder im Kindergarten garantieren die Farbstifte von Staedtler den Kindern Spaß am Malen und an der Entdeckung der eigenen Kreativität. Die Farbstift-Etuis enthalten sechs kurze oder lange Buntstifte im klassischen Sechskantprofil. Die weichen und farbintensiven Minen sind zusätzlich mit einem weißen Schutzmantel ausgestattet, der die Bruchfestigkeit der Minen erhöht. Die Farbstifte werden in Deutschland aus zertifizierten Hölzern hergestellt und erfüllen die Anforderungen der EN 71. Dank der Digitaldrucktechnik bietet Staedtler die Farbstift-Etuis individualisiert ab 250 Stück an.

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

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

-Anzeige-



Frische Ideen in Plüsch!

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



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



TRIGON Deutschland GmbH

Kränkelsweg 28 • D - 41748 Viersen

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

E-mail: info@semo.de • www.semo.de

LEUCHTENDES BEISPIEL

Full Service aus einer Hand mit Beratung, Bemusterung, Artikel ab Lager Koblenz, Druckvorstufe, Bedruckung und Versand im Kundennamen: Dafür steht Spranz. Um für mehr Sicherheit beim Spielen auf der Straße zu sorgen, wartet Spranz mit der Basic9Bike auf, einer schwarz gummierten Taschenlampe, die über neun extrem helle und energiesparende LEDs sowie über eine Universal-Fahrradhalterung verfügt. Damit haben die Koblenzer einmal mehr nicht nur etwas ungemein Praktisches, sondern auch qualitativ Hochwertiges im Lieferprogramm. Die Batterien werden mitgeliefert. Im schicken schwarzen Designkarton verpackt, ist diese Taschenlampe nicht nur ein formschönes Produkt, sondern auch vielseitig einsetzbar und damit von hohem praktischen Nutzen. Mehr Artikel zu diesem oder vielen anderen Themen sind im Katalog zur aktuellen Spranz-Kollektion gelistet.

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

info@spranz.de • www.spranz.de



ALEA ELASTICUS IACTA EST

Zusammengebaut gleicht der Elastic Cube von e!xakt fast dem bekannten Zauberwürfel. Allerdings lässt sich Elastic Cube auseinanderziehen – mit Hilfe eines elastischen Bandes, das die Würfel-Elemente zusammenhält. Diese müssen nun wieder zusammengesetzt werden. Die Bedruckung erfolgt auch hier im Offset-Verfahren. Versehen mit einer Werbebotschaft in Foto-Qualität verspricht das Produkt einen hohen Wiedererkennungswert.

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

service@e-xact.de • www.e-xact.de

FLIEGEN MIT DEM SMARTPHONE

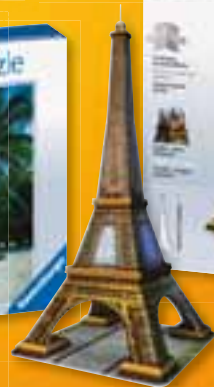
Die Fernsteuerung in der Hosentasche und somit immer dabei hat, wer diesen Helikopter von Jamara zu seinem Werbeträger macht. Denn das Fluggerät, das unter anderem über flexible Rotorblätter, Vorwärts-, Rückwärts- sowie Links- und Rechtssteuerung verfügt, wird mit dem Smartphone navigiert. Ob iOS oder Android, ob Phone oder Tablet: An diesem Trend kommt keiner vorbei. Eine eigens dafür entwickelte Applikation macht es jedem einfach, tolle Flugmanöver zu fliegen. Das Fluggerät kann wahlweise manuell oder über den Gravity-Sensor gesteuert werden, womit der Helikopter auf die Bewegungen mit dem Smartphone anspricht. So kommt ein echtes Piloten-Feeling auf. Die App ist kostenlos erhältlich und funktioniert mit allen gängigen Systemen. Weitere Infos auch auf der Website unter www.neuershop.jamara.com/Mobilecopter.

47696 • Jamara e.K. • Tel +49 7565 9412717

a.wein@jamara.de • www.jamara.de

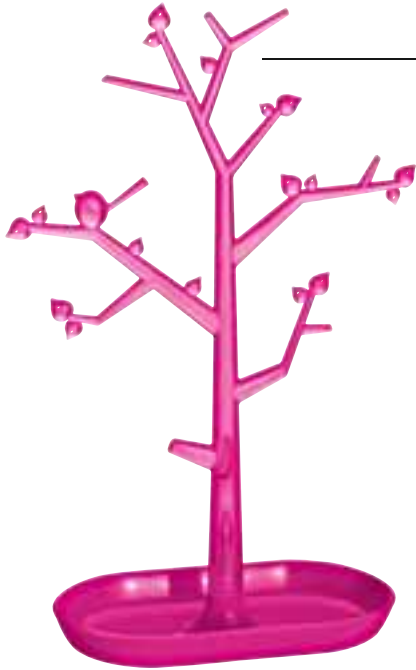


ENTDECKEN, dass Spielen verbindet.



www.ravensburger.de

Ravensburger



ATTRAKTIVE [PI:P]-SHOW

Ein Baum macht noch keinen Wald – aber aus mehreren Schmuckbäumen lässt sich durchaus ein Schmuckatelier zaubern: Die Schmuckbäume [pi:p] M und [pi:p] L von koziol lassen im transparenten Geäst Ringe, Ohrschmuck und Armreifen mit den glänzenden Blättern um die Wette funkeln. Und in der praktischen Schale findet auch kleineres Geschmeide seinen dekorativen Platz. In diesem Wald setzt [pi:p] L besonders längere Ketten würdig in Szene. In der integrierten, wohlgeformten Schale unter dem Geäst von [pi:p] M finden Mobiltelefon, Lesebrille, Armbanduhr und Schlüssel ihren Platz. Alle kleinen und großen Schätze sind hier übersichtlich und dekorativ geordnet.

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

Katrin.bode@koziol.de • www.koziol.de

NOSTALGISCHE WEIHNACHTSKLÄNGE

Mehr Nostalgie als mit den bei Kindern so beliebten, kleinen Drehorgeln kann mit einem Werbeartikel kaum transportiert werden. Die bei Presentissima erhältlichen Klangkörper sind in zwei Ausführungen erhältlich: in komplett vollflächig bedruckbarer Faltschachtel mit auf maßgeschneidertem Buchenholzbrettchen aufgeschraubter Drehorgel, womit für eine optimale Akustik gesorgt ist. Oder in der Blechdose, bei der die Werbebotschaft in 4c auf die Folienbanderole aufgebracht wird. Beim Betätigen der Kurbel erklingen Weihnachtsmelodien wie Feliz Navidad, Jingle Bells, Rudolph the Red-Nosed Reindeer und Stille Nacht. Die vollflächig bedruckbaren Musikinstrumente setzen die CI des Werbenden in der Weihnachtszeit professionell in Szene und nehmen dem Beschenkten für einige Augenblicke die Hektik des Alltags.

15007 • Presentissima, Inh. Martina Schiffelholz • Tel +49 8274 691560

info@presentissima.de • www.presentissima.de



BACKPASS FÜR DIE KLEINEN

Weil Backen und Kochen mit dem richtigen Handwerkszeug gleich viel leichter von der Hand geht, hat Le Creuset ein neues Kinder-Backsortiment kreiert: Junior. Es besticht durch eine formschöne Optik und garantiert nebenbei gutes Gelingen. In Rosa und Blau erhältlich, präsentiert sich eine muntere Truppe an Küchenhelfern, die auf die ergonomischen Erfordernisse kleiner Kinderhände abgestimmt sind. Dazu gehören neben Rührschüssel, Tarte-Form, rechteckiger Auflaufform und Mini-Cocotte auch Becher, Teller, Eierbecher, Müslischüssel, Mini-Spachtel und Kochlöffel sowie ein Set mit sechs Muffin-Förmchen aus Silikon. Passend dazu gibt es runde Silikon-Untersetzer sowie eine Junior-Küchenchefschürze.

42951 • Le Creuset GmbH • Tel +49 7071 974922

geschenkideen@lecreuset.de • www.lecreuset.de



-Anzeige-



La feria PSI 2013

Una nueva definición para diversidad!

9 al 11 de enero de 2013, Düsseldorf

¡Su número 1 se encuentra en Düsseldorf!

Visítenos del 9 al 11 de enero de 2013 en la principal feria internacional y utilice la mayor red del sector de artículos publicitarios.

Únicamente aquí:

- ▶ Encontrará **la mayor exposición internacional** de productos del sector con más de 1.000 fabricantes e importadores de artículos publicitarios de más de 30 países!
- ▶ Habrá una presentación única de **150 empresas** innovadoras y las últimas ideas de producto de aproximadamente **40 inventores internacionales** en el HALLE13!
- ▶ Encontrará asociaciones internacionales del sector en los casi 1.000 m² de la nueva **International Associations Area** del pabellón 11!
- ▶ Recibirá información interesante sobre el tema del acabado y embalaje en nuestro parque de maquinaria de 800 m². Únicamente especialistas — en el ampliado **Technology Forum** en el pabellón 12!

RESERVE AHORA
SU PASE DE VISITANTE A
UN PRECIO REDUCIDO
€ 67,- [INCL. MAGALOG] EN:
www.psi-messe.com/tickets

Reserve ahora su pase de visitante por la feria principal internacional del sector de artículos publicitarios en www.psi-messe.com/tickets – ahorre € 10,- y ahórrese colas en la feria!

Escanee aquí!



Visítenos en:





LUXUSWÜRFEL AUS BÜFFELHORN

Unter der Artikelnummer HK0862 führt die italienische Firma BSC ein erlesenes Würfelset der Marke Akakuro. Würfelspiele gehen in der asiatischen Kultur zurück auf eine 5000 Jahre alte Tradition und sind weltweit seit jeher Teil gesellschaftlichen Lebens. Die Luxus-Edition der Italiener ist handgefertigt aus Büffelhorn und wird geliefert in einer eleganten Holz-Geschenkbbox mit einem in exklusivem, fernöstlichem Design gestalteten Inneren.

48383 • BSC SRL • Tel +39 0541 811511

corporate@bsc incentive.com • www.thegiftcollection.net

SPIELERISCHE WERBETRÜMPFE

Kosmos, bekannt für Klassiker wie Die Siedler von Catan, Der Radiomann oder Die drei ???, steht für Produkte von hoher Qualität, Ideenreichtum und Originalität. Diese Produktvielfalt steht allen zur Verfügung, die ihr Unternehmen mit einem geeigneten Werbemittel ins Gespräch bringen wollen. Ein bereits in der Branche bekanntes Spiel ist Pentago: Auf dem speziell entwickelten Soft-Case können problemlos Firmenlogos oder andere kundenspezifische Merkmale aufgedruckt werden. Neben Pentago sind außerdem viele weitere gebrandete Kosmos-Klassiker oder etwa ein Bierdeckelspiel bei den Stuttgartern bestellbar.

47941 • Franckh-Kosmos Verlags GmbH & Co. KG • Tel +49 711 2191414
i.campbell@kosmos.de • www.kosmos.de



KUSCHELN MIT LARS

Der Plüsch-Eisbär namens Lars von Inspirion sammelt bei Kindern wie Erwachsenen gleichermaßen viele Sympathien: Mit seinem flauschigen Fell lädt das Schmusetier in der kalten Jahreszeit zum Kuscheln und Knuddeln ein. Zudem trägt der Eisbär einen roten Schal, der in attraktivem Kontrast zum weißen Pelz steht. Der Schal wird separat gepackt und kann mit einer Werbeanbringung versehen werden. Weitere bärenstarke Werbebotschafter sind im aktuellen Weihnachtskatalog Christmas Special 2012 bei Inspirion gelistet.

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

info@inspirion.eu • www.promotiontops.eu



VIELFLIEGER-BONUS

Im Flugzeug bewahrt, hält der Mini-Trolley – die Miniaturversion des Flugzeugtrolleys aus dem Hause Troika – jetzt als praktischer und zugleich schicker Stifteköcher Einzug ins Office. Der Stifteköcher im Design eines Flugzeugtrolleys ist aus matt verchromtem Metall, die Seiten bedruckt mit einem Weltkarten-Motiv.

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

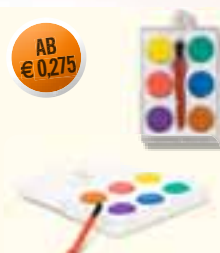
-Anzeige-



KIDS & FUN



91500 FELT-TIP SET



90422 PAINT BOX



AB
€ 0,320



90772 PUZZLE TRAY



91571 COLOURBOOK SET



91575 PENCIL SET



90280 WATER GUN



90225 YOYO



90421 STREET CHALK



90770 PUZZLE TRAY



91576 PENCIL BOX

UND MEHR!
WWW.TOPPOINT.COM

DIES SIND NETTOPREISE
INKL. 1 FARBIGEM DRUCK AUF EINER SEITE
EXKL. EINRICHTUNGSKOSTEN



PROST AUF KÖNIG FUSSBALL

Bottleball steht in den Startlöchern zur nächsten WM. Für alle, die die absatzstärkste Zeit für Werbemittel mit Fußballbezug schon ins Visier nehmen, gibt es bottleball: Diese Fußball-Trinkflasche mit 0,33 Litern Inhalt aus Polypropylen ist spülmaschinengeeignet bis zu zirka 85 Grad Celsius und erfreut besonders Kinder. Denn bottleball ist neu, bunt und robust, ein Behältnis sowohl für Getränke als auch für Snacks, das praktisch mit einem Lanyard über der Schulter getragen werden kann. Mit seiner verlängerten Trinköffnung und der Möglichkeit eines Verschlusses mit Hilfe eines praktischen Schnapp- oder Schraubdeckels ist der bottleball insbesondere für den mobilen Einsatz geeignet. Viele Farben, der bedruckbare Hals und andere individuelle Gestaltungsmöglichkeiten betonen die Idee der Individualität und machen ihn auch für jeden anderen Fußballerent zum starken Partner bei Promotion und Merchandising. Mehr unter www.bottleball.de.

47792 • bottleball GmbH • Tel +49 228 96698521
 stefanie.appel@bottleball.de • www.bottleball.de

O TANNENBAUM ...

Ein besonderer Weihnachtsgruß, der als Karte oder Give-away eine stilvolle Werbebotschaft überbringt, ist Plano, der Weihnachtsbaum aus transparentem Acryl und weichem, grünem Filz als Steckfigur von emotion factory. In der transparenten Hülle liegend, dekoriert Plano nicht nur die individuell und beidseitig bedruckbare Werbekarte, sondern lässt die Empfänger gleich tätig werden: Mit einem Handgriff sind die beiden Teile zu einem dekorativen Bäumchen zusammengesteckt – eine Verschönerung jedes Schreibtischs.

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



MAKE 'N' BREAK PARTY

Auf die Klötze, fertig, los: Bei den Aufgabenstellungen von Make 'n' Break Party aus dem Hause Ravensburger geht es garantiert lustig zu. Denn einer der Spieler muss aus Bauklötzen etwas bauen, das ihm beschrieben wird, ohne dass er den Bauplan sieht. Oder er muss die Klötzchen blind zusammenfügen oder die verrücktesten Begriffe nachbauen, verkleidet mit einer Maske, und dies so lange, bis sein Team errät, was er da bastelt. Und gleichzeitig tickt die Uhr. Das Spiel ist ausgelegt für bis zu neun Spielern ab zehn Jahren, sorgt aber auch unter Erwachsenen für Abwechslung und Spaß.

46563 • Ravensburger Spieleverlag GmbH • Tel +49 751 861722
 gisela.horn@ravensburger.de • www.ravensburger.de



TROCKENFRÜCHTE
& NÜSSE



SCHOKOFRÜCHTE & NÜSSE



ÜBER 300 GEWÜRZE
& KRÄUTER



MEHR ALS 1.500 VERSCHIEDENE TEES!

FRÜCHTETEE - KRÄUTERTEE - GRÜNTTEE
SCHWARZTEE - ROTBUSCH - WEISSTEE
TEEBLUMEN - PYRAMIDENBEUTEL - AUF-
GUSSBEUTEL - TASSENBEUTEL - U.V.M. ...

FÜR IHRE WERBUNG, ALLES AUS EINER HAND!

DIREKT VOM
HERSTELLER & IMPORTEUR



Wir möchten, dass auch Sie Ihren Kunden und Mitarbeitern die faszinierende Welt der Tees und Gewürze näher bringen können. Aus diesem Grund haben wir unsere über 60-jährige Erfahrung gesammelt und haben mit „www.werben-mit-tee.de“ eine völlig neue Welt der individualisierten Geschenke geschaffen. Unser neutraler Blätterkatalog: www.werben-mit-tee.de/katalog-2012/

PACKCHEN & DOSEN



AUFGUSSBEUTEL



REAGENZGLÄSER



TEEBLUMEN



POLYBEUTEL



DOSEN



HOLZ-PRÄSENTBOXEN



GESCHENKSETS



TEE-PYRAMIDEN



MÜHLEN & STREUER

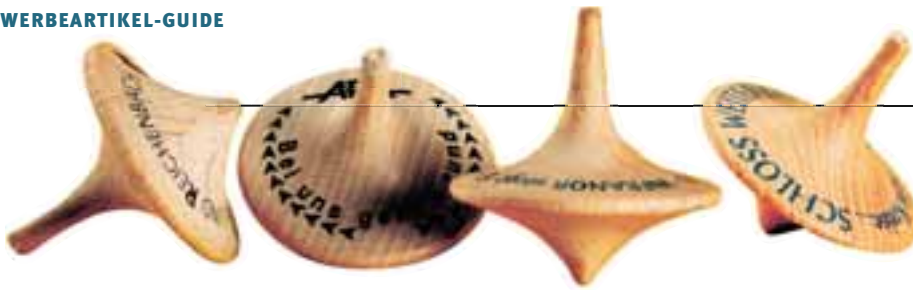


PACKCHEN



ADRESSE

Plantanas Group GmbH
Zur Hammerschmiede 21
D-89287 Bellenberg
Tel.: +49.(0)7306.926230
www.plantanas.com



GRÜNER DREH

Immer mehr rücken auch bei Werbeartikeln Werte wie Nachhaltigkeit, Umwelt- und Sozialverträglichkeit in den Vordergrund. Ein sympathischer Werbeträger für die umweltbewusste Kommunikation ist der Holzkreisel, den eco-promo im ausschließlich nachhaltig ausgerichteten Sortiment führt: Das zur Herstellung der Kreisel verwendete Buchenholz stammt aus FSC-zertifizierter Forstwirtschaft. Das Kürzel FSC steht für Forest Stewardship Council, ein Gütesiegel, mit dem aus vorbildlich bewirtschafteten Wäldern stammende Holzprodukte ausgezeichnet werden. Der mit Werbebotschaften bis zu einer Größe von 24 Millimetern bedruckbare Kreisel ist ein kleines Give-away, das Verantwortungsbewusstsein und eine positive Einstellung zur Umwelt vermittelt.

47503 • eco-promo GmbH • Tel +49 9369 980423

sales@eco-promo.de • www.eco-promo.de

SPROSSE FÜR SPROSSE AUFWÄRTS

Ein dekorativer Wandschmuck zum Entdecken und Staunen und ein riesengroßer Spiel-Spaß für die ganze Familie ist der große Leiterspielkalender 2013 aus dem Sortiment der Ackermann Kunstverlag Merkur Marketing Service GmbH. Der bekannte Kinderbuch-Illustrator Christian Kämpf begeistert hier durch seine fröhlichen Wimmelbilder mit unzähligen liebevollen Details. Der besondere Clou des 50 x 45 Zentimeter großen Kalenders: Das aus sechs Blättern mit je zwei Monaten bestehende, deutschsprachige Kalendarium ist gleichzeitig Spielfeld für das berühmte Leiterspiel. Es wird einfach losgewürfelt und geschaut, wer zuerst ins Ziel kommt.

40604 • Ackermann Kunstverlag Merkur Marketing Service GmbH • Tel +49 89 4512549273

info@ackermann-kalender.de • www.ackermann-kalender.de



WERBLICHE ÖKO-TOOLS

Eine ganze Reihe von Produkten für den Werbeartikelbereich, die dem sensiblen Umgang mit den Ressourcen der Natur Rechnung tragen, hat Rubens No. 55 aus Polen im Sortiment. Die Artikel, darunter verschiedenste individuelle Schlüsselanhänger, sind aus FSC-zertifiziertem Holz gefertigt. Der Kunde hat die Möglichkeit, den Produktionsprozess vollständig zu begleiten, angefangen mit dem ersten Entwurf über ein in Zusammenarbeit mit Rubens entwickeltes Konzept bis hin zum gewünschten Endprodukt. Neben Holzartikeln sind bei Rubens zudem viele interessante Acryl-Produkte zu haben. Nähere Infos zum Produktportfolio im Internet unter www.rubensdesign.pl.

46790 • Rubens No. 55, Robert Nowak • Tel +48 58 6603221

bjuro@rubensdesign.pl • www.rubensdesign.pl

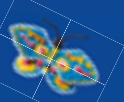
-Anzeige-



fischertechnik 
fischerTiP 



Entdecken Sie die Vielfalt
 unserer Premium-Produkte.



fischertechnik GmbH • Weinhalde 14-18 • D-72178 Waldachtal
 Tel. +49 74 43/12-42 93 • Fax +49 74 43/12-45 91
 E-Mail: info@fischertechnik.de • www.fischertechnik.de

ASStrein!

Mehr spASSbeiderArbeit
 gibt's jetzt online! Ab sofort
 können Sie nicht nur stöbern
 und spielen, sondern auch
 Ihre Ideen auf Werbespielkar-
 ten 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



Besuchen Sie uns
 auf der PSI:
 Halle 9
 Stand D17



Lagerung
 Kommissionierung

Auslieferung

Konfektionierung

Fulfillment

so individuell
 wie Ihr Projekt.
 Was dürfen wir
 für Sie tun?

Ihr Partner für
 individuellen Marketing-Service.

Sie wünschen sich eine umfassende Unterstützung Ihrer Marketing-Services – von der Einlagerung über die Kommissionierung bis hin zur Auslieferung weltweit? Sie möchten die Logistik hinter Ihrem Online-Shop zuverlässig betreut wissen? Sie planen eine kurzfristige Marketing-Aktion, die Manpower, Flexibilität und Schnelligkeit erfordert? Wir sind Ihr Partner.

Zustell-, Transport- und Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG
 Westpreußenstraße 4, 47809 Krefeld, Tel.: +49 2151 - 529 - 200

info@ztv-logistik.de • www.ztv-logistik.de



FLAUSCHN FÜR JEDERMANN

Flauschn heißt der Freund in allen Lebenslagen, der Kontakte knüpfen hilft und verbindet, Freude und Sorgen teilt und einen positiven Umgang miteinander symbolisiert. Flauschn ist ein flauschiges, rundes und weiches Produkt von Culto, das allenthalben für Heiterkeit, Entspannung, Optimismus und Geborgenheit sorgt. Ein Produkt, das in uns Erinnerungen an Wärme, Liebe, Freude und Geborgenheit der Kindheit wachruft und uns das Herz öffnet. Weitere Infos zu diesem sympathischen Werbeträger im Internet unter www.culto.com.

47701 • Culto GmbH • Tel +49 9682 9214-0

info@culto.com • www.culto.com

WII ARE FAMILY

Mit der Wii Family Edition, erhältlich für den Werbemittelbereich bei Lehoff, wird das Wohnzimmer zum Spielplatz für Groß und Klein. Mit Wii Party halten über 80 Minispiele ins Familienleben Einzug und sorgen ebenso wie die mit fünf Sportdisziplinen ausgestattete Wii Sports für reichlich Spaß, bei dem Ehrgeiz geweckt und Bewegung zur Bedingung wird. Ausgestattet ist das üppige Wii-Paket mit Disc-Schacht, SD-Card-Steckplatz, einem auf 32 GB erweiterbaren, 512 MB großen, internen Speicher sowie zwei USB-2.0-Anschlüssen. Ein Multi-AV-Ausgang, Sensorleitenanschluss, Netzteilanschluss und eine Nintendo GameCube mit vier Wii-Controller-Anschlussbuchsen sowie zwei Memory-Card-Steckplätze komplettieren das Ausstattungspaket.

41259 • Lehoff Im- und Export GmbH • Tel +49 40 529607-0

info@lehoff.de • www.lehoff.de



GEDULDSPIEL FÜR KÜHLE RECHNER

Kühle Rechner kennen und lieben ihre Zahlen, und sie verwandeln Chaos in Ordnung: Was liegt da näher, als ihnen den Solartaschenrechner Reflects-Boudry von LM Accessoires an die Hand zu geben? Er ist der perfekte Begleiter für Reisende, denn er kann all das, was auch die Großen können, und ist mit energiesparender Solartechnik ausgestattet. Die kleinen Assistenten zur Beherrschung von Fakturen und Bilanzen helfen zudem, die Zeit mit dem Geduldspiel auf der Rückseite zu vertreiben, wenn man dann doch mal länger auf den Gesprächspartner warten muss. Veredelt werden kann der Rechner in edlem Weiß per Tampondruck.

42487 • LM Accessoires GmbH • Tel +49 2234 9900-0

info@lm-accessoires.com • www.lm-accessoires.com





EINGEDOSTE RESERVE

Als neue Werbegeschenk-Idee für Weihnachten präsentieren Pappnase & Co. ihre Spardosen „made in Hamburg“, die individuell mit Firmenlogo, -spruch oder eigenem Design angefertigt werden können. Einziger Haken: Um an das Geld heranzukommen, muss die Spardose mit einem Dosenöffner geöffnet werden. Wer sein kleines Vermögen in Euro-Krisenzeiten lieber anderweitig verwenden möchte, anstatt es von den Kreditinstituten auffressen zu lassen, kann es in der Dose verschenken, versehen mit einem witzigen Spruch und langem Haltbarkeitsdatum. Auch Kinder kommen dabei auf ihre Kosten, lernen sie mit Hilfe der Spardose auf spielerische Weise den verantwortungsvollen Umgang mit ihrem Zahlungsmittel. Die Werbemittelidee eignet sich besonders für Kunden aus dem Finanzwesen, Konserven- oder Dosenöffner-Hersteller und viele weitere Zielgruppen nach Wahl.

43185 • Pappnase & Co. GmbH • Tel +49 40 209444-0
office@pappnase.com • www.pappnase.com

-Anzeige-

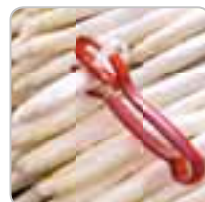
SHORTY
MADE IN GERMANY



triangle®



FUNKTIONALITÄT



DESIGN



NACHHALTIGKEIT



FOODSTYLING PROFESSIONAL

triangle®

triangle GmbH • Friedenstraße 98 • 42699 Solingen / Germany
Phone +49 212 22 11 5-0 • Fax +49 212 22 11 5-11
WWW.TRIANGLE-TOOLS.DE



ZEIT FÜR SPIELE

Das umfangreiche Handelssortiment von ASS Altenburger beinhaltet für jede Zielgruppe neben Familienspielen in kleiner Stülpeschachtel und Kinderspielen in hochwertigen Metalldosen auch Pokersets und aktuelle Lizenzthemen sowie Spiel-sammlungen. Diese können unverändert oder mit Werbebotschaft, individueller Verpackung oder gebrandetem Spielinhalt als Weihnachtsgeschenke eingesetzt werden. Mit einem Weihnachtsquartett werden auch die Kleinsten an den Spieltisch gelockt. Erhältlich sind darüber hinaus auch Rezepttipps, Geschenkanhänger und Adventskalender für die Vorweihnachtszeit. Beim Adventskalender auf Karten wird jeden Tag ein neues Kartentürchen geöffnet. Dort verstecken sich kleine Rätsel, Spielideen, Rezepte und viele nützliche Deko-Tipps. Einem brandneuen Promotion-Konzept entsprungen sind zudem Steckfiguren, die komplett individuell gestaltet werden können und als Deko-Figur lang anhaltende Verwendung finden.

41169 • ASS Spielkartenfabrik Altenburg GmbH • Tel +49 3447 5820
info@spielkarten.com • www.werbespielkarten.de

ÜBERRASCHUNGSKOFFER

ADV PAX Lutec, Spezialist für hochwertige, dekorative Metalldosen, offeriert eine originelle Deko-Dose in Form eines Reisekoffers, erhältlich in verschiedenen Größen und mit viel Liebe zum Detail gefertigt. Der Inhalt reicht von Reisespielen oder Büchern bis hin zu Lebensmitteln. All diese Inhalte lassen sich in den Koffern auf witzige Art und Weise inszenieren. Die Weißblechbehälter sind stabil und sorgen optisch durch eine individuelle Prägung oder Druck für Aufmerksamkeit. Spezielle Weihnachtsgrüße, Weihnachtbücher, Geschenke oder Sets können auch in der beim Hersteller aus Dettingen erhältlichen fünfzackigen Sterndose attraktiv präsentiert werden.

46850 • ADV PAX Lutec GmbH • Tel +49 7123 725925
info@adv-pax.de • www.adv-pax.de



DEKORATIVER NATIONEN-CUP

Multy-Flag heißt die neue Produktentwicklung von Specials Fun, ein attraktives und patentiertes Sommer-Gadget. Dabei dreht es sich um einen multifunktionalen Getränkehalter, bestehend aus drei Teilen, der sich an 90 Prozent aller Sonnenliegen der Welt montieren lässt. Ein Riesenspaß für Kinder, die durch ihre Länderfahne ihre Herkunft anzeigen und so im Urlaub schnell gleichsprachigen Kontakt finden. Die patentierte Halterung erlaubt die gerade Ausrichtung der Getränke an allen schrägen Ebenen. Das Produkt wird auch als Handybox angeboten. Ab einer bestimmten Bestellmenge können Fahnen, Werbeaufdrucke, Farben und Verpackungen frei gewählt werden.

48716 • Specials4Fun GmbH & Co. KG • Tel +49 4963 914560
info@wagner-architekturbuero.de • www.specials4fun.com



-Anzeige-



3D LENTICULAR GADGETS

- calendar mousepads
- classic mousepads
- counter mats
- badges & bottle openers
- BTL & POS items



www.axxel.eu
office@axxel.eu
phone.+48(77) 4422200
fax.+48(77) 4422055





ULTIMATIVER RENNSPASS

Ultimativen Rennspaß auf höchstem Niveau im Maßstab 1:43 für Kids ab 6 Jahren verspricht Lehoff mit Carrera Go Touring Action, einer aufgebaut 229 x 75 Zentimeter großen Rennbahn mit einer Streckenlänge von immerhin 6,2 Metern. Zum Verpackungsinhalt zählen neben Audi A4 und Mercedes C-Klasse im Gewand der bei den Deutschen Tourenwagen-Meisterschaften 2010 eingesetzten Rennversionen ein Transformator, zwei Geschwindigkeitsregler, Rundenzähler, Geraden, Kurven, Anschlussschiene, zwei Loopings, Steilkurve, Engstelle, Leitplanken und Stützen.

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

FÜR KLEINE FEUERWEHRMÄNNER

Unter der Artikel-Nummer 032350 führt Jamara seinen Firefighter Helikopter: ein Spielzeug, auf das viele Koaxial-Fans gewartet haben. Der kann nicht einfach nur herumfliegen, sondern echte Missionen erfüllen. Ausgestattet mit echtem Wassertank, fernsteuerbarer Wasserspritze und einem Suchscheinwerfer werden die Nutzer zu echten Rettungspiloten. Mit ein wenig Übung können diese mit Hilfe des Spaßgeräts problemlos die kleine Flamme einer Kerze löschen, den Bürokollegen nass machen oder die eigene Praxis im Geschicklichkeitsfliegen verbessern.

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



IDEE ZUM ZUNGESCHNALZEN

Eine zeitgemäß-coole Idee hat JHI Hackel in Form seiner mit Logo oder Schriftzug bedruckten Zungen-Tattoos im Portfolio. Die Anwendung ist denkbar einfach: Zunge herausstrecken und das Tattoo darauflegen. Die Zungen-Tattoos von JHI sind runde Esspapier-Oblaten, die in verschiedenen Farben und Geschmacksrichtungen erhältlich sind. Bedruckt mit einem oder mehreren schwarzen Motiven aus Malzextrakt und Pflanzenkohle, werden sie auf die herausgestreckte Zunge gelegt, kurz angedrückt und wieder heruntergenommen. Auf der Zunge erkennt der Betrachter in der Folge für kurze Zeit das entsprechende Motiv, Logo oder den Slogan. Die Oblate wird anschließend einfach aufgegessen. Eine pfiffige Idee für nahezu jede Zielgruppe und jeden Einsatzzweck.

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



SALON PSI 2013

La diversité sous de nouvelles formes!

Du 9 au 11 janvier 2013, Düsseldorf

Votre No. 1 se trouve à Düsseldorf !

Assistez du 9 au 11 janvier 2013 au salon leader international et profitez du plus grand réseau de l'industrie des articles publicitaires.

Sur ce salon uniquement :

- Vous trouverez la **plus grande exposition internationale** du secteur avec 1.000 fabricants et importateurs d'articles publicitaires de plus de 30 pays !
- Vous découvrirez une présentation unique de **150 entreprises innovatrices** et d'idées nouvelles de produits exposées par quelque **40 inventeurs internationaux** dans le HALLE13 !
- Vous rencontrez les fédérations internationales du secteur sur quelque 1.000m² dans le nouveau **International Associations Area** du hall 11 !
- Vous obtiendrez dans notre parc de machines d'une surface de 800m² des informations intéressantes sur le thème de la finition et des emballages. Des experts entre eux – dans le **Technology Forum** élargi situé dans le hall 12 !

RÉSERVEZ DÈS MAINTENANT
DES BILLETS POUR VISITEURS
AU TARIF EN LIGNE
€ 67,- [MAGALOG INCL.] SUR :
www.psi-messe.com/tickets

Achetez maintenant vos billets pour le salon leader international de l'industrie des articles publicitaires au www.psi-messe.com/tickets – économisez € 10,- et évitez temps d'attente sur place!

Scannez-ici !



Visitez-nous sur :





LUXUS-EDITION FÜR POKERFACES

Für alle, die gerne pokern und Kunden eine besondere Freude machen möchten, gibt es bei der spanischen Piel Urbana ein elegant designtes Pokerset: Es besteht aus einer mit synthetischem Leder ausgeschlagenen Holzbox, die ebenso wie ihr Inhalt vollständig in Spanien gefertigt wird. Zum Lieferumfang gehören neben dem für das Pokern obligatorischen Kartenspiel auch Würfel sowie vier Sätze Poker-Chips. Die Maße des Kästchens: 30 x 12 x 5,5 Zentimeter.

47667 • Piel Urbana S.L. • Tel +34 609 385317

info@pielurbana.es • www.pielurbana.es

FLOTTES TRIO

Merle, Matti und Marco sind rund 14 Zentimeter hoch und aus schmuseweichem Plüsch gefertigt. Die drei Knuddelbären sind auf Herz und Nieren getestet und verfügen über das Ökotex-Zertifikat. Die Werbeanbringung erfolgt standardmäßig auf den passenden Accessoires. Bei größeren Stückzahlen sind auch individuelle Web-Label eine edle Alternative. Außer dem bärigen Trio gibt es noch weitere 30 verschiedene, Ökotex-zertifizierte Modelle an Plüschtieren bei mbw. Die Prüfberichte und Zertifikate – auch von Artikeln aus den anderen Lines – sind auf der Homepage unter www.mbw.sh gelistet.

42020 • MBW Vertriebsges. mbH • Tel +49 4606 9402-0

info@mbw.sh • www.mbw.sh



SCHUTZENGELE FÜR JEDEN TAG

Dieser kleine Schutzengel aus dem Hause Spranz ist ein idealer Mailing-Verstärker, der an Schulranzen, Rucksack oder Jacke befestigt werden kann. Der graue Körper des Schutzengels ist aus hoch reflektierendem Material gefertigt, der Kopf des Püppchens aus Mikrofaser, sodass der Besitzer noch einen zweiten Nutzen hat: die Reinigung der Brille oder aber auch des Handydisplays. Die kleine Anhänger-kordel ist abnehmbar. Spranz bietet Full Service aus einer Hand: Dabei sind Beratung, Bemusterung, Artikel ab Lager Koblenz, Druckvorstufe, Bedruckung und Versand im Kundennamen komplett inklusive.

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

info@spranz.de • www.spranz.de

FASZINATION NOTIZ- WERBEMITTEL

HARDCOVER- SETS

Die perfekten Begleiter
für jeden Anlass!

Jetzt noch
hochwertiger veredelt!



EIN ELCH ZUM KNUTSCHEN

Klirrende Kälte, knisterndes Kaminfeuer, Tannengrün und knusprige Plätzchen – für den knuddeligen Elch Thore Tannenzweig von sigikid könnte immer Adventszeit sein. Am Heiligen Abend geboren, haben ihn Kerzenschein und Tannenduft für immer in den Bann gezogen. Im zarten Alter von fünf Jahren gewann Thore ein Strohsternwettbasteln im schwedischen Uppsala. Heute präsentiert sich das sympathische Plüschtier, das nicht im Fachhandel erhältlich ist, unter der Artikelnummer 52017 in einem Mix verschiedener Stoffe: Cord, Wollstoff, Synthetik und Plüsch. Auf Anfrage ist eine Individualisierung des 46 Zentimeter großen Freundes möglich.

48311 • sigikid H. Scharrer & Koch GmbH & Co. KG • Tel +49 9201 70129
anja.deroni@sigikid.de • www.sigikid.com

-Anzeige-



CHECK WWW.INTRACO.NL

KARL KNAUER 
Beeindruckend anders

D-77781 Biberach/Baden
Tel. + 49 (7835) 782 300
Fax + 49 (7835) 782 349
www.karlknauer.de
werbemittel@karlknauer.de



PLÜSCHIGE UNIKATE

Bei TRIK haben Kunden die Möglichkeit, ein einzigartiges Plüsch-Werbemittel zu schaffen, das genau auf die avisierte Zielgruppe, den Einsatzzweck und das eigene Corporate Design ausgerichtet ist. Insbesondere beim Thema Plüsch raten die Experten von TRIK, Produkte von Grund auf zu entwickeln. Von der Gestaltung über die Materialauswahl bis hin zur Lösung technischer Details wird eine Sonderanfertigung aus Plüsch zu einem unverwechselbaren Werbemittel, einem Eyecatcher, der bei großen und kleinen Leuten sehr beliebt ist und in Erinnerung bleibt.

45741 • TRIK Produktionsmanagement GmbH • Tel +49 30 8145632-0

info@trik.de • www.trik.de

FÜR KREATIV-TECHNIKER

Die Produkte von fischertechnik und fischer TiP werden ausschließlich in Deutschland hergestellt und konfektioniert. Kartoffeln, Rohstoff für die bunten fischer TiPs, wachsen auf heimischen Äckern, und auch bei den Inhaltsstoffen für seine Bausteine verpflichtet sich fischertechnik höchsten Qualitäts- und Sicherheitskriterien. Der Einstieg in die fischertechnik-Welt beginnt mit der Junior-Linie für Kinder ab fünf Jahren. Besonders geeignet als Werbeartikel sind die Einsteiger-Baukästen Junior Little Starter, Basic Carts, Bikes, Fun Cars und Aircraft. Und mit dem Kreativmaterial fischer TiP kann gebastelt, geklebt, gebaut und gemalt werden. Nur mit Wasser befeuchtet und zusammengedrückt, entstehen daraus bunte Figuren, Blumen, Ketten, ganze Landschaften oder Szenen. Als kostengünstiges Werbemittel mit hohem Sympathiewert sind besonders die fischer TiP Boxen S und M sowie die Eimer 100 und 250 zu empfehlen.

48315 • fischertechnik GmbH • Tel +49 7443 12-4395

info@fischertechnik.de • www.fischertechnik.de



SPUK IM ÖRTCHEN

Als Spezialist für Sonderanfertigungen im Direktimport entwickelt Global Innovations fortlaufend neue Artikel für den Handel und die Werbemittelbranche. Aktuell wird der sprechende WC-Geist namens Spuk, bis 2003 bereits über eine Million Mal verkauft, neu aufgelegt: Hier kann der Kunde entweder auf die bewährte Form zurückgreifen oder auf Wunsch auch eigene Designs fertigen lassen. Durch den Spuk soll der Toilettennutzer dazu angeregt werden, sich beim Wasserlassen hinzusetzen. Das Produkt wird einfach unter die Toilettenbrille geklebt und durch das Hochklappen aktiviert. Im Folgenden ertönt ein lustiger, aber eindeutiger Hinweis, der in verschiedenen Sprachen verfügbar ist, und der dazu auffordert, sich zu setzen. Insgesamt kann Global Innovations mittlerweile auf nahezu 100 Schutzrechte zurückgreifen, die schrittweise in den Markt Einzug halten sollen.

46626 • Global Innovations Germany GmbH & Co. KG • Tel +49 6502 93086-0

info@globalinnovations.de • www.globalinnovations.de



-Anzeige-



The UK's biggest and best...

Register now at
[www.tradeonly.co.uk/
shows/tons](http://www.tradeonly.co.uk/shows/tons)



- See thousands of new products
- More than 300 exhibitors
- Launch platform for 2013 catalogues
- Great central location
- Hundreds of FREE samples
- All key UK suppliers in one place
- Subsidised hotels, flights, trains & travel*
- FREE Grab 'n' Go lunch*
- NEW bpma Education Day - 22nd Jan.

* Distributors only, terms and conditions apply, see website.

...with bells on

In my
21 years in the
business it was the
best promotional gift
show we have ever
exhibited at.
Glenn Hyams, BTC activewear

Anyone in
the promotional
product market should
visit. The show gets
better and better.
Beryl Thompson, Completely Corporate.



For stand and sponsorship enquiries contact:
sales@tradeonly.co.uk or call +44 (0) 844 880 2751

YOU ARE ALL VERY WELCOME

Register now at www.tradeonly.co.uk/shows/tons



Das Auge isst mit: Ein saftiges Rib-Eye-Steak.

GOURMETFLEISCH.DE

GAUMENFREUDEN FÜR GENIESSER

Neu im Kreise der PSI Mitglieder ist Gourmetfleisch.de. Der für den professionellen Werbeartikelhandel bislang wohl einzigartige Anbieter präsentiert ein Sortiment edler, frischer Fleischspezialitäten aus aller Welt: eine exklusive Werbegabe, die bisher nur der Spitzengastronomie vorbehalten blieb.

Bei Feinschmeckern in ganz Deutschland ist Gourmetfleisch.de aus Mönchengladbach als Experte für hochwertige Fleischprodukte bekannt. Seit dem Jahr 2008 bietet das Traditionsunternehmen seine frischen, hochwertigen Fleischspezialitäten über das Internet an – mit wachsendem Erfolg. Nun gehen die Gourmetex-

perten einen Schritt weiter – mit ihrem neuen Präsent-Service „Gaumenfreuden“, dessen Erzeugnisse ein im Werbemittelhandel neues Feld bedienen und zugeschnitten sind auf die Wünsche anspruchsvoller Hobbyköche und Liebhaber von Premiumfleisch. „Wir sind überzeugt, dass die Kunden des Werbeartikelhandels zukünftig ih-

ren Geschäftspartnern mit unseren Produkten eine exklusive kulinarische Freude bereiten können, denn sie stellen als perfekte Verbindung von Genuss und gutem Geschmack eine originelle Werbegeschenkidee dar“, so Mariusz Licbarski, der als Ansprechpartner für die persönliche Beratung bei Gourmetfleisch.de fungiert.



Alle Steaks werden bei Gourmetfleisch.de stets frisch und von Hand geschnitten.



Neu im Sortiment ist auch Fisch: Sockeye-Wildlachs.



So sah es in der Metzgerei anno 1950 aus.

Für weitere ausführliche Informationen stand uns Burkhard Schulte im persönlichen Gespräch zur Verfügung. Er folgte seinem Vater Wilhelm Schulte, einem gelernten Metzgermeister, als Geschäftsführer nach. Wilhelm Schulte übernahm 1967 in dritter Generation das Unternehmen. Der Diplom-Betriebswirt Burkhard Schulte brachte ab 1985 neue Ideen, Konzepte und Marketingideen ins Unternehmen mit ein.

Herr Schulte, wie kamen Sie auf den (Steak-)Geschmack?

Guten Geschmack haben wir bereits seit über 100 Jahren und sind sehr stolz auf unsere Familientradition. Im Vordergrund stand und steht bis heute die Steakqualität. Im Laufe der Jahre haben unsere erfahrenen Metzgermeister immer neue Rezepte und Zuschnitte entwickelt und sie von Generation zu Generation weitergegeben. In den 1950er- und 1960er-Jahren wurden noch hauptsächlich Kunden im regio-



Burkhard Schulte steht dem Traditionsunternehmen seit 1985 als Geschäftsführer vor.

nen Bereich um Mönchengladbach mit unseren Steaks beliefert, ab den 1980er-Jahren gehörten Spitzenrestaurants im ganzen Bundesgebiet zu unseren zufriedenen Kunden. Durch einen Besuch in Amerika kam uns die Idee, eine besondere Steakqualität auch für zu Hause anzubieten. Mit einem Online-Shop konnten wir unsere Idee in die Tat umsetzen – die Geburtsstunde von www.gourmetfleisch.de. Noch heute arbeiten wir nach einem ganz einfachen Prinzip: Qualität ist der beste Koch! Alle Steaks werden bei uns stets frisch und von Hand geschnitten. Die individuellen Wünsche unserer Kunden kön-

nen so problemlos berücksichtigt werden und jedes Steaks ganz nach ihren Vorgaben zugeschnitten werden.

Und wie kam der Link zur Steakmanufaktur zustande?

In der Spitzengastronomie werden nur die besten Rohstoffe verarbeitet. Eine außergewöhnliche Fleischqualität gehört dazu und war der Spitzengastronomie lange Zeit vorbehalten. Mit dem Online-Shop www.gourmetfleisch.de bieten wir dieses Gourmetfleisch nun auch unseren Privatkunden, zu denen nun auch die Kunden aus dem Werbemittelhandel zählen, an. Die Verfügbarkeit der Domain war in diesem Zusammenhang ein echter Glücksfall. Nach der unglaublichen Idee im Frühjahr 2008, saftige Steaks über das Internet zu verkaufen, ist Gourmetfleisch.de heute breit vernetzt und der Steakkauf für jeden Hobbykoch und Feinschmecker zum Genuss geworden. Heute bestellen bereits über 13000



Spezielle Verpackungen mit aktiver Kühlung garantieren eine durchgängige Kühlkette; die Anlieferung erfolgt innerhalb von 48 Stunden, auf Wunsch auch per Expressversand binnen 24 Stunden.

Privatkunden ihr Gourmetfleisch online über die exklusivste Online-Fleischtheke Deutschlands.

Wie sieht die Philosophie von Gourmetfleisch aus und was ist das Besondere daran?

Wir möchten allen Feinschmeckern und Steakliebhabern in Deutschland eine außergewöhnliche Steakqualität für zu Hause anbieten. Unsere Kunden wünschen eine hohe Fleischqualität, Transparenz und Sicherheit. Eine gute Fleischqualität resultiert aus der richtigen und artgerechten Tierhaltung, einer optimalen Aufzucht und der natürlichen Fütterung der Rinder. Ebenso entscheidend für eine hervorragende Fleischqualität ist die optimale Reifung der Steaks. Mit dem Know-how, gewonnen aus unserer über 100-jährigen Firmengeschichte, können wir unvergesslichen Steakgenuss garantieren. Wir versprechen die be-

ste Steakqualität, dafür stehen wir mit unserer 100-Prozent-Gourmetfleisch-Garantie. Ständige strenge interne und externe Qualitätskontrollen erlauben es uns, diese Genussgarantie zu geben. Alle Gourmetpakete werden bequem und unkompliziert online bestellt und spätestens 48 Stunden nach Bestelleingang frisch und gekühlt an die Haustüre geliefert. Durch das „CoolFreshPack“ kann der Kunde jederzeit sicher sein, dass die Ware ausreichend gekühlt ankommt. Alle Steaks werden frisch und nicht tiefgekühlt versendet. Gourmetfleisch.de bietet somit stressfreien Einkauf ganz ohne „Tütenschleppen“ und ohne Risiko. Mit jeder Lieferung erhalten die Kunden eine 100-Prozent-Gourmetfleisch-Garantie. Für Unternehmen bietet das B2B-Konzept „Gaumenfreuden“ eine wundervolle neue Möglichkeit, die Geschäftspartner, Mitarbeiter oder

Freunde mit einer kulinarischen Geschenkidee zu verwöhnen und damit einen bleibenden Eindruck zu hinterlassen.

Mit welchen Argumenten machen Sie dem Werbemittelhandel Appetit auf Ihre Produkte?

Unsere Kunden aus dem Werbemittelhandel wünschen kreative und originelle Werbemittelideen. Das Gaumenfreuden-Konzept erfüllt diese Kriterien zweifelsfrei und ergänzt es um einen weiteren und wichtigen Aspekt: den Genussfaktor. Unsere professionelle Zubereitungsempfehlung rundet zusätzlich das besondere Home-Cooking-Erlebnis ab. Unsere Partner punkten dadurch mit Originalität, hoher Aufmerksamkeit, Einzigartigkeit und einer kreativen Umsetzung. Ein Präsent, an das sich die Beschenkten noch lange erinnern werden.

Gäbe es denn noch weitere (gaumenfreudige) Ideen nach Ihrem Gusto?

In den vergangenen Jahren wurden bereits viele interessante und kulinarische Projekte verwirklicht, mit überragenden Resultaten. Mit Gourmetfleisch haben wir eine echte kulinarische Marke entwickelt. Das Gaumenfreuden-Konzept bietet in diesem Zusammenhang viele Ansätze für gaumenfreudige Kooperationen und Ideen. Neben den kulinarischen Geschenkpaketen für Geschäftspartner zur Grillsaison oder insbesondere zu Weihnachten können das auch Gewinnspiele sein: Premium-Steaks als optimale Ergänzung zum eigenen Sortiment, zum Beispiel für Hersteller von hochwertigem Servierbesteck, Premium-Grillhersteller oder auch für Bierbrauereien und Weinversender. Es besteht eine Vielzahl von Möglichkeiten, für die wir stets offen sind. <

KONTAKT

Gourmetfleisch.de
c/o Schulte+ Sohn Fleischw. GmbH & Co. KG
Ansprechpartner: Mariusz Licbarski
Marie-Bernays-Ring 40
D-41199 Mönchengladbach
Tel. +49 2166 968628
mariusz.licbarski@gourmetfleisch.de
www.gourmetfleisch.de



Reed Exhibitions

Messen | Trade Fairs 2013

PSI 09. - 11.01.2013 Düsseldorf

Die internationale Leitmesse der Werbeartikelbranche
The Leading International Trade Show of the Promotional Product Industry
www.psi-messe.com

EQUITANA 16. - 24.03.2013 Essen

Weltmesse des Pferdesports
Equestrian Sports World Fair
www.equitana.com

FIBO 11. - 14.04.2013 Köln

Internationale Leitmesse für Fitness, Wellness & Gesundheit
The Leading International Trade Show for Fitness, Wellness & Health
www.fibo.de

FIBO POWER 11. - 14.04.2013 Köln

Europas größter Treffpunkt der Bodybuilding- und Kraftsport-Szene
Europe's biggest meeting point for Bodybuilding and Weight Training Community
www.fibo-power.de

ALUMINIUM MIDDLE EAST 23. - 25.04.2013 Dubai

The Leading Exhibition for Aluminium Products, Technologies & Investments in the Middle East
www.aluminium-middleeast.com

SHOWTECH 18. - 20.06.2013 Berlin

16. Internationale Fachmesse und Kongress für Theater, Film und Event
16th International Trade Show and Conference for Theatre, Film and Event
www.showtech.de

ALUMINIUM CHINA 02. - 04.07.2013 Shanghai

Asia's leading Trade Fair & Conference
www.aluminiumchina.com

COMPOSITES CHINA 02. - 04.07.2013 Shanghai

Chinese Trade Fair and Forum for Advanced Composites and Technologies
www.composites-china.cn

ALUMINIUM INDIA 12. - 14.09.2013 Mumbai

4th International tradeshow
www.aluminium-india.com

COMPOSITES EUROPE 17. - 19.09.2013 Stuttgart

8. Europäische Fachmesse & Forum für Verbundwerkstoffe, Technologie und Anwendungen
8th European Trade Fair & Forum for Composites, Technology and Applications
www.composites-europe.com

viscom düsseldorf 2013 07. - 09.11.2013 Düsseldorf

Internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation, Technik und Design
International trade fair for visual communication, technology and design
www.viscom-messe.com

MODERNER STAAT 03. - 04.12.2013 Berlin

17. Fachmesse und Kongress
www.moderner-staat.com



Das Team von Paul Stricker am Hauptgeschäftssitz des Unternehmens in Murte, Portugal.

PAUL STRICKER

VON DER VERGANGENHEIT IN DIE ZUKUNFT

Angefangen hat alles mit der Reparatur von Füllfederhaltern. Heute entwirft und vertreibt das portugiesische Unternehmen Paul Stricker Werbeartikel für mehr als 3 000 Kunden und kann auf eine erfolgreiche Entwicklung zurückblicken.

Die Geschichte des Unternehmens beginnt 1944, als Paul Stricker die gleichnamige Firma in Portugal gründet. Zunächst war man auf die Reparatur von Füllfederhaltern und den Vertrieb von Schreibwaren spezialisiert. In einer Zeit der sozialen und kulturellen Entwicklung der portugiesischen Gesellschaft und der Revolution von 1974 wird Stricker durch die

Erweiterung des Geschäftsbereichs um Werbeartikel zum Marktführer in Portugal. In den 1980er-Jahren übernimmt Ricardo Stricker, der Sohn des Unternehmensgründers, die Leitung des Unternehmens. Heute liegt die Leitung der wichtigsten Bereiche des Unternehmens in den Händen der dritten Generation der Familie. 2003 wird der Hauptgeschäftssitz des

Unternehmens nach Murte verlegt. Eine gute Verkehrsanbindung ermöglicht den täglichen Versand und eine Erhöhung der Lagerkapazitäten. Dadurch kann das Unternehmen Paul Stricker endgültig seine Stellung festigen. 2009 wird eine Geschäftsstelle in Shanghai eröffnet, um die Kommunikation mit den Lieferanten zu stärken und die direkten Qualitätskontrol-

len bei den Produktionseinheiten zu erhöhen. Im Zuge des boomenden Geschäftsjahres 2010 werden weitere Geschäftsstellen in Barcelona und im niederländischen Alkmaar eröffnet.

STRATEGIE DER INTERNATIONALISIERUNG

Aufgrund dieser Internationalisierungsstrategie macht das Exportgeschäft mittlerweile 50 Prozent des Gesamtumsatzes aus (zum Vergleich: 5 Prozent im Jahre 2009). Bei allen Kunden handelt es sich ausschließlich um Wiederverkäufer, da Stricker nach der Richtlinie verfährt, nie an Endabnehmer zu liefern. Auch der Markt, auf den sich das Unternehmen konzentriert, ist gewachsen. Geschäftspartner kommen aus ganz Europa und nun knüpft Stricker auch erste Kontakte in Afrika und Südamerika. Stricker rechnet 2012 mit einer Umsatzsteigerung um 30 Prozent auf 10 Millionen Euro. „Die seit 2009 vorangetriebene Internationalisierung hat dem Unternehmen rekordverdächtige Wachstumsraten beschert – und dies in einer Zeit des Konjunktur einbruchs“, so CEO Ricardo Stricker.

BALANCE ZWISCHEN JUNG UND ERFAHREN

Fragt man Paulo Stricker, den Leiter Geschäftsentwicklung, nach dem entscheidenden Erfolgsfaktor, lautet seine Antwort kurz: „Das Team.“ Für das Unternehmen ist es wichtig, sich weiterzuentwickeln und mit den Marktentwicklungen mitzuhalten. In den vergangenen drei Jahren hat Stricker deshalb viel in Personal investiert. Zurzeit arbeiten über 70 Mitarbeiter in verschiedenen Ländern. In allen Bereichen stellt Stricker seine Teams so zusammen, dass das Verhältnis von Mitarbeitern mit Markterfahrung und neuen Mitarbeitern mit Ambitionen und Teamgeist ausgeglichen ist. Stricker hat das Team durch frühere Mitarbeiter europäischer Großhändler verstärkt und so deren wertvolles Know-how in das Unternehmen geholt.

LANGFRISTIGE BEZIEHUNGEN

Für Stricker ist jeder Kunde „einzigartig“. Durch seine Geschäftspolitik konnte das Unternehmen bereits verschiedene Part-

nerschaften auf dem ganzen Kontinent aufbauen. Laut Ricardo Stricker ist „das Wachstum des Unternehmens auf die Unterstützung aller Teammitglieder zurückzuführen, die dem Ziel dient, Stricker zu einem Marktführer der Branche zu machen.“ Heute arbeitet Stricker mit über 3000 Kunden zusammen, auf deren Bedürfnisse man effizient und angemessen zu reagieren versucht. „Das Geheimnis des Erfolgs sind drei entscheidende Faktoren: eine klar definierte Strategie, die schnelle und effiziente Umsetzung der Strategie sowie die Ausführung der täglichen Arbeit nach höch-

ten professionellen Standards“, so COO Lúcia Jorge.

NÄHE ZUM KUNDEN

Ein 10 000 Quadratmeter großes Lager, ein professionelles Callcenter, Online-Plattformen und die Ausstellung auf internationalen Messen sind nur einige Beispiele für Investitionen, mit denen das Unternehmen besser auf die Entwicklungen des Markts reagieren möchte. Im Callcenter steht das Vertriebsteam von 8 bis 18 Uhr (WEZ) zur Verfügung. Die Online-Plattform hat sich als sehr wichtig für die Geschäftsstrategie erwiesen. Kunden haben in fünf verschiedenen



Einige der Kataloge von Paul Stricker.



Verkaufsraum am Hauptgeschäftssitz.



Das Leitungsteam von Stricker: (v. l.) Catarina Stricker, Ricardo Stricker, Lúgia Jorge, Paulo Stricker.



Paul Stricker, der Gründer des Unternehmens.



Hauptgeschäftssitz des Unternehmens in Murtede.

Sprachen auf ihrer privaten Seite Zugang zu allen Informationen über Kataloge, Produkte und Abrechnung und können so auch Aufträge erteilen und verfolgen. Seit 2007 ist Stricker auf bekannten internationalen Branchennissen präsent. Zunächst stellte Stricker auf der Expo Reclam in Madrid aus und hat seitdem sein Angebot um Messen wie die PSI in Düsseldorf, CTCO in Lyon und Premium Sourcing in Paris erweitert. 2013 wird Stricker auf mindestens acht internationalen Messen ausstellen.

FOKUS KUNDENSERVICE

Gabriel Moese, Geschäftsführer der spanischen Stricker-Einheit und Präsident des spanisch-portugiesischen Branchenverbands FYVAR: „Die Unternehmensgruppe Paul Stricker vereinigt in ihrer ‚DNA‘

die Dynamik eines europaweit tätigen Unternehmens.“ Hierbei bemüht sich Stricker verstärkt, einen schnellen und effizienten Service von hoher Qualität anbieten zu können. Mit mehr als 2200 Artikeln auf Lager bietet das Unternehmen auch verschiedene Arten des Brandings. Die hohe Qualität der Druckleistungen von Stricker hat sich bereits in ganz Europa herumgesprochen. Das Angebot umfasst dabei Techniken wie Laser-, Tampon-, Sieb-, Transfer-, Textil- und Sublimationsdruck sowie Stickerarbeiten. Um eine hohe Kundenzufriedenheit gewährleisten zu können, liefert Stricker in viele Länder (wie z. B. nach Frankreich, Deutschland, in die Niederlande, nach Italien und Belgien) innerhalb von 48 bis 72 Stunden und in die

restlichen Länder Europas innerhalb von 4 bis 5 Tagen. Außerdem bietet das Unternehmen eine individuelle Verpackung von Aufträgen und gewährleistet kunden-spezifische und kundenoptimierte Formate sowie reduzierte Transportkosten.

VON BESTSELLERN ZU EXKLUSIVEN PRODUKTEN

Neben dem auf der PSI Messe im Januar vorgestellten Jahreskatalog versucht man in den verschiedenen Zusatzbeilagen, die Stricker während des Jahres auf den Markt bringt, sowohl die traditionellen Bestseller als auch eigene exklusive Designs in das Produktsortiment aufzunehmen. Produktmanagerin Catarina Stricker: „Das Unternehmen hat zurzeit ein internes Team, das sich ausschließlich der Entwicklung von innovativen und unterschiedlichen Produkten widmet.“ Für 2013 hat das Unternehmen eine umfassende Änderung des Jahreskatalogs geplant mit einem noch größeren Produktsortiment.

AMBITIONIERT IN DIE ZUKUNFT

Auf der Grundlage aktueller Ergebnisse rechnet Stricker bereits für die unmittelbare und langfristige Zukunft mit kontinuierlichem Wachstums, das aber, wie Paulo Stricker betont „stets auf der Basis von Nachhaltigkeit und finanzieller Sicherheit beruht.“ Ende des Jahres wird eine neue Geschäftsstelle in São Paulo eröffnet und im Januar 2013 werden Einheiten in Paris und Warschau eingegliedert. Für das nächste Jahr ist die Einführung eines neuen Unternehmensimages und die Erweiterung des Warenbestands in Vorbereitung. Damit präsentiert sich Stricker offiziell auf der PSI Messe in Düsseldorf an einem 120 Quadratmeter großen Stand (11F02/11H01) mit 20 Mitarbeitern. Mittelfristig plant man Stricker eine Erweiterung seiner Einrichtungen, die Festigung auf dem europäischen Markt, die Erhöhung von kundenspezifischen Dienstleistungen und eine Verkürzung von Lieferfristen. Paul Stricker mischt so die notwendigen Zutaten für das Erfolgsrezept eines Projekts, das vor fast sieben Jahren seinen Anfang nahm.

www.stricker-europe.com



New
customers
are waiting
for you

www.promotiontradeexhibition.it

International exhibition of promotional products,
advertising specialities and business gifts

contact us commerciale@ops.it - +39 0239206.222



**promotiontrade
exhibition**



MILAN 16 | 17 | 18 JANUARY 2013

Fieramilanocity - Pavilion 3

13th edition



FISCHERTECHNIK GMBH

NACHHALTIGER SPIELSPASS

Seit Juni 2011 ist das renommierte Markenunternehmen fischertechnik Mitglied im PSI Netzwerk. Mit dem Namen verbinden viele, vor allem männliche Menschen angenehme Erinnerungen an eine spielerische Jugend. Wir stellen die Unternehmensgruppe an dieser Stelle ausführlicher vor.

Die fischertechnik GmbH ist ein Geschäftsbereich der Unternehmensgruppe fischer. Der Name fischer steht nicht nur für Konstruktionsspielzeug und kreative Spielideen. Das weltweit agierende Unternehmen besteht aus vier Geschäftsbereichen: Befestigungssysteme, automotive systems, fischertechnik und Prozessberatung. Vom schwäbischen Werkstattbetrieb zum international agierenden Konzern – auf diesen Nenner lässt sich die Entwicklung der Unternehmensgruppe fischer seit ihrer Gründung im Jahre 1948 bringen. Unter der Führung von

Prof. E. h. Senator E. h. mult. Dipl.-Ing. (FH) Klaus Fischer entstand in den vergangenen 32 Jahren ein weltweites Vertriebs- und Produktionsnetz. Gleichwohl ist sich das Familienunternehmen seiner Wurzeln bewusst: Die Unternehmenszentrale liegt unverändert in Waldachtal-Tumlingen, rund 60 Kilometer südwestlich von Stuttgart.

PATENTIERTE KREATIVITÄT

Die Unternehmensgruppe fischer umfasst 43 Landesgesellschaften mit Produktionsstandorten in Argentinien, Brasilien, China, Deutschland, Italien, Tschechien und

den USA. 2011 erwirtschafteten weltweit 3900 Mitarbeiter einen Umsatz von 606 Millionen Euro. Die Produkte werden in 100 Ländern vertrieben. Die weltweit 2043 Schutzrechte sind Ausdruck der Innovationsführerschaft der Unternehmensgruppe fischer in den Geschäftsbereichen. Jährlich werden 13,2 Patente pro 1000 Mitarbeitern angemeldet. Der Durchschnitt liegt in Deutschland im Industriebereich bei 0,54. Bezogen auf die Zahl der Mitarbeiter, meldet fischer mehr Patente an als jeder der zehn aktivsten Anmelder in Deutschland.



Das Familienunternehmen fischertechnik setzt auf den Standort Deutschland und auf nachhaltige Produktion. Hier der Hauptsitz der Unternehmensgruppe im schwäbischen Waldachtal-Tumlingen.



Dirk Haizmann, Leiter Vertrieb Deutschland, ist der Ansprechpartner für weitere Informationen und individuelle Anfragen.



Besonders geeignet als Werbeartikel sind die Einsteiger-Baukästen Junior Little Starter, Basic Carts, Bikes, Fun Cars und Aircraft.

PERMANENTE VERBESSERUNG

Um auch in Zukunft die internationale Wettbewerbsfähigkeit sowie die Standorte der Unternehmensgruppe fischer zu sichern, strebt das Unternehmen mit dem fischer-ProzessSystem (fPS) nach permanenter Verbesserung. Klaus Fischer: „Unser Ziel ist ein flexibles und schlankes, möglichst verschwendungsfreies und vom Kunden gezogenes Unternehmen. Das heißt nichts anderes, als nur das zu produzieren, was bestellt wurde.“

MADE IN GERMANY

„Fischertechnik und fischer TiP sind Premiummarken. Diesem Anspruch und dieser Verantwortung werden wir unseren

Kunden und Mitarbeitern gegenüber auch bei der Produktion und Konfektionierung gerecht“, so Marcus Keller, Geschäftsführer der fischertechnik GmbH. „Die Entscheidung für ‚made in Germany‘ folgt der Überzeugung, dass wir nirgendwo qualitativ hochwertiger und effizienter produzieren können als bei uns im Waldachtal. Die Kunden wissen es sehr zu schätzen, dass das Spielzeug nicht an einem für sie unbekannten Ort hergestellt wird“, betont Marcus Keller.

ÖKOLOGISCH VERANTWORTLICH

Fischertechnik fertigt die Bauelemente überwiegend aus thermoplastischen Kunststoffen (ABS, PA, POM und TPE). Die Kunst-

stoffe und die beigemengten Farbpigmente entsprechen den gesetzlichen Anforderungen und europäischen Normen für Spielwaren. Die fischertechnik-Bauelemente werden zudem von unabhängigen Prüfinstituten regelmäßig überprüft. Das Kreativmaterial fischer TiP besteht lediglich aus Kartoffelstärke von Kartoffeln, die auf heimischen Äckern wachsen, und bunten Lebensmittelfarben. Die von Öko-Test mit „sehr gut“ bewerteten bunten fischer TiPs werden in Deutschland hergestellt und im Waldachtal in die verschiedenen Verpackungsgrößen gefüllt. Auch bei den Inhaltsstoffen für die fischertechnik-Bausteine verpflichtet sich fischertechnik höchsten Qua-

litäts- und Sicherheitskriterien. Fischertechnik und fischer TiP verfolgen die Nachhaltigkeit über die Produktion hinaus. Eltern und Pädagogen loben besonders den hohen Spielwert der Produkte.

HOCH QUALITATIV – FLEXIBEL – EXKLUSIV

Neben der Produktsicherheit sind für die Verantwortlichen weitere Kriterien für den Standort Deutschland entscheidend. Die hohe Qualität und die große Flexibilität der Fertigung bei fischer und den wenigen ausgesuchten Partnern garantieren dem Handel die schnelle und mängelfreie Verfügbarkeit des Produkts. Das fischer-Prozess-System (FPS) zielt darauf ab, alle Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette schlank und effizient zu gestalten. Der Produktionsstandort in Deutschland und die flexible Produktion ermöglichen es, dass auch kurzfristig eingegangene Bestellungen zeitnah ausgeliefert werden. Hartmut Knecht, Leiter Produktion und Entwicklung fischertechnik, erklärt: „Wir sind einer der ganz wenigen Hersteller, die einen Tag vor Heiligabend noch liefern können. Aber nicht, weil wir hohe Lagerbestände haben, sondern weil wir innerhalb von wenigen Minuten unsere Fertigung den Marktanforderungen anpassen können.“ Das flexible Produktionssystem ermöglicht es zudem, für fischertechnik und

fischer TiP auch exklusive Editionen oder individuelle Verpackungen in vergleichsweise geringen Stückzahlen zu produzieren.

ZAHLEICHE AUSZEICHNUNGEN

Fischertechnik und fischer TiP sprechen vor allem die Zielgruppe an, die sich bewusst für ein hochwertiges Werbegeschenk entscheidet. Zunehmend mehr Kunden achten vor allem bei Spielwaren darauf, dass die Produkte den Aspekten der Nachhaltigkeit entsprechen. „Fischertechnik und fischer TiP machen einfach Spaß – und damit lernen Kinder beim Spielen“, sagt Marcus Keller. Zahlreiche Auszeichnungen und Nominierungen wie jüngst mit den Spielzeugpreisen „Das Goldene Schaukelpferd“ und „TOP 10“ unterstreichen dies. Basis des Erfolgs bei fischertechnik ist der seit mehr als 40 Jahren unveränderte Grundbaustein, der an allen sechs Seiten angebaut werden kann und heute natürlich viel mehr Möglichkeiten schafft, die Welt der Technik mit den eigenen Händen und Ideen zu entdecken. Derzeit bietet fischertechnik mehr als 40 verschiedene Baukästen an.

EINSTIEG IN DIE FISCHERTECHNIK-WELT

Der Einstieg in die fischertechnik-Welt beginnt mit der Junior-Linie für Kinder ab 5 Jahren. Für Kinder ab 7 Jahren werden die Baukästen der Basic-Linie und der Advanced-Linie empfohlen. Spielend lernen ist

bei den Baukästen der Profi- und der Computing-Linie (beide ab 8 Jahren) angesagt. Neben der umfangreichen Bauanleitung führt ein didaktisches Begleitheft in die Themen ein. Spielerisch können Kinder mit der grafischen Software Robo Pro ohne Programmierkenntnisse selbst Programme erstellen und die fischertechnik-Modelle mit dem Computer steuern. Zudem hat die fischertechnik GmbH das Kreativmaterial fischer TiP im Sortiment. Basteln, kleben, bauen und malen – all das steckt in diesem nur aus Kartoffelstärke und Lebensmittelfarben hergestellten kreativen Spiel Spaß. Nur mit Wasser befeuchtet und zusammengedrückt, entstehen daraus bunte Figuren, Blumen, Ketten, ganze Landschaften oder Szenen. Die fischerTiP-Boxen S, M, XM, L und Premium XL sowie die Princess und Pirate Box werden in einem neuen Verpackungsdesign angeboten. <

KONTAKT

Dirk Haizmann
Leiter Vertrieb Deutschland
Tel.: +49 7443 12-4395
E-Mail: dirk.haizmann@fischer.de
www.fischertip.de
www.fischertechnik.de



Fiera PSI 2013

Da nuova definizione della varietà!

9 all'11 gennaio 2013, Düsseldorf

La vostra n.1 è a Düsseldorf!

Visitate dal 09 all'11/01/2013 la principale fiera internazionale del settore e sfruttate il più grande network dell'industria degli articoli pubblicitari.

Solo qui:

- trovate la **più grande esposizione internazionale** di prodotti del settore con 1.000 produttori e importatori di articoli pubblicitari provenienti da oltre 30 paesi!
- trovate nel HALLE13 una presentazione, unica nel suo genere, di **150 imprese innovative** e di prodotti di nuovissima creazione ideati da circa **40 inventori internazionali**!
- incontrate associazioni internazionali del settore su una superficie di circa 1.000 m² nella nuova **International Associations Area** nel padiglione 11!
- otterrete nel nostro parco macchine di 800 m² interessanti informazioni sull'argomento sublimazione e imballi. Specialisti tra loro – nell'ampliato **Technology Forum** nel padiglione 12!

ASSICURATI ORA IL BIGLIETTO D'INGRESSO AL PREZZO SPECIALE PER CHI PRENOTA ON LINE 67 € [COMPRESO IL CATALOGO] AL LINK:

www.psi-messe.com/tickets

Prenota ora il tuo biglietto d'ingresso per la fiera internazionale leader nel settore dell'articolo promozionale al link www.psi-messe.com/tickets – risparmi 10 € e salti la coda in fiera!

Scopri come!



Venite a trovarci su:



TORSTEN MÜNICH

LEIDENSCHAFT ALS TRIEBFEDER

Bei ihm gibt es nichts von der Stange. Denn Sonderanfertigungen sind nicht nur das Geschäft, sondern auch die Leidenschaft von Torsten Münich. Mit seinem 2001 gegründeten Unternehmen Global Innovations aus Trier entwickelt und produziert er mit einem international tätigen Team individuelle Werbeartikel mit höchstem Qualitätsanspruch. Dass er damit schon als Student begonnen hat, wissen nur wenige. Eines ist sicher: Das Unternehmertum scheint ihm in die Wiege gelegt und ist zur Berufung geworden.



Wir besuchen Torsten Münich in seiner Firma in Longuich an der Mosel. Wir treffen einen lebhaften, selbstsicheren und charmanten jungen Mann, der trotz seines frühen Erfolgs natürlich und unkompliziert wirkt. Im Laufe unseres Gesprächs bestätigt sich dieser Eindruck. Voller Ideen und Tatkraft packt er seine Vorhaben an und zieht sie durch. Das war schon während des Studiums so, einer Zeit, in der viele junge Menschen noch nicht recht erwachsen sind und endlos Zeit verbummeln. Hört man die Geschichte des erst 36-Jährigen, denkt man unwillkürlich: Um all dies zu leisten, brauchen viele die doppelte Zeit. Lesen Sie also sein Portrait, das eindeutig widerlegt, dass erst ab einem gewissen Alter – wir bleiben da absichtlich unkonkret – spannende Lebensgeschichten zu erwarten sind.

AKTIV VON JUGEND AN

Aktiv war Torsten Münich schon immer. Schon von Jugend an leistete er mehr als das Geforderte und machte immer mindestens zwei Dinge gleichzeitig. Während der Schulzeit jobbte er in einer Bäckerei und war zudem maßgeblich am Aufbau der karitativen Jugendorganisation „Schüler Helfen Leben“ beteiligt. Daneben war er sehr aktiv bei der Wasserwacht und brachte es dort bis zum Rheinland-Pfalz-Meister DRK im Schwimmen. Nach dem Abitur folgte eine Ausbildung zum Industriekaufmann bei RWE, wo er sich als Jugendbetriebsrat engagierte. Nach der Ausbildung hätte ihn RWE übernommen, aber er entschloss sich doch zum Studium der Wirtschaftswissenschaften in Bochum. Dort blieb ihm noch Zeit, um parallel zum Studium in der Marketingabteilung von RWE zu arbeiten. Dort hatte er ein eigenes Projekt, das er verantwortlich betreute. Daneben zog er das Grundstudium in drei Semestern durch, um anschließend für sieben Monate nach Australien zu reisen. Ziel war es, nach drei Monaten Rundreise dort auch zu arbeiten, um möglichst viel Erfahrung im Vertrieb und Marketing zu sammeln. Auch hier wieder volles Programm. Teilweise gleichzeitig nahm er verschiedene Jobs an: Er erstellte ein Marketingkonzept für einen In-

ternet-Restaurantführer und baute ein Direktvertriebsteam dafür auf, zudem sammelte er Spenden für eine Hilfsorganisation. Daneben verkaufte er im Auftrag eines Importeurs Geschenkartikel an den Großhandel – mit Rekordumsatz. Hier kam er zum ersten Mal mit Produkten in Berührung, die das Zeug zum Werbeartikel haben, und entdeckte seine Leidenschaft dafür.

EINE FIRMA IN DER UNI

Eine unglaubliche Entwicklung nahm ihren Anfang: „Mein australischer Auftraggeber Global Innovations Australia war mit meiner Verkaufsleistung so zufrieden, dass mir dessen Chef anbot, einen Vertrieb in Deutschland aufzubauen. Als Startkapital bekam ich drei Produkte im Wert von 30000 Dollar: Weltzeitrechner, Einwegkameras und Personenschutzalarme. Ich nahm die Herausforderung an und gründete 2001 mit Global Innovations Germany eine eigene Firma“, erzählt Torsten Münich. Inzwischen wieder in Deutschland, begann er mit dem Vertrieb und war nun gleichzeitig Unternehmer und Student. Zunächst arbeitete er auch noch am Restaurantführerprojekt, dann konzentrierte er sich jedoch voll auf Global Innovations. Das klingt abenteuerlich und vor allem anstrengend, denn nun kam zum Studium und dem Job bei RWE noch die eigene Firma dazu. Wie hat das alles nebeneinander funktioniert? „Ich habe mit dem Handy von der Uni, meinem Studentenzimmer oder von meinem Büro bei RWE die Firma geführt. Deswegen saß ich in Seminaren immer in der Nähe der Tür, um schnell mal rausgehen zu können, wenn ein Anruf kam. Zum Glück gab es den Computerraum, von dort hatte ich Zugang zu Mail und Internet. Keiner meiner Kunden wusste, dass ich alles von der Uni aus managte.“ Trotzdem zog er sein Studium in kürzester Zeit durch. Inzwischen hatte er bereits mehrere Großaufträge realisiert, sodass er 2003 die Australier auszahlen konnte und nun komplett auf eigenen Füßen stand. In seiner Diplomarbeit beschäftigte er sich mit dem Aufbau eines Großhandelsunternehmens. Die Ergebnisse der dafür erarbeiteten Marktstudien flossen ins Firmenkonzept ein. Sie wa-

ren auch Bestandteil einer der ersten Marktstudien der Werbeartikelbranche, die unter der Leitung seines Marketingprofessors Peter Hammann erstellt wurde. Mancher Leser erinnert sich sicherlich daran, denn die Studie konnte man damals über PSI erwerben.

MUT ZUR SELBSTSTÄNDIGKEIT

Nach dem Abschluss des Studiums wollte ihn RWE übernehmen, doch er entschied sich für die Selbstständigkeit. Nun startete er mit Power durch. Das erste Büro war noch in der eigenen Wohnung. Bald schon konnte eine Teilzeitkraft eingestellt werden, dann eine Vollzeitkraft aus der Werbebranche, die Fachwissen und Erfahrung einbrachte. Zu Anfang wurden noch Werbe- und Geschenkartikel als Lagerware verkauft, zunehmend aber auch Sonderanfertigungen umgesetzt. Kein einfaches Unterfangen für einen Newcomer, sollte man meinen. Torsten Münich dazu: „Ich hatte die Kontakte der Produzenten in Asien von meinem australischen Partner bekommen und konnte damit auf vertrauenswürdige Firmen zurückgreifen. Damit hatte ich die Basis, um mich immer mehr auf Sonderanfertigungen zu spezialisieren.“ Die junge Firma arbeitete lösungs- und serviceorientiert und war schnell – und das sprach sich rasch in der Branche herum. Der gute Name sorgte dafür, dass der Kundenstamm weiter wuchs.

PATENTE ÖFFNEN TÜREN

2006 wurde die GmbH & Co. KG gegründet und Münich wagte den Umzug in eigene Büroräume in Trier. Nun konnte weiteres Personal sowie Auszubildende eingestellt werden. Damit waren die Voraussetzungen geschaffen, um das Geschäft mit Sonderproduktionen voranzutreiben. Die Kooperation mit einem Patentvermarkter eröffnete 2007 den Zugang zu einer großen Zahl origineller Artikelideen, die in Fernost bis zur Produktionsreife weiterentwickelt und dann produziert wurden. Später beteiligte sich Global Innovations an dem Patentunternehmen und hat nun Zugriff auf rund 90 Patente. Mit diesem riesigen Portfolio an innovativen Artikeln haben interessierte Händler eine unschlag-

bare Auswahl, die sie ihren Kunden vorstellen können. Oftmals sind die lizenzierten Produkte Türöffner, die als Basis und Inspiration für individuelle Sonderproduktionen nach Kundenwunsch dienen.

SICHERHEIT UND TRANSPARENZ

Dass entlang der gesamten Lieferkette sämtliche Anforderungen an Konformität und Sicherheit erfüllt werden, ist für Torsten Münich selbstverständlich. Eigenes Personal kontrolliert vor Ort die Materialien, Produktionsstätten und -prozesse und sorgt für interne und externe Qualitätstests. Alle Testberichte werden dem Kunden ausgehändigt, auch zusätzliche Zertifizierungen renommierter Qualitätssicherungsunternehmen können auf Wunsch in Auftrag gegeben werden. Gerade in puncto Qualitätssicherung ist Torsten Münich mehr als genau, denn er will kein Risiko eingehen und ruhig schlafen können: „Ich lege größten Wert darauf, dass jedes Produkt perfekt ist, und dazu gehört zwingend, dass an alles gedacht wird, was im Zusammenhang mit Qualität und Produktsicherheit steht. Dazu gehören besonders die regelmäßigen Inspektionen durch hauptamtliche Fachleute. Damit wir immer auf dem neusten Stand sind, macht auch das hiesige Team regelmäßig Schulungen bei der IHK oder Gewerbeaufsicht.“ Der Kunde kann sich jederzeit von dem hohen Standard der Produktion überzeugen, er kann mit in die Fabrik kommen und sich alles ansehen. „Transparenz und Ehrlichkeit sind mir ganz wichtig, denn so entsteht Vertrauen“, erklärt Münich. Ein über viele Jahre gewachsenes Vertrauensverhältnis verbindet den Unternehmer auch mit seinen Produzenten in China. In den Anfangsjahren war er jedes Jahr mehrere Wochen vor Ort, oftmals in Begleitung eines Ingenieurs, der die Produktion überwachte und optimierte. „Wir sind wie eine große Familie, die gegenseitig auch an den privaten Ereignissen wie Hochzeiten und Geburten Anteil nimmt.“

KOOPERATIONEN MIT UNIS

Ab 2010 hat Torsten Münich Kooperationen mit mehreren Universitäten aufgebaut, die zu neuen und unverwechselbaren Produkten führen sollen. Im Jahre 2012

TORSTEN MÜNICH IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Tolles Wetter! Heute Abend mache ich eine Radtour mit meinem neuen Mountainbike.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn ein Händler seinen Kunden von einem unserer Exklusivprodukte überzeugen konnte.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Wenn Kunden uns für unsere Kreativität loben. Aber natürlich auch ein schöner Fußballabend mit Freunden.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Unpünktlichkeit und Unehrllichkeit.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Im Urlaub mal ein paar Tage (oder Stunden) nicht an die Firma zu denken.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

Bei der Arbeit an Innovationen.

Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?

Australien! Sydney und Ayers Rock, dann Tauchen und in den Regenwald.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für Reisen, gutes Essen und alles, was Spaß macht.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Ja, klar. Bei guten Produktvorführungen auf Messen muss mich meine Frau manchmal zurückhalten, damit ich nicht gleich zuschlage ...

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn er täglich zum Einsatz kommt, weil er begeistert – wie unser singender und leuchtender Zahnputzbecher für Kinder.

Der beste, den Sie je bekommen haben?

Ein sehr hochwertiger Einkaufswagenchip. Ich habe ihn später auf unser Unternehmen abgestimmt und verschenke ihn schon seit sechs Jahren an Kunden.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Wenn versucht wird, Plagiate unserer Patente auf den Markt zu bringen. Das bedeutet immer Ärger und Umsatzverlust.

wurde sogar ein hauseigenes Innovationsteam ins Leben gerufen. Erste Erfolge zeichnen sich bereits ab: Mit der Uni Trier kooperiert er im Bereich Marketing, mit Prof. Franz Hinrichsmeyer aus Magdeburg im Bereich Design. Die mit Abstand bedeutendste Innovation entstammt jedoch einer Zusammenarbeit mit der Universität Münster. Mit Hilfe eines neuartigen Verfahrens der Nanotechnologie wurde ein sogenannter Gewinnspielprozessor entwickelt. Die Idee dahinter ist, dass ein aus verschiedenen hauchdünnen Schichten bestehendes Feld nach einem zuvor definierten Zeitraum die Gewinn- oder Werbebotschaft sichtbar werden lässt. So werden Gewinnmarken länger aufbewahrt und der Kunde wird dazu animiert, noch einmal wiederkommen, um seinen Gewinn einzulösen. Polytaxys kann in vielen Marketing-Kontexten kreativ eingesetzt werden, um Botschaften zeitlich dosiert zu offenbaren. Es wird gegen Ende dieses Jahres auch für die Werbeartikelwirtschaft verfügbar sein.

EXKLUSIVE VERTRIEBSPARTNERSCHAFTEN DENKBAR

Global Innovations ist also nicht nur Direktimporteur, Produktentwickler und -produzent, sondern auch an innovativen Forschungsvorhaben beteiligt, deren Umsetzung gerade dem Werbeartikelhandel zukunftsweisende Produkte mit weit reichenden Alleinstellungsmerkmalen liefern kann. Für den Ökonom Münich sind alternative Vertriebsmodelle denkbar, die für den Werbeartikelhandel interessant sind: „Ich kann mir vorstellen, Vertriebslizenzen für bestimmte Patente, Märkte oder Regionen zu vergeben, auch im Ausland. Im Rahmen dieser Partnerschaft kann ein Händler die betreffenden Produkte exklusiv vertreiben und dabei auf unser Know-how und unsere Kapazitäten zurückgreifen. Unser Part bleibt die Produktentwicklung bis zur Marktreife und die Produktion. So können sich beide Seiten voll auf ihr Kerngeschäft konzentrieren.“ Mit diesem Ansatz bewegt sich der umsichtige Unternehmer in die Richtung seines Ziels, mit Global Innovations nicht mehr weiterzuwachsen, sondern nur noch besser zu werden. In 2012 wurden vier weitere Vollzeitkräfte eingestellt. Besonders stolz ist Torsten Münich darauf, dass zwei Studenten, die während ihres Studiums als Werkstudenten tätig waren, ebenfalls übernommen werden konnten. „Ich habe schon viel erreicht, und damit bin ich zufrieden. Jetzt stehen die Zeichen auf Konsolidierung und Perfektionierung. Denn ich möchte mir die Begeisterung, die ich für meine Projekte habe, weiterhin erhalten und mich mit dem Kunden über jedes gelungene Produkt freuen. Und das geht ab einer gewissen Größenordnung nicht mehr.“



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.

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
Verena Hilgendorff | Tel.: +49 (0) 211 – 90 19 12 90 | Email: Verena.Hilgendorff@reedexpo.de | www.psi-network.de/award

 **PSI**

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN

KREATIVE USB-STICKS

Dem Wunsch nach leicht von einem Rechner zum anderen zu transportierenden Daten kommen USB-Speicher zunehmend nach. USB-FlashDrive hat sich auf diese Speicher für den Einsatz im Werbemittelsegment spezialisiert und bietet speziell zu Weihnachten eine Reihe ausgefallener Formen und umweltfreundlicher Materialien. Neben diesen Standardformen lassen sich aber auch nahezu alle Wunschformen des Kunden realisieren: Produkte, Logos, Gebäude und sogar Menschen können dargestellt werden. Alle Modelle lassen sich einfach branden und per Druck oder Gravur individualisieren. Jedes Speichermodell ist zudem mit einer Befestigungsmöglichkeit für ein Lanyard oder einen Schlüsselring ausgestattet. Auf Wunsch kann auch eine individuell bedruckte Box geordert werden.

46516 • USB-FlashDrive.com Product Expectations Ltd. • Tel +44 1753 491470
sales@USB-FlashDrive.co.uk • www.USB-FlashDrive.co.uk



ZEITLOS KLASSISCHE SCHÖNHEITEN

Für ein zeitloses, klassisches Design stehen die beiden neuen Top-Modelle Vista und Vitan von uma. Die Kugelschreiber überzeugen durch ihre gradlinige Form, eine trendige Farbvielfalt und schließlich durch ihren Schreibkomfort. Darüber hinaus garantiert das Qualitätsmerkmal made in Germany kurze Lieferwege und beste Materialeigenschaften. Von Pink über Türkis bis hin zu Blau, Gelb und Rot sind beide Modelle mit einem gedeckt glänzenden oder transparent gefrosteten Gehäuse sowie wahlweise mit oder ohne vernickeltem Metallbiegeclip erhältlich. Auch beim Vista und Vitan hat man bei uma für eine besonders große und auffällige Werbefläche gesorgt. Weitere Neuheiten finden sich übrigens im gerade erschienenen Hauptkatalog sowie auf der Internetseite des Unternehmens.

41848 • uma Schreibgeräte Ullmann GmbH • Tel +49 7832 70740
info@uma-pen.com • www.uma-pen.com



IM AUTO DEN KAFFEE IM GRIFF

Weil erfahrungsgemäß auch unterwegs der Kaffeebecher mit Henkel der Version ohne klar vorgezogen wird, hat Kambukka eine neue Reihe von handlichen Contigo-Bechern „to go“ entwickelt. Die Randolph Reise-Becher mit Autoseal-System im Griff bringen den Komfort eines normalen Contigo-Bechers mit einem noch stilvolleren Design. Der patentierte Autoseal-Deckel ist dicht und auslaufsicher, verfügt über ein spezielles Reservoir zum Schlürfen des Heißgetränkes und ist für eine leichte Reinigung ausgelegt. Den Inhalt von 470 Millilitern hält der Becher für vier Stunden heiß oder alternativ für zwölf Stunden kalt. Er passt dabei in die meisten gängigen Auto-Becherhalter.

48425 Kambukka BVBA • Tel +32 11 373001
stijn.lowette@mycontigo.com • www.mycontigo.com

KLEINE LECKEREIEN ZUM FEST

Wo auch immer es in der Vorweihnachtszeit zu Kundenkontakten kommt, ist ein wohlschmeckendes Give-away willkommen. Die Jung Bonbonfabrik hat sich auf diese Anforderungen eingestellt und speziell für die bevorstehende Zeit einige besondere Schmankehl im Programm. Markenprodukte bilden dabei natürlich die erste Wahl: Mini-Lebkuchen und Zimtstern von Bahlsen, gefüllte Herz-Lebkuchen von Weiss oder Dominosteine und Christstollen vermitteln dem Empfänger eine besondere Wertigkeit. Eine „heiße“ Kontaktidee in der kalten Jahreszeit ist auch der Premium-Tee mit einem auffälligen Werbe-Reiter. Sechs leckere Sorten stehen hier zur Verfügung, wobei der weihnachtliche Chai mit orientalischen Gewürzen und Zimt sicher als Geheimtipp gehandelt werden darf.

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



-Anzeigen-

Pocket pack tissues



twin@twinproduction.net | www.twinproduction.net

**BADEMÄNTEL
FROTTEETÜCHER
STICKEREI
SUBLIMATIONSDRUCK**

KapateX

KAPATEX s.r.o.
TEXTILE PROMOTION
Vazska 845, 196 00 Praha 9
TSCHJECHISCHE REPUBLIK
TEL.: +420 283 934 289
TEL.: +49 176 840 35 444
e-mail: info@kapatex.de

WWW.KAPATEX.DE

**PROBIERE
meine
Stärke
AUS**

ECO PARTNERS CORPORATION **PSI PPAI**
SUPPLIER 48758 SUPPLIER 558236

EcoAkua® :

ECOLOGICAL PROMOTIONAL PRODUCT
GREEN TECHNOLOGY / NON TOXIC / BIODEGRADABLE
Innovative green technology patented in Switzerland.



One envelope contains a dose for a plant. Each dose contains powder that changes to gel when water is applied. It absorbs water, nutrients and fertilizers. This Product releases water to the root system of the plants or nature providing a slow but steady supply of moisture.

For plants, flowers and gardens.

Benefits : Plants & Flowers, Hydrated while you go on vacations !
Optimises the use of water
Reduces hydric stress of the nature
Used as reservoir of water

The brand of the company or of your client visible in :

- the envelope containing EcoAkua®
- the mug or in the cup where EcoAkua® is mixed with water
- accessories



kontakt@ecoakua.info www.ecoakua.info
Tel: + 41 41 710 03 84
Tel: 001 (786) 999 86 40 Tel USA : (786) 999 86 40

VORLÄUFIGES AUSSTELLERVERZEICHNIS DER 51. PSI MESSE 2013 VOM 9. – 11. JANUAR 2013 IN DÜSSELDORF

Folgende Start-Up Unternehmen und Innovatoren präsentieren
Ihnen in HALLE13 die neuesten Werbeartikel-Trends:



PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.	PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
48638	3FREUNDE 3f fulfilment AG	13A14		Forum junge innovative Unternehmen	
48714	acris Sportpokal GmbH	13F12		Innovation made in Germany	13F06/13K13
48695	ADVERT ANT. Studio Reklamy	13B01	48675	RedCypress GmbH	13G18
47976	AGB Promotion Productions GmbH	13H07	48298	Silva Trade s.r.o.	13C10
48686	Air Creative GmbH	13A13	48716	specials4fun GmbH & Co. KG	13G14
48693	A&M Kreativfabrik GmbH	13B13	48488	SUNNYTRADE GmbH	13E02
48734	anna wand® Corinna Berghoff	13G13	47194	The Glasshouse BV	13C18
47506	Condom Message ASHA INTERNATIONAL	13B02	48730	Thüringer Baumschmuck SAICO GmbH	13A17
48761	Augenwiese Hamburg Inh. Heiko Ammann	13G11	48697	Triangle GmbH	13F01
47698	BOFA-DOUBLET GmbH	13D05	48334	TrinnoQ Europe Marcus Buijsen	13K01
48423	BRAINSTREAM GmbH	13E05	47935	United Laboratory Group GmbH	13B14
48740	brinell gmbh	13F18	48651	Venter-Glocken GmbH	13A09
48348	Christophorus Verlag GmbH & Co. KG	13F10	48688	Weber & Weber Sp. z.o.o.	13A24
48666	Confiseur Läderach Deutschland GmbH & Co. KG	13A22	48078	Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co. KG	13D08
48136	Creano GmbH	13A02	47353	Werner Dorsch GmbH	13D02
48744	CRISBISS GmbH	13G15	48637	Wolpertingers Warenhaus®	
48449	Der Zuckerbäcker GmbH	13G10		Eine Marke der Gute Gesellschaft mbH	13A10
PSI Partner	Deutsches Patent- und Markenamt	13D12	48382	Wunschhönig e.K. Inh. Robert Schuder	13D13
48259	Dopper Merjin Everaarts	13K04	48742	Yoomig KG	13H13
48489	Dorling Kindersley Verlag GmbH	13C14			
48677	DUO-Care GmbH & Co. KG	13C06			
47301	edv-werbeartikel.de GmbH	13B05			
48318	EKV GmbH	13F08			
48764	Electronic Wall Inh. Dipl.-Kfm. Dr. Josef Stufner	13B21			
48762	Essential Elements AG	13D09			
48521	F&F Verpackingen Foppen Grafische Bedrijven BV	13B06			
47123	Fides Druck und Medien	13C01			
48668	Formula Cycling BVBA	13D14			
47893	GK Handelsplan GmbH	13A11			
48687	Gubo & Sohn GBR	13C02			
48600	Happy Brands GbR Marek Lackorzynski & Martin Wedekind	13K13			
48616	Happy Bubble BV	13A06			
PSI Partner	Hauptzollamt Düsseldorf Presse- und Öffentlichkeitsarbeit	13D12			
46706	Herbalind GmbH	13B10			
48699	HERGO Creation GmbH	13C08			
48362	HERSOL Willy Herbertz e.K..	13G07			
PSI Partner	iENA Messe AFAG Messe und Ausstellungen GmbH	13F02			
48038	In-Crystal Sandra Vavelidis	13G09			
48703	IN-SPIRIT GmbH	13E06			
48713	invocem	13H09			
48709	Jaeger Accessoires Inh. Thomas Jaeger	13E01			
48667	JBS Highlights Frau Jeannette Bieger	13B07			
46887	Kundenpflege Wellness & Care GmbH & Co. KG	13F06			
48388	lifestyle + promo it Inh. Oliver Henfling	13C09			
48548	Lilalu - Aachen Inh. Imke Buchholz	13C13			
47113	Löw Energy System e.K.	13G01			
47814	Lupenmaxx GmbH	13H14			
48728	Mathilda Kuchen im Glas				
	Inh. Martina Sulzmann-Schilling	13B09			
48527	MTS Sportartikel Vertriebs GmbH	13B08			
47749	MyClock by BRISA Entertainment GmbH	13F05			
47706	NonvisioN Werbeproduktion	13D07			
48495	PAUNER OY (Ltd.)	13A15			
48650	pemmiproductions Bettina Hennecken	13A08			
48371	Pfaff - Die Masken Manufactur / Nasenpfeifen				
	Inh. Bernd Kaltenbach	13C07			
PSI Partner	Museum Plagiarius Aktion „Plagiarius“	13D12			
48564	PLUS Europe GmbH	13D06			
48556	PP high tech	13C05			
PSI Partner	PSI Design Forum	13D12			

Stand: 9. Oktober 2012

VORLÄUFIGES AUSSTELLERVERZEICHNIS DER 51. PSI MESSE 2013

VOM 9. – 11. JANUAR 2013 IN DÜSSELDORF

Schon nahezu 800 Aussteller freuen sich auf Ihren Besuch in den Hallen 9 - 12:

blau = International Associations Area

pink = PSI Technology Forum

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.	PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
48722	365 srl	11K33	45934	bb med. product GmbH	9C32
47761	3T-Transfers Technologies for Textile	12A35 TF	47646	BergHOFF Worldwide N.V.	11H54
44226	52 Orange GmbH	11E74	48731	Beseda Adrian Bereszynski	10A45
47670	Abanicos Jose Blay S.A.	9E03	47453	Beta Plastik Sanayii ve. Tic. As Mr Davit Ozmizrahi	9F09
44655	Abanicos Aparisi, S.L.	9E41	48159	Beutler Verpackungssysteme GmbH	12L26
48359	ABC Promotion s.r.l.	9K25	48494	BHS Binkert GmbH	10G23
48055	Acar Europe GmbH	11F41	47943	Biltur Basim Yayin Vehizmet AS	9L50/9M49
45561	achilles concept GmbH & Co. KG	10C16/10C20	46839	Bio Laboratories Ltd.	9F28
40604	Ackermann Kunstverlag		48466	Bite Promotions	9F28a
	Merkur Marketing Services GmbH	11A58	40774	blomus GmbH	10G73a
42299	adamo design GmbH	10D10		BMI BAYERISCHE MASSINDUSTRIE A. Keller GmbH	10K73
44329	aditan Werbe- und Organisationsmittel GmbH	12K29/12K37	41435	Böckling GmbH & Co. KG	9B14/9C13
43999	ADOMA GmbH Kunststoff- und Metallverarbeitung	9L38	48718	BOHEMIA SPORT LION, spol. s.r.o.	9N03
46850	ADV PAX Lutec Vertriebs GmbH	9E32	47566	BOLA GEMA	9K04
44897	AERO d.d. Celje kemica, graficna in papirna industrija	9M18	48401	Bon Goût Eli Katzenstein	11K63
45448	Aetzkunst GmbH & Co. KG	9C14	48043	Boogaard Textiles B.V.	10K64
48751	AFISA Asoc. Fabric. Import SA	9M46	41855	BOSCHAGROUP GmbH & Co. KG	11G44/11H43
46059	Afkim Ltd.	10F03	47770	Boss Promosyon Ürünleri San. ve Tic. Ltd. Sti.	11K52
PSI Verband	aimfap - Asociacion de Importadores, Mayoristas y Fabricantes de Articulos Promocionales	11M76	45767	Bottle Promotions a Tacx International Company	9K32
PSI Verband	AKW Arbeitskreis Werbemittel e.V.	11M70	PSI Verband	BPMA British Promotional Merchandise Association Ltd.	11M77
44533	Albene GmbH Marketing Handel	10A13	40585	Präsenta Promotion International GmbH	12G14
47800	ALFA TEKSTIL PROMOSYON PAZ. SAN. VE TIC.LTD.STI. MAPPA IS MERKEZI	11H42	46304	The Brand Company, S.L.	9G31
45590	aloga gmbh	11C27	46116	Brand Promotion CZ s.r.o.	10G26
41542	Althans GmbH & Co. KG Plüschtierfabrik	10C10	46432	brandbook.de NEXT design+produktion GmbH	11H51
48737	AMEWI Trade e.K. Inh. Melitta Widerspan	12H46	48361	BrandCharger Europe VOF	10B19
44355	A.M.P. S.R.L.	11A45	46905	Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG	
45753	Anda Present Ltd.	11H22		ehemals Krebs & Sohn Vertriebs GmbH & Co. KG	9A25
48725	Anejo Producciones S.A.	9O45	43702	Bredemeijer Group B.V. Leopold - Zilverstad - Bredemeijer	12L04
48454	Angels Business Center SL	10D20		Joh. Brendow & Sohn Grafischer Großbetrieb und Verlag GmbH & Co. KG	11L33
48443	Annaburg Porzellan GmbH	11E66	41141	Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. KG	11H20
46521	Anvil GmbH	10E16/10E20	47769	Brumley Tex Inh. Uwe Brumley e.K.	10A78
44291	Araco International B.V.	11F24/11G29	40567	BRUNNEN Baier & Schneider GmbH & Co. KG	11D03
48360	ARCIERI s.r.l.	9L41	48383	BSC SRL	9D08
46920	ARENA PROMOSYON ve OTOMOTIV ÜRÜNLERI SAN.	10D18	48721	BtoGift SARL	11K16
45615	ars Design GmbH	11E65	48045	B-TOKEN BVBA	12H24
45895	Artihove Regina B.V	10H64	47672	Bulb-Bottles-Jkaplast AG	11E54
42676	AS Advertising Support Werbeträger Vertriebs GmbH	10H35	40710	BULLYLAND GmbH	9B52
45428	Asia Pins Direct GmbH	9L51	45956	burger pen AG	9D52
47525	A-Solar B.V.	11G33	45286	Business European Publicity, S.L.	10H03
41169	ASS, Spielkartenfabrik Altenburg GmbH		47952	Büyüksöy Bayrak Ve Semsieye San. Tic. A.S.	9G02
	ASS Altenburger Spielkarten	11F65	PSI Verband	bwg Bundesverband der Werbemittel-Berater und -Großhändler e.V.	11M74
48571	ASSMANN Electronic GmbH	11C29	PSI Verband	BWL Bundesverband Werbeartikel-Lieferanten e. V.	11M70
PSI Verband	ASSOPROM C/o Confindustria Federvarie	11M33	47469	Calendars & Diaries International B.V.	10A64
47330	Atlas Design GmbH	9D41	48719	Camilo Vilas, S.L.	11M22f
46148	ATUT & PRIMAR s.c Golab, Rackiewicz	11A63	48052	CANTATURK Kandemir Deri ve Tekstil Ürünleri	
48738	AuRa Textil GmbH	10F68		Ambalaj San Tic. Pazarlama	11D54
PSI Verband	AVIRSU Association of Manufacturers and Importers of promotional gifts Ukraine	11M38	46643	Caramelos Cerdán S.L.	9F14
46204	Axpol Trading Sp. z.o.o. Sp.k.	12K10	48732	CARAN D'ACHE S.A.	10D24
46781	AXXEL Sp. Z.o.o.	9D18	42482	Cartamundi Turnhout NV	11F65a
47716	AYFLY SARL	9D35	43811	CDH Computer Division Heinemann GmbH	9A32/9B31
47411	badge4u Wojciech Pawlowski	9B41	47456	CEMERTAS TEXTILE PROMOTIONAL INDUSTRIAL AND FOREING TRADE COMPANY LTD	9B01
45371	badgepoint Namensschilder Systeme GmbH	9E14	47689	CEOTRA Vertriebs- & Handels GmbHThomas Faisst	9A04
41338	Bären-Luftballons GmbH	9H22	44668	R. Cermak - Penlights (Made in Germany)	12M47
48049	Bahar Tekstil San. Ve Tic A.S.	9L27	46125	CG International GmbH	9G52
47779	Ballograf AB	11E52	PSI Partner	Taublieb Consulting	12B49
48407	Hispanica de Globos S.L. BALLOONIA	11K34	47791	CHILI CONCEPT SARL	9C41
48006	BAM BAMS LLC	12L47	48760	Chocolats Camille Bloch SA	12D40
48350	Barbara Hofmann Cosmetic-Pinsel GmbH	9K14	48316	Chocolissimo by MM Brown Deutschland GmbH	9L14
45434	Bartl GmbH	9F07	42811	CITIZEN GREEN BOOMERANG S.A.	12G46
48503	BASICS WEAR A.Y.A. International Trade & Investments Ltd.	10D27	48658	CiTRON btl Magdalena Owczarska	9D09
			46851	Classic Line Warenhandels GmbH	9O17
			48748	Claymore Willemen Koffers B.V.	9M31

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.	PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
48047	Clean Promotion UG	9F35	46163	ExpoGraf CardKeep International AB	9D03
46153	Clipper A/S	10A22	48749	EXTRAGOODS Handelsagentur Horst Ballé	12A12
40511	Clipper B.V.	11A66/11B73	47558	E-Z UP Europe B.V.	9M42
43606	Club Crawlatt Crefeld	11C34/11D41a	43144	FARE - Guenther Fassbender GmbH	12D14/12G25
48345	CMA Global Inh. Young Sun Kim	11K44	47960	Feniks Sp. z.o.o.	9N25
48344	Color Print Ltd.	10H11	47973	Ferdinand Bethäuser GmbH & Co. KG	9O49
48743	Columb EU Sp. z.o.o.	11A71	46874	Cokoladovny Fikar s.r.o.	9B04
46789	CoMo Europe B.V.	9M52	47391	File Sp. z.o.o.	11E46
41490	COMPAKT-WERBUNG GMBH	12C54	47964	First Editions Ltd.	10A03
46835	Concert-Merchandising GmbH	11K15	41002	Alfred Fischer	9E18
48726	Confiserie Heilemann GmbH	10A20	48315	fischertechnik GmbH	9A35
41421	COOLIKE Regnery GmbH	9E31	48158	Flameclub Europe BV	12B14
45500	Coriolis Baladeo SARL	10H26/10K27	44294	Hermann Flörke GmbH	12N47
45939	Corthogreen bv Greengifts & Seedpromotion	12A04	44389	Florigo GmbH	10C22
45019	Textilhandel-cotton-n-more GmbH	10K49	42743	FOL International GmbH	10C73
48440	Crazy Bags Ltd.	11B44	47628	Framsohn Frottier GmbH	11F20
48505	CreCon Spiel und Hobbyartikel GmbH	9N12	47348	Maurizio Franco	9O31
48723	Crystal Impressions Iberia S.L.	11M22b	47463	Francos GmbH Image-Cosmetics & More	12G02
48445	CTP SpA	12B58	41853	Frank Bürsten GmbH Bürstenfabrik	9N42
47701	Culto GmbH	12M45	47595	freie-produktioner Münster/ Osnabrück GmbH & Co.KG	9G18
47722	Cup Concept Mehrwegsysteme GmbH	12G39	48689	Frontini snc di Gianmarco e Fabio Frontini	9H28
47361	D. Lainas & Co. S.A. Printing Company	10D20	PSI Verband	FYVAR - Asociación Nacional de Fabricantes y Vendedores de Artículos de Reclamo	11M22
42819	Gustav Daiber GmbH	12D14/12G25b	47833	Gecko Europe S.A. PENTAGRAM Polska sp. z o.o.	10K50
45676	Dan Way Design Lizenz GmbH	12L19	41615	Geiger Aktiengesellschaft	11C54/11D63
PSI Partner	dedica Dr. Harnisch Verlagsgesellschaft mbH	9O04	47324	Get Impressed srl	11F34
44487	Demapen srl	9C31	46306	GEZI Druck GmbH	9N13
46660	DEONET GmbH	9G04	47578	Gimex melamine plus GmbH	9N49
41826	Deumer GmbH	11D51	45737	Giving Europe B.V.	12F30/12G37
41734	Giuseppe Di Natale S.p.A.		46847	Gizben Promoting & Advertising / Printing	9B32
	Arti Grafiche Cartotecnica	11G34/11H33	43242	Göckener GmbH	9M17
47107	Diarpell S.p.A.	10K44	40969	Jakob Göschl GmbH	10K22
48715	Die neue Linie GmbH	12L48	44530	Frottierweberei W.F. Gözze GmbH Produktion	
42562	dietronic Computer-Service Ralf Dietrich	10D14	44615	Werk II Werbemittel-Vertrieb	11K42/11L41
46535	DIPLOMAT Eine Marke der helit innovative Büroprodukte GmbH	10F74	47707	Golfball Bussjäger Florian Bussjäger	10G53
48471	disc on demand GmbH	11A54	46517	Goprom Handelsgesellschaft mbH	9D50/9E49
47097	EMBALAJES PUBLICITARIOS NT		46895	Gorenler A.S.	9D02
	Diseño y Aplic. del NT, S.L.	12D19	43808	Gottschalk V.O.F.	11B52
48615	DIZAYN ETIKET San. ve Tic. A.S.	9M37	48266	Goudsmit Magnetic Design B.V.	10K63
46519	DNS Designteam Neth Schäflein GbR waterbelt / nautiloop / mykii / banduo / schnappt shorty	11F14	45468	Gourmet Leon Feinkostmanufaktur	9H42
40723	DOM POLYMER-TECHNIK GMBH	9L52	47197	Goya Importaciones y Distribuciones, S.L.	9C10
43461	DOPAN S.A.	11C53	47265	GPE A. Ardenghi srl	9H04
41752	doppler H. Würflingsdobler GmbH	11E41	48410	GRASPO CZ, a.s.	11G04
46897	Dosenspezialist GmbH	11G37	48277	GRAUPNER GmbH & Co. KG	11D75
45720	DreamPen, Polish Ball-Point Pens Producer		43990	Green Earth Products Inh. Helga Nederhoed	11A42/11B41
	Inh. Dariusz Libera	11G66/11H73		Guidetti Carlo Ombrellificio di Eredi	
48061	Drechserei Kuhnert GmbH Erzgebirgische Holzkunst	9E39	48704	Guidetti S.N.C.	9F18/9G17
44886	DreiMeister Spezialitäten		48446	Gündogdu Makina Sanayii Ve Ticaret Ltd. Sti.	9K03
	Hans Schröder GmbH & Co. KG	9C51	46944	GUTENBERG GmbH	10K11
47414	BOBINO B.V.	11A30		Gutting Pfalznudel GmbH Entwicklung und Herstellung von Logonudeln	9A27
48122	Dubi's Promotionartikel Service	9D32	PSI Verband	GWV Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V.	
48467	Dunelm Glass Limited	9H39		Düsseldorfer	11M70
46391	EASY - Haushaltsprodukte Inh. Jochen Petereit	9N46	43116	Karl Habmann GmbH	10F13
48594	EBERLE & OSTERRIED GMBH	10G75	45107	Franz Hagemann GmbH & Co. KG	10A59
41430	Eckenfelder GmbH & Co. KG	11D24/11E29	45666	Halfar System GmbH Rucksäcke und Taschen	12D14/12G25
48758	Eco Partners Corporation AG	9K01	43628	HAMA GmbH & Co. KG	10G62
46994	ECO Keyrings Hubbes Werkstad AB	9A41	46496	HAN-Bürogeräte GmbH & Co. KG	9C22
47503	eco-promo GmbH	12L12	45383	Smartwares Printables GmbH (formerly Hanesbrands Europe GmbH)	10D31
48395	ECUMENICUS di Secchi Sergio	11G31	42765	HAPPY bvba	11A14
48339	efbe Elektrogeräte GmbH	12L54	44954	happyROSS GmbH	11F43
41387	EHRENBERG GmbH	9F04a	48569	Hardwork International	10H33
48023	Eichsfelder Technik eitech GmbH	9M41	46932	HASGÜL TEKSTİL PROMOSYON ÜRÜNLERİ	
48759	Ekologiczna Unia Europejska Tomasz Wozniak	12H18		SAN. VE DIS. TIC. LTD. STI.	11G20/11H29
41369	elasto form KG	11F54/11G73	47160	Hauff Schreibgeräte GmbH	9E10
44127	Elektronica SM-Handels GmbH	12H02/12K11	47570	Hauser GmbH	9A31
44736	ELITE Srl	9L04	48028	Haveco BV	12L25
45340	Elliot GmbH	12M48	41756	HAWECO Import GmbH	11A34/11B33
42200	e+m Holzprodukte GmbH & Co. KG	11A19	48313	Headwear PL Sp. z.o.o. Sp. J.	11C73
45997	emotion factory GmbH	12B30	46712	Heibro International BV	12K21
42692	EMSA GmbH	11G17	48419	Helmuth Niemeyer GmbH	12G26a
46834	Emzed Promotions	9M14	44145	helo ® Heckelmann Holz und Kunststoff GmbH + Co. KG	9K21
47581	Encender y Escribir S.L.	10B31	41583	HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG	11A02/11D01
47403	Ender Tekstil Sanayi Ve Ticaret Ltd STI	9D28	41275	C. Jul. Herberzt GmbH	11L53
PSI Verband	eppa - European Promotional Products Association	11L23	41016	Heri-Rigoni GmbH	10G40a
42480	ERGA Srl	10C02	46235	HERKA GmbH	11K68
48529	Erteks Kadife Tekstil San. Ve Tic. Ltd. Sti.	9M28	45918	Herzog Products GmbH	11E34
41768	ESC - Europa-Siebdruckmaschinen Centrum GmbH & CO. KG	12B13 TF	48183	High Profile Plastic Parts Ltd.	9M09
40684	ESKESEN A/S	11B61	45818	Golfvertrieb Hilbrand	10H20
47128	E.T. Technologies Deutschland GmbH	10C49	42919	Siegfried Hintz - MAG-LITE Generalimporteur & Alleinvertrieb Deutschland	11D44/11F51
47057	ETITECNIC.	9K13	43891	HNC Import-Export + Vertriebs AG	11H66
41857	EUROSTYLE - Emil Kreher GmbH & Co. KG		41118	HOECHSTMASS Balzer GmbH	11A61
	Lederwarenfabrik	11C34/11D41	45973	Hörsteler Interior Design GmbH	10B63
45339	Everts Pol Sp.z.o.o.	9E27	41690	Philipp Holle KG Papierverarbeitung Werbeartikel	11F01
47307	Exito Group M. Malczynski, R. Badowski s.c.	9N17			
46537	Exner Fashion GmbH Mode mit System	10K70			
PSI Partner	Expo Reclam Reed Exhibitions Iberia, S.A.				

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.	PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
43576	HOLTSCH Medizinprodukte GmbH	10D53	42438	Lediberg GmbH	11C14/11D29
47614	Hong Fang „CZ“ Group S.R.O.	10A14	47073	Leniar Sp. Jawna WYTWORKIA SZABLONOW	
47476	Horizonte UG	12K54		KRESLARSKICH	9K08
44346	Hummel Germany GmbH	9N24	44742	3e Degré SAS - Les Parfumables	11A39
47349	Hypon BV	12C55	41248	Leser GmbH	9N07
45302	ICO JSC	9D39	46175	LEUCHTTURM ALBENVERLAG GMBH & CO. KG	11H13
48090	Idepa - Industria de Passamanarias, Lda.	12H26	48484	LE COLOR Levent Ofset AS	11H32
48229	IF Solutions Ltd.	9G40	45457	Lexon S.A.	10C01
48672	IKO - Import Klaus Otte GmbH	12E30	44862	Licefa Kunststoffverarbeitung GmbH & Co.	
46028	IMAGE GmbH	12D47		Kommanditgesellschaft	10F16
48513	Image Kompagniet APS	10B18	47965	Listawood AT Promotions Ltd.	10K03
47996	iMi Partner A.S.	10G16	47684	LITEX Promo Sp. z.o.o.	11D66
44740	Impliva B.V.	10C75	42487	LM ACCESSOIRES WERBEMITTEL & EXCLUSIV-	
43000	IMTC Manufacturing & Trade GmbH			ANFERTIGUNGEN GmbH	12B01/12C11
	The Pad Company	10A53	46104	logolini Präsente Backhaus Fickenscher	9C42
48692	Industrial Wear srl	10G03	47400	LTP Litschka Toys & Premiums GmbH & Co. KG	9E45
44659	Infoplus Namensschilder GmbH & Co. KG	11E65a	48100	Lufi Expressz Kft.	12C56
44898	Jaan Ingel AB	9K28	48310	Luminaria Products Europe Ltd.	12D55
46271	InnoCard International GmbH	12L30/12M37	46095	Lumitoys - GmbH	9E42
48193	INOITULOS S.L.	10G17	48754	Lutuf Inanc Textile Ltd.	9L24
46924	INPRO SOLAR SYSTEMS Inh. Georg Huber	9003	46414	Lynka Sp. z.o.o.	10D54/10D62
42907	Inspirion GmbH	11D04/11F21	40974	LYRA Johann Froescheis	
44894	Intermed Asia Ltd.	10K02		Lyra - Bleistift - Fabrik GmbH & Co. KG	9K33
43540	Intraco Trading bv	11D62	47002	MaCookie	9A17
46999	IN-YO Promosyon Ve Reklam DIS TIC. LTD. STI	9007	48040	Maceis Corporate Services Ltd.	10A42
45893	i.p.a. Sweets GmbH	11D02	49054	Mag Instrument, Inc.	11D44/11F51a
42567	i.p.a. cosmetics GmbH	11D02a	45919	MAGIC PYRAMID Brücher & Partner KG	11K20
46848	Ipeknur Textile Clothing Co. Ltd.	9E02	41617	MAGNA sweets GmbH	12G45
47410	Ipekyolu Kagit San. Tic. A.S.	10E09/10E13	44833	Mahlwerck Porzellan GmbH	11H03/11H11
PSI Verband	IPPAG Cooperative International Partnership		48283	Maikii s.r.l.	9B18
PSI Verband	For Premiums And Gifts	11M52	47808	Perfecto Candle Experts	10E74
	IPSA Institute of Professionals in		48747	Mameks Tekstil San. Paz. Ltd. Sti.	9H18
	Specialty Advertising	11M42	48309	Manufacturas Arpe, S.L. ARPE	11C63
44613	ISSUETISSUE ® / Consuma-Issuetissue BV	12A13	40755	Marbo-Werbung Norbert Bokel GmbH	9G03
46922	Istanbul Tekstil ve Promosyon Ürünlerl,		47455	Marines d.o.o.	10C28
	SanTic.Ltd.Sti	9N28	48696	Mario Peche Fernandez (Iron)	9N38
48347	IT2U GmbH	11F44/11G51	48670	Markenreich GmbH	12G26
48357	IVB TransferDruckSysteme Norbert Koch	9B27	46766	Marsanam BV	9G41
47446	IVM SignTex GmbH	10A74/10B73	45721	MASAS METAL AMBALAJ San. Ve. Tic. A.S.	11G03
47696	Jamara e.K.	12D05	43478	Masquant, S.L.	9F12
47258	Jasani LLC	11A67	48485	MASTER Gartenhandgeräte und Zubehör GmbH	12K14
46742	JHK Trader S.L.	9A52	45014	Master Italia SPA	10E54
46672	Joy Investment S.A.	11A26	47648	Mattina Display + Werbung GmbH	9L34
41990	Joytex GmbH & Co. KG	11F04	46457	MAXEMA Srl.	10C64
41170	JÜSCHA GmbH	9F50/9G49	46736	maximplus mugs, cup & more	
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	12D29		Inh. Dipl.-Ing. Ilona Wentzlaff	12K53
47998	Jute statt Plastik Rohwedder GbR	9F31	46503	MAXIM Ceramics GmbH	9B13
48180	Jute Trading Limited	9K31	48690	Maxima Sports B.V.	9N48
46091	Kaai Kalender GmbH	11H76	43332	Maximex Import - Export GmbH	10A16
48639	Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co. KG	10G20a	47483	MAXX Promotion Inh. Dagmar Kornhaas	10E04
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	11D34/11E33	42020	MBW Vertriebsges. mbH	für Werbeartikel
48425	Kambukka BVBA	11G19		und Spielwaren	12D48
46232	Kandinsky Deutschland GmbH	10C21/10C27	46460	ME AND MY GmbH	9B50
48037	Karcher Industrial Products Horst Karcher	12G48	48018	MEDEURAS GmbH	12M26
47464	Karlowsky Fashion GmbH	12D30	47238	Mega Promosyon Ve Hediyelek Esya San.	
40043	KASPER & RICHTER GmbH & Co. KG	10H74		Ve. Tic. Ltd. Sti.	9013
44401	Georg Kayser	12N53	41009	Mellert SLT GmbH & Co. KG	10A32
48148	KeepMe Promotions Ltd.	12D11	43570	MEMORY K., S.L.	9N04
47413	Kelnet	9E28	48219	Memory-Clip world wide GmbH & Co KG	9D27
47270	Kerler GmbH	10A73	46786	Merkel GmbH	9D01
48417	Keya Europe BVBA by Kamp Europe BVBA	10K31	45861	Messiaen NV	9E22
46131	KKH GmbH	12G47	41836	meterex - Karl Kuntze (GmbH + Co.)	10G63
43737	Kimetec GmbH	12M53	41680	METRICA SPA	9N45
47903	Kimpeks Tekstil San. ve. Tic. Ltd.	9H13	41581	michel-toys Handels-GmbH	9G50/9H49
43358	Kleen-Tex Industries GmbH	11L67	45899	michx-media in concept gmbh & co. kg	10G73
40823	Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG	10G64/10H73, 10G76	43444	EDWIN MIEG OHG	9C18
			47780	Mimaki Europe B.V.	12B55 TF
41614	KM ZÜNDHOLZ INTERNATIONAL		47582	Mindtwister AB	9E07
	Karl Müller GmbH	9L13	47665	Miraplast Kunststoffverarbeitings GmbH	9011
41794	Karl Knauer KG Verpackungen-Werbemittel	10E64/10F71	46992	Mister Transfer.com Quatrième Dimension s.a.	11B7
47607	Knirps Media GmbH	11D42	48364	MIYO MENDIL VE GIDA SANAYI DIS	
41119	Knops Acryltec	9041		TICARET LTD STI	12H48
47732	P.H.U. KODER Waldemar Sikora	9C28	44940	MK-Haushaltswaren - RICOLOR	
44071	Könitz Porzellan GmbH	10C04/10C08		Thomas Mayr-Kießling	9F27
42087	Kössinger AG	9A18/9B17	47798	MKM media Verlags- und Medienproduktionsges.	
47639	Köksal Canta ve Saraciye San. Tic. Ltd. Sti	10B16		mbH & Co. KG	11C51
47941	KOSMOS Franckh-Kosmos Verlags-GmbH & Co. KG	9E07a	48710	Modulstudio 6 srl	9K10
47406	koziol » ideas for friends GmbH	10E53/10E61	48035	Möbius + Ruppert KG	11G39
46770	KREITER GmbH	9N34	42478	MOHABA GmbH & Co. KG	12M39
48698	Kröll Verpackung GmbH	12N27	48679	Moleskine SRL	11F51
47203	Krüger & Gregoriades Im- + Export GmbH	12K26	48393	More Kagit San. Ve Tic. Ltd. Sti.	11K67
45352	Kümmel & Co. GmbH	10B27	46708	moynnd GmbH	12K13
41027	KUM GmbH & Co. KG	9N14	48646	M&S Textilhandel e.K. Inh. Sohail Mushtaq	10B15
48683	LACUNA d.o.o.	10B32	41143	MSA Münchinger GmbH	12H45
45736	L.A. Larsen A/S	10B21	47776	MSW Lasertechnik GmbH	12B57 TF
44678	L&D Aromáticos, S.A.U.	9F41	41702	MÜBOPLAST Müller GmbH	9H50
46523	The Leather Business John R.P. Thorp	9D23	47774	Müller Werbemittel GbR Andreas & Matthias Müller	12N46
44473	Lecce Pen Company S.p.a.	9E17	45974	Multiflower GmbH	10G61

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
	PSI International Associations Area	11K01/11M76
	PSI Journal	9004
	PSI Rebooking	9042
	PSI Sourcing Services	9052
	PSI Media Lounge powered by Mahlwerck	9004
	PSI Technology Forum	12A14/12B57
	PSI Teelounge powered by Plantanas Group GmbH	12H39
	PSI Webshop	12B38
	PSI The Wall	12D56/12N53
48500	PSP Deutschland GmbH	10F01a
42073	Pulma Lederwarenvertriebs GmbH	9L06
48340	Purple Zebra Products Ltd.	11K71
41980	quatron design GmbH	12K30/12L37
42109	Quickbutton Badges AB	9L28
42762	R&JP International Limited	9E40
48056	Ral Tekstil Ltd. Sti.	10K76
47458	Volker Rasehorn GmbH & Co.	9C52
44741	RASTER	9D10, 9G51, 9L32
46434	Raxy Line Srl	11F12
48752	Reclamo del Noroeste S.L.	11M22h
46051	Reda a.s.	11E20/11F29
46261	reeko design gmbH & co. kg	10E63
42130	Regine GmbH	12D01
47182	Reisenthal Accessoires Inh. Peter Reisenthal	11G54/11H63
48510	Reiter Polska Sp. z. o.o.	9A28
48295	Relags GmbH	10G19
45612	Remarkable Ltd The Remarkable Eco Factory	11A44
41976	RESPONSOR Srl	11F63
48273	Retap ApS	10A43
48735	Revell GmbH & Co. KG	12M25
44411	REXHOLM A/S ID® Identity	10C44/10D43
47620	Rheingold - Comet - Sports GmbH	9M04
40884	Richartz GmbH	11B42
42084	Gerhard Riegraf GmbH & Co. KG Tresor Verlag	12K39
41211	rio Ballfabrik e. K. Inh. Gunnar Fuchs	9F04
44508	Ritter-Pen GmbH	11D65/11D73
47232	Ritzer Beteiligungsgesellschaft mbH magic logo	11F75
41821	Karl Rodewohld KG (GmbH & Co.)	10E02
47847	Rösler Ceramtec GmbH	9B49
47729	Roll-Over sp. z o.o.	9O27
48426	RÖSLE GmbH & Co. KG	10F01
47430	RO-WE SNC DI Brusaterra Roberto & C.	
	Produzione e vendita articoli pubblicitari	9D14
48386	Royal VKB Koninklijke van Kempen & Beeger BV	11B54
42743	Russell Europe Ltd.	10C53
44170	Sachsen Fahnen GmbH & Co. KG	9C50/9D49
47489	Safe Pocket® Ad-corner S.A.	11K66
48152	Saltini's Salzmanufaktur Landkaufhaus Mayer GmbH	9A50
48319	same same but Different GmbH	10B75
48107	Sampijon Sport San ve Tic Ltd Sti	9G32/9H31
43756	Häusser Europe OHG	10D44/10E43, 10E76
47967	Sanders Magneet Service	11B13
48125	SANIMAR ic ve Dis Tic. Ltd Sti	9B39
46525	Sanjuan Hermanos, S.A.	10F20
47541	Rudolf Schaffer Collection GmbH & Co.KG	9A14
47514	Schärfer Werben GmbH	9M11
47061	August Schmelzer & Sohn GmbH	9L33
43416	Schneider Schreibgeräte GmbH	10G40
45805	DropStop® Schur Pack Denmark a/s	10C21/10C27a
48140	Screentex International SA	11G41
46097	José Albero Puerto, S.L. - Secaneta	11H19
43799	SEDESMA INYECTADOS S.L.	12L02
47753	Seidel GmbH & Co. KG Marke Carus	9N21
41650	Selecta Signé B.V.	10K28
40529	Gustav Selter GmbH & Co. KG	9A42
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	10E24
47593	Sensel Workwear and Textile Promotion	9F39
48404	senz® umbrellas bv	11C13
47630	Shevimpex Ing. Peter Sevec	10D09
48384	Shtox Production UG	11H64
44885	Heinrich Sieber + Co. GmbH & Co. KG Taschenfabrik	9L03
48311	sigikid H. Scharrer & Koch GmbH & Co. KG	9D22
45300	SINANGIN PRINTING & PACKING	
	LIMITED COMPANY	11D74
43807	SIPEC S.P.A.	12K04
46405	SIPLAST Siegerländer Plastik GmbH	9D42
47466	SKINCOM AG	9G01
48706	Slinky Note Ltd.	11M77f
46325	Slodkie Upominki	12B20
48634	SM DOKUMA KONFEKSIYON SAN.TIC.LTD.STI.	9M13
45567	SND PorzellanManufaktur GmbH	11D43
47752	SOCCER FIRST Inh. Axel Fraunholz	10K73a
47760	SÖRTEKS Dis Ticaret Paz. Ltd. Sti.	10K15
43917	Sofrie S.A. ADDEX design	10F54
47104	Softreflector LLC	9L42
46518	SOLARES Ith. ve Ihr. San. Tic. A.S.	11F53
44472	SOL'S SOLOINVEST S.A.S.	10C31/10D42
47677	Sopp Industrie GmbH	9N41

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.	PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
46493	Sphere Time s.a	9C49	48506	UNIONTEX INDUSTRIES INC LTD	11B30
47019	SPOLNOTA - Drzewna Spółdzielnia Pracy	12H53	45036	United International B.V.	12K01
41576	Spontex Industrieprodukte - MAPA GmbH	12H25	44597	UNIVERSAL S.p.A.	9K27
41462	Spranz GmbH	10E03/10E07	46257	Usar Dis Ticaret Ltd. Sti. - Info United -	10B03
42932	SPS (EU) Ltd t/a Supreme and Product Source Select	11H46	48606	V. Fraas GmbH	10B50
44488	S. R. Brothers c/o M & N Group Sushil M. Motwani	9M01	42161	VAERST UHREN Inh. Marc Vaerst e.K.	9M50
43836	STABILA Messgeräte Gustav Ullrich GmbH	10B13	46964	Van der Basch BV	11G12
43287	Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG	9K50/9L49	47000	VELA Promotion GmbH & Co. KG	11L65
41108	STAEDTLER MARS GmbH & Co. KG	12D46	42941	Venceremos GmbH Hersteller von Papierartikeln	11B34
42183	STANDARDGRAPH Zeichentechnik GmbH	9C27	47448	Vermod K.H. Schieber	9N31
47007	Stefania Zaklad Galanterii Skorzanej	9D40	42570	Viborg Ballon A/S	9D05
47785	Margarete Steiff GmbH	9F32	44281	VICTORINOX AG	11A04/11C11
44393	Steiner GmbH Spielwarenfabrik	9A40	41801	Paul A. Henckels Nachf. GmbH & Co. KG	11A04/11C11a
45341	Stereo Holland-Gebäck GmbH & Co. KG	9D04	43672	Village Cosmetics GmbH & Co KG	
46816	Stieber Stempelwaren	11B66		Abt. Sonderproduktion	9L31
43567	Stiefel Eurocart GmbH	12B39 TF	47555	Vim Solution GmbH	12D13
45280	Stiefelmayer-Contento GmbH & Co. KG	9G27	47869	VINYA NV	11C65
44974	Storm Textil Niels Storm	10E14	47241	Viola Folienverarbeitung GmbH	9N18
45204	Stormtech Europe Ltd.	10A44/10B49	46622	Viva-Plus Joanna Kowalczyk	9G28
47268	Stressplanet - Division of Biblio Products Ltd.	9G40a	48196	VKF Spritzgusstechnik GmbH	10H27
48081	Styx Naturcosmetic GmbH Taste & Beauty Manufaktur GmbH	10A41	44685	WAGUS GmbH	9A43
43053	SUCCESS - Dr. Rolf Hein GmbH		41594	Walz GmbH & Co.KG	12B40
	Pustefix - Dr. Rolf Hein GmbH	9C17	40588	Weidner GmbH	11H16
48447	SUITSUIT International BV	11K14	42104	Wellness-Promotion GmbH & Co. KG	12D45
48729	Suki Gifts International Ltd.	11M77g	47968	Werbekonfekt GmbH	9C40
47930	SUNKID GmbH	10E60	48654	Werbeversand Giesen e.K. Inh. Gert-Rigo Richrath	9039
41032	Suthor Papierverarbeitung GmbH & Co KG	12L30/12M37a	46762	WHB Markiersysteme GmbH	12A37 TF
46111	Sweet Concepts	9H34	42955	WIL Langenberg GmbH	11H04/11H12
44998	Sweetware GmbH & Co. KG	11H75	41253	Wild design GmbH	12A09
43648	SWITCHER Textil Vertriebs GmbH	10G01	40450	E. Wilhelm GmbH	10D21
47733	SYMPATHIE COMPANY GmbH Porzellan, Glas und Emaille	12L53	47688	WILK ELEKTRONIK S.A.	10F64
48568	Tastimage.com S.A.S.	12C04	42713	Poul Willumsen A/S	9E50/9F49
41831	teNeues Verlag GmbH + Co. KG		48066	WIN BENELUX BV MAKITO BENELUX	11H02
	Abt. Verkauf Industrie	11C66/11C74	46914	WORLDCONNECT AG	12H14
44186	team-d Import-Export Warenvertriebs GmbH	10C14	42772	XINDAO B.V.	12D04/12G11
41207	Teca-Print AG	12B35 TF	47740	X-Tra Projects International Marketing & Foreign Trade Ltd.CO.	9F03
43817	TechnoTrade Import-Export GmbH	9K49	48603	YCH YONCAHES PAPER PRODUCTS & LUXURY BOXES	11C41
48329	Atmosphere brand of Tecnodidattica S.p.A.	11G14	48187	Yob Golf Limited Company	10F72
48418	Ted Gifted Lanyards BF Promotion, Bartłomiej Farjaszewski	9B45	45102	Zaanlandia-Bekkers Blik B.V.	11L43
45668	Tee Jays A/S	10C54/10C62	47817	ZANI DEL FRA' SRL	12C47
48308	Teks Pro Promosyon Tekstil Ürün		41823	Zettler Kalender GmbH	11L51
	Leri San Ve Tic Ltd Sti	10F19	47457	German's Best Werbezucker und mehr GmbH Zuckermaier	12D53
47695	TEKSPA TICARET Inh. Hakan Cakir	11F18	48535	Zustell-, Transport- und Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG	9D17
41647	Tengler Match, eine Abteilung der Tengler Druck GmbH	10H53	44323	Zweibrüder Optoelectronics GmbH & Co. KG	10K41
42735	TEN-PACK GmbH	11B74			
48755	Tepro Garten GmbH	12M08			
46329	TEXET GmbH	10D32/10E41			
48095	TEXmarket GmbH/Srl	9O51			
41875	TFA DOSTMANN GMBH & CO. KG	10K34			
46050	that's eli merchandising GmbH	11C44			
48207	The Gift Groothandel B.V.	12D54			
46120	The Pen Warehouse A division fo Tancia Ltd.	9C04			
48662	The Royaltex Balloon Company S.L.	10F07			
46991	Thermopatch Deutschland GmbH	10B44			
48137	Thoolen Bloembollengeschenken B.V.	12B56			
45780	TITAN HAMBURG GmbH	10D22a			
44104	TM Trend Moden GmbH	10E15/10E19			
48118	TMS Tailor-made studios International BV	11A22			
41783	TOKAI EUROPE GMBH	11L15			
46918	TOPKAPI TESSUTI S.r.l	10E10			
48763	Touch of Ginger Ltd.	11M77d			
PSI Partner	Trade Only Ltd.	9H40			
46108	travelite GmbH + Co. KG	10D22			
46832	K.Z.W.P. Trefl-Kraków Sp. z o.o.	9B40			
48336	TRENDBAGZ GmbH	12G30			
41941	TailorTies Trendfactory B.V.	11K19			
41941	TailorTies Trendfactory B.V.	11M05			
44970	TRIGON Deutschland GmbH (ehemals SEMO Deutschland GmbH)	12G40			
47228	TRIGON Tekstil San.Ve Dis Ticaret Ltd.Sti.	9C02			
40846	Heinz Tröber GmbH & Co. KG	10E01			
46311	TROIKA Germany GmbH	11D76			
47804	Trotec Laser GmbH	12B45 TF			
46265	TS COM'PACK	9L18			
47501	T-SHIRTS 4U s.r.o.	10A62			
43722	TÜRMAK Makina Sanayi ve Ticaret A.S.	9K17			
47600	Turkuaz Medikal Kozmetik ve Dis Ticaret Ltd. Sti.	11F73			
48717	Turrones y Caramelos de Hellin, S.L.	11M22a			
45550	Walter Twistel GmbH & Co. KG	10B04/10C13a			
46365	Üretici Plastik Ltd Sti.	11F76			
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	12B22/12D25			
47548	Uniform Accessoires Bohemia, s.r.o.	9D13			
43856	Unilight B.V.	10G54			

Stand: 9. Oktober 2012

BRANCHENVERBÄNDE AUF DER 51. PSI INTERNATIONALES FLAIR IN HALLE 11



International, jung und innovativ zeigt sich die PSI auch 2013. In der neuen „International Associations Area“ präsentieren sich in Halle 11 auf rund 1000 Quadratmetern internationale Branchenverbände und ihnen angeschlossene Lieferanten. Dort stehen Ansprechpartner verschiedener Nationen bereit, um Fragen der Messebesucher zu beantworten. Für das leibliche Wohl ist ebenfalls gesorgt, denn wer die Area besucht, erhält einen Gutschein für leckere bayerische Spezialitäten am elasto-form-Stand (11F54/11G73). <

DEUTSCHES PATENT- UND MARKENAMT INFORMATIONEN ZU SCHUTZRECHTEN IN HALLE 13

Auch 2013 ist das Deutsche Patent- und Markenamt (DPMA) wieder mit einem Stand in HALLE 13 vertreten und steht Messebesuchern für Fragen und Infos zur Verfügung (Stand 13D12). Dr. Johannes Freudenreich und Tanja Stichlmair vom DPMA werden vor Ort einen Vortrag zum Thema „Geschützte Vielfalt – Das Deutsche Patent- und Markenamt“ halten. Darin werden die Schutzrechte, die Hersteller über das DPMA erwerben können, beschrieben. Außerdem soll ein praxisnahes Beispiel zeigen, welche Möglichkeiten es gibt, Produkte zu schützen und was dabei beachtet werden muss. Weitere Informationen folgen in Kürze. <



NEUES GESICHT BEI PSI GÜLTEN CIHANTIMUR ÜBERNIMMT VERTRIEBSLEITUNG



Gülten Cihantimur wird neue PSI Vertriebsleiterin. Sie übernahm am zum 1. Oktober die Nachfolge von Philipp Brück, der das Unternehmen verlässt und sich neuen beruflichen Herausforderungen stellt. Gülten Cihantimur bringt eine fast 20-jährige Vertriebserfahrung mit. Zuletzt leitete sie die Anzeigenabteilung bei einem Werbe- und Verlagsunternehmen und führte ein Mitarbeiterteam im Innen- und Außendienst; zuvor war sie Teamleiterin eines namhaften IT-Unternehmens. Auch ihre beruflichen Wurzeln liegen im kundennahen Sales und Service. „Aktiver Vertrieb und kundennaher Service: Dafür steht Gülten Cihantimur. Mit ihr will das PSI den Vertrieb innovativer Produkte weiter ausbauen“, so PSI Chef Michael Freter. Kontakt: guelten.cihantimur@reedexpo.de <

HOCHZEIT IM PSI TEAM AUS KOWALK WIRD SCHULTHEISS

Am 13. Oktober 2012 haben sich PSI Mitarbeiterin Noemi Schultheiß (geb. Kowalk) und Patrick Schultheiß im Schloss Blumenfeld (Stadt Tengen) standesamtlich das Ja-Wort gegeben. Das gesamte PSI Team und die Redaktion des PSI Journals gratulieren den beiden herzlichst und wünschen alles Gute für die gemeinsame Zukunft. <



AUSSTELLERSERVICE 51. PSI MESSE

ONLINE SERVICE CENTER ERLEICHTERT MESSEORGANISATION

Aussteller der PSI Messe, die sich auf das Wesentliche, sprich ihre Kunden, konzentrieren wollen, sollten von den vielfältigen Hilfen des PSI Online Service Centers (OSC) Gebrauch machen: Bestellungen rund um Marketing, Organisation, Parken und Logistik, Technik und Standbau; all dies kann bequem über den Online Service Center unter www.psi-messe.com/servicecenter erledigt werden.

- Wichtig für Aussteller: Bestellen Sie bis zum 1. Dezember Ihren Strom und Ihre Ausstellerausweise.
- Sie haben noch keinen Standbau? Über den PSI Standbau-Partner können Sie die Systemstände BASIC und AVANT und zudem ein kostengünstiges Technikpaket inkl. Stromanschluss, Stromverbrauch, Standreinigung etc. buchen.
- Im Online Service Center erhalten Sie weitere interessante wie wichtige Formulare für Ihre Standgestaltung und Organisation: Damit können Sie Barcode-Scanner zum Scannen der Besucher an Ihrem Stand, Parkkarten für die Laufzeit der Messe, Hostessen zur Unterstützung an Ihrem Stand, Blumen zur Dekoration, Beschilderung und Logos zur Standgestaltung und vieles mehr bestellen.
- Marketingleistungen für Ihr Besuchermarketing können ebenfalls im OSC gebucht werden, wie z.B. Briefaufkleber mit Ihrer Standnummer (kostenfrei), Besucherbroschüren zum Versand an Ihre Kunden (in 6 Sprachen, kostenfrei) oder Logoplatzierung im Online- und Print-Hallenplan.

Fragen zum OSC beantwortete gerne: Alexander Kahl, Tel. +49 211 90191-230, alexander.kahl@reedexpo.de – www.psi-messe.com/servicecenter <



ATTRAKTIVES ANGEBOT

JETZT THE WALL UND BONUS-VOUCHER BUCHEN



Aussteller haben eine weitere bemerkenswerte Option, die Besucherfrequenz ihres Standes zu steigern: Die Buchung eines Präsentationsplatzes in THE WALL und eines Bonus-Voucher (+ Logo Bonus-Voucher) erhöhen die Aufmerksamkeit auf den eigenen Stand signifikant.

Die beliebte THE WALL setzt Ihr innovativstes Produkt auf einer spektakulären Präsentationsfläche greifbar in Szene: Jetzt neu in Halle 12 als Tor zur Innovationenschau HALLE13. Kontakt bei Interesse und Fragen: Kerstin Gebel, Tel. +49 211 90191-184, kerstin.gebel@reedexpo.de.

Mit dem Bonus-Voucher locken Aussteller besonders viele Besucher an ihren Stand und gewähren damit ihren Kunden zudem besondere Rabatte, Musterpakete oder Ähnliches. Das PSI Messe-Team informiert ausführlich über diesen Service und bietet zudem eine persönliche Beratung an Ihrem Messestand. Weitere Infos unter: www.psi-messe.com/psi_bonus_voucher_768.html <

REBOOKING-VORTEILE NUTZEN

JETZT SCHON STANDFLÄCHE FÜR DIE 52. PSI MESSE 2014 BUCHEN

Der kluge Aussteller baut vor: Das Rebooking der Standfläche für die 52. PSI Messe 2014 ist auch jetzt schon möglich. Sichern Sie sich Ihre aktuelle Standfläche. Mit Ihrem Rebooking bis zum 10. Januar 2013 profitieren Sie von günstigen Rebooking-Preisen und sparen 5 Euro je Quadratmeter – und dies ohne Risiko: Das PSI versendet erst am 15. März 2013 die Anmeldebestätigungen. Bis Ende März haben Sie dann noch die Chance, kostenfrei von Ihrem Vertrag zurückzutreten.

Ab dem 11. Januar 2013 gehen alle nicht zurückgebuchten Flächen wieder in den freien Verkauf. Somit besteht ab diesem Zeitpunkt die Möglichkeit, im Rebooking-Büro in Halle 9, Stand 9042 neue Wunschflächen zu buchen. <



IN MARKETINGKATEGORIEN DENKEN

Der Branche geht es schlecht. Bei den großen Unternehmen häufen sich die Managementwechsel. PF Concept bekommt jetzt den vierten CEO in vier Jahren, zählt man das Interimsmanagement mit. Investitionen, die getätigt wurden, zahlen sich nicht aus. Die Konjunktur ist schlecht. Unternehmen werden verkauft oder verschmelzen.

Was tun die Unternehmen, um in diesen Zeiten Wachstum zu erzielen? Zumindest eines nicht: Marketing! Das klingt seltsam, ist die Branche doch Teil des Marketings und das große Ziel ist es doch, den Werbeartikel im Marketingmix zu etablieren. Die Branche ist aber selbst nicht in der Lage, in Marketingkategorien zu denken. Wie sieht denn die Realität heute aus?

Kosteneinsparungen über alles auf der einen Seite, kurzfristige Umsatzmaximierung auf der anderen. Die Unternehmen sind rein verkaufsgetrieben. Alle wollen nur noch Full-Service-Kunden, alle kämpfen um die Coca-Cola-Budgets dieser Welt. Die Verkäufer vor Ort bieten ihre Dienste wie Sauerbier an und geben sich die Klinke in die Hand. Heraus kommt im besten Fall eine Preisverhandlung. Die Stärke ihrer Produkte kennen die wenigsten.

Welche Marketingbotschaft wird dem Handel und in Richtung Endkunde kommuniziert? Wie wird überhaupt kommuniziert? In Relation zur Größe der Werbeartikelbranche sehr wenig. Marketing bedeutet in unserer Branche, einen Katalog zu machen, eine Roadshow durchzuführen.

ren. Es werden auch immer weniger Produkte auf Veranstaltungen verteilt – eigentlich das Aushängeschild der Branche.

Eine aktuelle Analyse des PSI zeigt, dass die Hersteller und Importeure die klassischen Marketinginstrumente wenig bis gar nicht nutzen. Das ist unfassbar. Selbst Marken werden nicht kommuniziert. Anfragen im Rahmen der PSI Analyse zeigten, dass Marketingplanung und Kampagnenmanagement nicht stattfinden. Dabei gibt es fantastische Marken, die im Handel kaum präsent sind. Hier wird Umsatz verschenkt.

Verkauf geht ohne Marketing nicht. Die Kommunikation der Botschaften und Markeninhalte sind zentrale Erfolgsfaktoren. Die Hersteller und Importeure sollten darüber nachdenken. Ständige Reorganisation ist wenig zielführend. Richten wir den Fokus daher neben dem Vertrieb vor allem auch auf kreatives Marketing. <



»Die Kommunikation der Botschaften und Markeninhalte sind zentrale Erfolgsfaktoren.«

Es grüßt Sie

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

2013 PSI FUARI

Çesitliliğin yeni tanımı!

09. – 11.01.2013, Düsseldorf

1 numaranız Düsseldorf'ta!

09. – 11.01.2013 günleri arasında uluslararası lider fuarı ziyaret edin ve reklam malzemeleri sektörünün en büyük agından yararlanın.

Sadece burada:

- **Sektörün en büyük ürün sergisini bulabilir,** 30'dan fazla ülkeden 1.000 reklam malzemesi üreticisi ve ithalatçısıyla karşılaşılabiliyorsunuz!
- **150 yenilikçi şirketin** eşsiz sunumu ve yaklaşık **40 uluslararası mucidin** yepyeni ürün fikirleri HALLE13'tedir!
- Yeni **International Associations Area**, yani Uluslararası Birlikler Alanı'na ait yaklaşık 1.000m² üzerinde uluslararası sektör dernekleriyle buluşabilirsiniz!
- 800m² büyüklüğündeki makine parkımızda son işleme ve ambalajlar konusu ile ilgili birbirinden ilginç bilgiler alabilirsiniz. Salon 12'deki genişletilmiş **Technology Forum** uzmanlar kendi aralarında toplanıyor!

**ZİYARETCİ BİLETİNİZİ
ONLINE FİYATINA
67,- € [MAGALOG DAHİL]
www.psi-messe.com/tickets
SİTESİNDEN AYIRTIN**

Reklam malzemeleri sektörünün uluslararası lider fuarı için biletlerinizi simdiden **www.psi-messe.com/tickets** sayfasından ayırtın – hem 10,- € tasarruf edin hem de bekleme süresini önleyin!

Buradan tarayın!



Bizi



XING

LinkedIn

an ziyaret edebilirsiniz.

Inserentenverzeichnis / Index of advertisers:

PSI Nr.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
41542	Althans GmbH & Co. KG Plüschtierfabrik	031
48737	AMEWI Trade e.K.	033
44291	Araco International B.V.	066+067
41169	ASS, Spielkartenfabrik Altenburg GmbH	079
	AVIRSU	065
46781	AXXEL Sp. Z.o.o.	083
49043	bwg	045
	CGASA	039
45619	CLIPY	007
45081	CREAS Vertriebs-GmbH	027
9847	CRIMEX GmbH	119
45562	Design im Dorf 25	027
47107	Diarpell s.r.l.	119
303	Erich G. Döbler e.K.	119
48758	Eco Partners Corporation AG	107
42480	ERGA Srl	002
48315	fischertechnik GmbH	079
44389	Floringo GmbH	027
41048	Gutter GmbH & Co. KG	021
45918	Herzog Products GmbH	U3
43540	Intraco Trading bv	017, 028, 034, 072, 078, 087
47696	Jamara e.K.	003
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	U4
48427	KAPATEX s.r.o.	107
47464	Karlowsky Fashion GmbH	035
41794	Karl Knauer KG	087
47406	koziol » ideas for friends GmbH	031
46591	Kreutz GmbH	019
40717	Lensen Toppoint B.V.	014, 021, 025, 033, 036, 038, 069, 075, 082, 088
40717	Lensen Toppoint B.V.	017, 075
45974	Multiflower GmbH	031
47992	Plantanas Group GmbH	077
40637	Plastoria	023
42332	prodir S.A.	001
50183	PROMOTURK	063
43952	PSI NL der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	037, 061, 073, 085, 093, 101, 105, 117
49990	PTE Trade Show	097
46563	Ravensburger Spieleverlag GmbH	071
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	015
44186	team-d Import Export Warenvertriebs GmbH	027
46818	Trade Only Ltd.	089
48697	triangle GmbH	081
44970	TRIGON Deutschland GmbH	069
46381	TWIN PRODUCTION s.r.o.	107
41848	uma Schreibgeräte	005
42394	WÖRTHER GmbH	029, 081
48535	Zustell-, Transport- und Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG	079
44323	Zweibrüder Optoelectronics GmbH	U2
PSI Nr.	Beilagen / Inserts (*Teilaufgabe / *Part of Circulation)	
47225	Hirsch Liquid Ideas GmbH	*
	PSI NL der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	

Döbler Werbeartikel: Maßgeschneiderte und klassische Werbeartikel für alle Branchen.

VERTRIEBSMITARBEITER (IN) in Vollzeit

Ihre Aufgaben:

- Neukundenakquise
- Bestandskundenpflege
- Persönliche und telefonische Beratung unserer Kunden
- Selbstständige Projektbetreuung (Ideenfindung/Konzeptionierung/Angebotserstellung/Rechnungslegung)

Ihr Profil:

- Vertriebserfahrung
- Verhandlungssicheres Auftreten
- Abgeschlossene kfm. Ausbildung
- Kreatives Denken – lösungsorientiertes Handeln
- Kommunikationsstark
- Idealerweise Berufserfahrung in der Werbeartikelbranche

Döbler Werbeartikel

Inhabergeführtes, alteingesessenes Unternehmen im Hamburger Umland bietet Ihnen eine leistungsgerechte Vergütung, selbstständiges Arbeiten in einem kleinen Team und die Möglichkeit, Ihre Stärken im Außen- und Innendienst zu kombinieren.

Aussagekräftige Bewerbungen mit Gehaltsvorstellung und möglichem Eintrittstermin per E-Mail an: bewerbung@doebler-wa.de

www.doebler-wa.de

Well-known Italian firm operating for over 40 years in paper processing industry, specialized in production of promotional items and leather goods exclusively made in Italy, search:

agents, representatives

with experience in the field.

The candidate should have strong interpersonal skills and determination to self-employment and the achievement of objectives.

Paid commissions to the achievement, real and concrete career opportunities.

Send CV to: diarpell@diarpell.it

DIARPELL S.p.A. - Via di Caltanissetta 37 - 00185 Firenze - Italy - Tel. +39 055 314101 - Fax +39 055 317104 - www.diarpell.it

**WAS SIE NACH FEIERABEND
TREIBEN, IST UNS EGAL * ...**



* das gilt auch für Missionare

CRIMEX

IHR PARTNER FÜR WERBEMITTEL UND WERBEARTIKEL

**... HAUPTSACHE, SIE SIND BEI UNS
AUCH MIT LEIDENSCHAFT DABEI!**

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



UHREN, ACCESSOIRES UND KLASSIKER

Die Nachfrage nach Luxusgütern ist nach wie vor ungetrübt. Dies ergab eine Studie der Beratungsgesellschaft Bain & Company. So können Hersteller von Uhren, Schmuck und Modeaccessoires 2012 mit einem zweistelligen Umsatzwachstum rechnen. Eine Auswahl an echten Schmuckstücken stellen wir Ihnen in der kommenden Ausgabe des PSI Journals vor. Trendige und stylische Werbeartikel dürfen in diesem Zusammenhang natürlich auch nicht fehlen: Kreative Neuheiten gibt es in der Dezember-Ausgabe.

Bitte denken Sie schon jetzt an das Titelthema der Januar-Ausgabe „Messeneuheiten 2013“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 7. November 2012 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechmer@edit-line.de. <



MAKE THE PAPER TALK

Unter dem Motto „Make the paper talk!“ produziert das polnische Unternehmen PromoNotes individuell gestaltete Haftnotizen und viele artverwandte Produkte. Auf den Grundlagen von Qualität, Innovation und Flexibilität präsentiert sich PromoNotes dem Werbeartikelhandel als idealer Partner. <



ES GRÜNT SO GRÜN ...

Es gibt sie klein, groß, einfarbig grün und bunt – kaum ein Werbeartikel präsentiert sich so vielseitig wie die Werbepflanzen von emotion factory. Doch das ist nicht ihr einziger Pluspunkt: Sie sind für die Branche wie geschaffen, schließlich wächst mit der Pflege der Sprösslinge die Beziehung zum Produkt und zum werbenden Unternehmen. Seit 10 Jahren sind Pflanzen die treibende Kraft hinter dem Erfolg des Vaihinger Unternehmens. <

IMPRESSUM

Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-Wirtschaft von
PSI Promotional Product Service Institute
Niederlassung der Reed Exhibitions
Deutschland GmbH
Völklinger Straße 4, D-40219 Düsseldorf
Telefon: +49 211 90191-0
Telefax: +49 211 90191-180
Internet: www.psi-network.de

Herausgeber: Michael Freter

Geschäftsleitung: Hans-Joachim Erbel, Matthias Templin

Redaktion: Edit Line Verlags- und Produktions-GmbH
Dekan-Laist-Straße 17, D-55129 Mainz
im Auftrag der PSI GmbH

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

Redaktion: Simon Dietzen, Martin Höchmer,
Christian Jacob, Regine Krings, Werner Menzel,
Christoph Zimmermann

Chefvom Dienst: Martin Höchmer

Verkaufsleitung: Gülten Cihantimur

Anzeigenleitung: Anja Späker

Objektleitung: Anja Späker

**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:**

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: Charlie Pace, Reed Exhibitions UK

Tel. +44 20 89107748

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, Julia Niss,
Doreen Balber

Fotos: Ursula Geppert, Martin Höchmer, 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

Sound Trends Innovation Design



EARBANG

Stylische In-Ear-Ohrhörer aus Kunststoff in Weiß.
10mm Treiber. Frequenz: 20-20.000 Hz. Impedanz: 16 Ohm
30 mW maximaler Input. Kabellänge 1,2 m. 3,5mm Klinke.



HEADBANG

Stylischer Stereo-Kopfhörer
mit Lautstärkeregler.
Ein echter Blickfang.



BLUETOOTH TOWER

Genießen Sie klaren HiFi Sound direkt von Ihrem iPhone/iPod mit dem iTower Speaker Heim-Audiosystem. Built-in-Docking-Station für die einfache Plug-and-Play-Bedienung, benötigt keine Verkabelung oder zusätzliche Audio-Komponenten.
Video-Out-Unterstützung für die Wiedergabe von Filmen auf Ihrem Fernseher.
Das 60-Watt-System liefert über vier separate Lautsprecher und einen integrierten Subwoofer vollen und satten Klang. AUX-Buchse und Funkfernbedienung.



ZOGI

www.zogi.biz

Starke Botschaft

Die „An Weihnachten ist der Weihnachtsmann für alle der Bringer“ Werbe-Giveaway-Idee.

