

JOURNAL



Heiner und Torsten Jansen
Jansen Verkaufsförderung
Eingespieltes Duo



Dirk Schmidt
10 Jahre Malgrado
Trendige
Werbetextilien

Werbeartikel-Guide
Süßes Leben
Büro, Computer, USB

Strimaxx
Die schöne Welt
textiler Werbemittel

Trends & Brands
Der längste Tag
des Jahres
Sich Zeit nehmen

PREMIERE

PSI 2014
GROSSER
AUFTRITT



Das EB-19 Aluminium

Das preisgünstigste Aluminiumfeuerzeug der Welt!



In sechs erfrischenden Farben erhältlich



it's my flame!

Elektronica SM-Handels GmbH
Mergenthaler Str. 29 - 31

D-48268 Greven
Germany / Allemagne

Fon: +49 (0) 2571 / 57890-0
Fax: +49 (0) 2571 / 57890-15

E-Mail: info@elektronica.de
Internet: www.elektronica.de

EDITORIAL

PHARMA SETZT AUF VERBOT

Sie sind alle dabei: von Abbott über Bayer und Boehringer, Merck und Novatis bis hin zu Pfizer und UCB aus Brüssel. Und was sie vorhaben, ist für die Werbeartikelwirtschaft schlichtweg eine Katastrophe. Der europäische Verband der Arzneimittelhersteller European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA) oder vielmehr die Mitglieder, die diesen Verband tragen, wollen künftig den Werbeartikel als Werbeinstrument für alle Mitglieder verbieten. Der europäischen Werbeartikelwirtschaft droht damit ein Umsatzrückgang von gut 20 Prozent. Manche Unternehmen wird es sogar die Existenz kosten, wenn sie sich zu sehr auf Kundschaft aus diesem Bereich spezialisiert haben.

Erstaunlich und erschreckend zugleich, dass keiner der europäischen Verbände davon frühzeitig Wind bekommen hatte. Schon auf der kommenden Mitgliederversammlung (24. bis 25. Juni) der EFPIA soll der Beschluss im Rahmen eines Transparenzkodex über die Bühne gehen. Die Mitglieder des Verbandes wurden schon jetzt darauf hingewiesen, ihre Ordertätigkeit darauf abzustellen, dass ab dem 30. Juni 2014 das totale Verbot für Streuartikel mit Produktwerbung wirken soll.

Unglaublich, was da vor sich geht. Schon oft stand die Pharmaindustrie in allen europäischen Ländern am Medienpranger – noch nie wegen des Einsatzes von Streuartikeln wie Kugelschreibern, Blöcken oder Schlüsselanhängern mit Werbeaufdruck. Und jetzt will man gerade dieses hochwirksame Werbeinstrument verbieten. Wie lächerlich ist denn das? Da liegt der Verdacht nahe, dass man im Transparenzkodex von den Dingen ablenken möchte, die nicht transparent sind und auch nicht verboten werden sollen.

Gibt man sich in diesen Verbandskreisen wirklich der Hoffnung hin, dass man so von den luxuriösen „Werbetools“ ablenken kann, die es laut Transparenzkodex überhaupt nicht gibt? Nach dem Motto: Wir sind sauber, seht her, wir setzen keine Streuartikel ein. Solche Ammenmärchen kann man vielleicht Journalisten in Turkmenistan erzählen, aber doch nicht hier in Europa. Und wie unklug ist das grundsätzlich? Da opfert man eine allseits anerkannte, von Wirkungsforschern hochgelobte und selbst von Steuerprüfern voll akzeptierte Werbeform – ohne schlüssige Begründung. Und ganz Europa spielt mit.

Das PSI wird auf jeden Fall alle Hebel in Bewegung setzen, um eine Meinungsänderung herbeizuführen. Gespräche müssen geführt, Stellungnahmen geschrieben werden. Die Verbände haben ebenfalls massiv mobil gemacht. Auch bei Ihnen? Helfen auch Sie persönlich, wo es nur geht – denn es geht um den Werbeartikel und damit auch um uns.

In diesem Sinne



Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal
schloesser@edit-line.de



Manfred Schlösser

Be yourself.

Be
pure.



DS2.
Neu mit
Druckknopf
in Neon.
Mehr
braucht's
nicht.

Personality pens.
Swiss made.

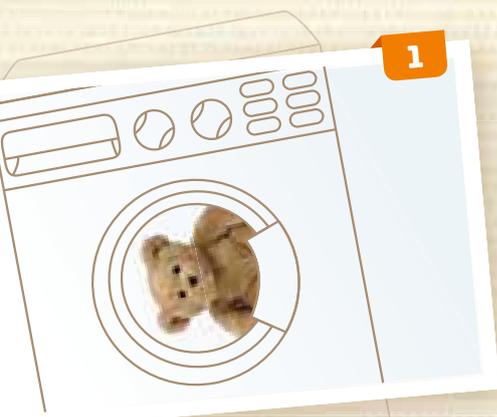
prodir®

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

Prodir SA
Zona Industriale 1/2
CH-6802 Rivera
+41(91) 935 55 55

www.prodir.com

Schwindelfrei - selbst bei 60°



Auf alle Felle Minifeet!

Minifeet steht für Qualitätsplüsch, den Ihre Kunden lieben werden, denn: Er ist ebenso hochwertig wie Ihre Marke.

- 100 % textiles Vertrauen nach Ökotex-Standard
- strapazierfähiges Material, bei 60° waschbar
- frei konfigurierbare Accessoires, z.B. T-Shirts, Schals u.v.m.

www.minifeet.de

MBW Vertriebsges. mbH
Tel.: 04606 - 94 02 0

SÜSSES LEBEN

12

Das Thema dieser Rubrik dreht sich nicht nur um die beliebten süßen Streuartikel. Das „süße Leben“ fassen wir hier in seinem weiteren Begriffssinn auf. Es umschließt all die Erzeugnisse, die das Leben ein wenig angenehmer machen und damit auch noch eine treffliche Werbewirkung entfalten. In unserer zweiten Titelstrecke stellen wir Produkte aus den Bereichen Büro, Computer und USB vor.



TRENDS & BRANDS	Sich Zeit nehmen	4
	Der längste Tag des Jahres	6
FOKUS	52. PSI 2014: Großer Auftritt für Werbeartikel	8
SÜSSES LEBEN	Sinnliche Erfahrungen	12
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	24
	Internationale Werbeartikeltage Leipzig: Zum dritten Mal erfolgreich	30
	Slider-Kampagne geht in zweite Runde: Schneider on the road again	32
BÜRO, COMPUTER, USB	Digitale Werbehilfen	34
UNTERNEHMEN	Strimaxx & Friends: Die schöne Welt der Textilien	50
	10 Jahre Malgrado Fashion & Promotion GmbH: Trendige Werbetextilien	52
PORTRAIT	Heiner und Torsten Jansen: Eingespieltes Duo	54
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	58
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	62
MEINUNG		64
IMPRESSUM		68

52. PSI: GROSSER AUFTRITT FÜR WERBEARTIKEL

8



Seit es die PSI Messe gibt, ist sie stetig professioneller und anspruchsvoller geworden. Die 52. PSI wird ein Meilenstein in der PSI Geschichte werden: Mit frischem Erscheinungsbild und Inszenierung als Lifestyle-Event werden verstärkt neue, junge Besucherzielgruppen angesprochen. Überzeugend kommuniziert wird dieses Konzept durch die Marketing-Kampagne 2014.

AHA 2013 : ZUM DRITTEN MAL ERFOLGREICH

30



Gemeinsam mit den Branchenprofis Abakus und Hallbauer lud die Leipziger Messe Anfang März zur größten Werbeartikel-Veranstaltung in Mitteldeutschland ein. Die AHA – Internationale Werbeartikeltage Leipzig präsentierten sich damit bereits zum dritten Mal einem interessierten Fachpublikum.

STRIMAXX: DIE SCHÖNE WELT DER TEXTILIEN

50



Das Unternehmen Strimaxx & Friends bietet dem Werbemittelhandel ein breites Spektrum schöner wie neuer textiler Promotionsprodukte. Es vereint langjährige Branchenkompetenz mit leistungsfähiger Vertriebsstärke und setzt auch auf qualitativer Seite beeindruckende Akzente.

HEINER UND TORSTEN JANSEN: EINGESPIELTES DUO

54



Kriegskindheit und fast drei Jahrzehnte beim selben US-amerikanischen Konzern: Geprägt, gestählt und beseelt vom Willen zur Selbstständigkeit, gründet Heiner Jansen 1988 die Jansen Verkaufsförderung GmbH & Co. KG. Heute mit an Bord und seit 1999 Co-Geschäftsführer: Sohn Torsten Jansen. Die Vater-Sohn-Beziehung ist auch im Geschäftsleben bestimmt von Respekt, Freundschaft und Optimismus.

KARLOWSKY
INTERNATIONALE VERBEARTIKELTAGE

DER KARLOWSKY FASHION
**VEREDELUNGS
 EXPRESS**

IN 48H BEI IHNEN!



WENN ES SCHNELL GEHEN MUSS!

BIS ZU 25 STÜCK

INKL. DRUCK (1-FARBIG)

IN 48 h BEI IHNEN

Wählen Sie aus unserem umfangreichen Textilsortiment - Schürzen, Kochjacken und Accessoires - wir haben die richtigen Artikel für Ihr Projekt!



Kochmützen



Kochjacken



Schürzen



Accessoires

Mehr erfahren Sie im aktuellen Hauptkatalog 2013 - fordern Sie diesen einfach auf www.karlowsky.de an!



Mehr Informationen auf:
[facebook.com/karlowskyfashion](https://www.facebook.com/karlowskyfashion)

**RETRO STYLE**

Lehoff Im- und Export GmbH
PSI Nr.: 41259
www.lehoff.de

**CHIC MEETS DESIGN**

Lexon S.A.
PSI Nr.: 45457
www.lexon-design.com

**LET'S ROCK**

LM Accessoires
PSI Nr.: 42487
www.lm-accessoires.com

SICH ZEIT NEHMEN

Wir verlieren Zeit, wir gewinnen Zeit, wir verschwenden Zeit oder wir sparen Zeit. Die Zeit ist ein elementarer Bestandteil unseres Lebens. Dabei kann das Verständnis von Zeit je nach Kultur variieren. In monochronen Kulturen ist die Zeit fast schon etwas Materielles. Ein Gut, das knapp werden kann. Pünktlichkeit wird in diesen Kulturen großgeschrieben und Tätigkeiten werden nacheinander und zeitlich geregelt ausgeführt. In polychronen Gesellschaften leben die Menschen in der Zeit, sie empfinden sie als Element der Natur, das nicht beeinflussbar ist. Pünktlichkeit im Sinne monochroner Kulturen gibt es nicht. Menschen mit polychronem Zeitverständnis haben Zeit und hetzen dieser nicht hinterher. Damit auch Sie Zeit für die schönen Dinge im Leben haben, stellen wir Ihnen im Folgenden zeitlos schöne Produkte vor.

**BLICKFANG**

Sompex GmbH
PSI Nr.: 41288
www.sompex.de

Be soft.

**Be
pure.**



**ES1.
Neue Soft-Touch
Farben
zum Anfassen.
Mehr braucht's
nicht.**

**Personality pens.
Swiss made.**

Prodir GmbH
An der Molkerei 8
D-56288 Kastellaun
Hotline: +49 (6762) 1051
www.prodir.com

Prodir SA
Zona Industriale 1/2
CH-6802 Rivera
+41(91) 935 55 55

prodir®

**MUSIK ZUM RELAXEN**

Nestler-matho GmbH & Co. KG

PSI Nr.: 41816

www.nestler-matho.de**ALLES DABEI**

Meinzer GmbH

PSI Nr.: 44643

www.ambiente-meinzer.de**PICKNICK**

Linotex GmbH

PSI Nr.: 44455

www.linotex.com**PRAKTISCH ZU TRANSPORTIEREN**

Inspirion GmbH

PSI Nr.: 42907

www.inspirion.eu**DER LÄNGSTE TAG DES JAHRES**

Die durchschnittliche jährliche Sonnenscheindauer liegt in Deutschland je nach Ort zwischen 1300 und 1900 Stunden. Spitzenreiter in Europa sind unter anderen die französische Stadt Digneles-Bains, Calvià auf Mallorca oder Kreta mit 300 Tagen Sonnenschein im Jahr. Am 22. Juni wird auf der nördlichen Halbkugel die Sommersonnenwende begangen. Überall wird dann der längste Tag des Jahres gefeiert. Die Sonnenwendfeiern sind ursprünglich ein heidnisches Fest und noch heute wird vielerorts an den verschiedenen Bräuchen festgehalten. Der Sonne zu Ehren werden Feuer entzündet und Feuerkränze ins Tal gerollt. Im südlichen Mitteleuropa lässt man auch nach wie vor brennende Lichter Bäche und Flüsse hinabschwimmen. Bräuche wie das Ringelstechen, bei dem Reiter vom Pferd aus aufgehängte Ringe mit einer Lanze herunterholen und Vogelschießen, bei dem mit einer Armbrust auf einen hölzernen Vogel geschossen wird, werden auch heute noch gepflegt. Ganz gleich wie die Sommersonnenwende gefeiert wird: Der längste Tag des Jahres lädt zu Aktionen im Freien ein.

HANES® präsentiert:

**Cool-DRI®
PERFORMANCE**

Mit Reflektoren*



**NEUES SUPER
DEHNBARES
MATERIAL!**

4 NEUE STYLES
FÜR HERREN
UND DAMEN

**NEUE HANES®
FARBEN!**

**NEU!
FRÜHLING/
SOMMER
2013**

* reflektierende Streifen
und Logo auf Rückseite



Mehr Informationen auf www.smartwares-printables.eu oder
QR-Code einscannen und die komplette Hanes®-Kollektion ansehen!

Hanes all you need.®



MARKETING-KAMPAGNE ZUR 52. PSI

GROSSER AUFTRITT FÜR WERBEARTIKEL

Seit es die PSI Messe gibt, ist sie stetig professioneller und anspruchsvoller geworden – und jedes Jahr ein wenig anders. Wandel und Entwicklung waren und sind erforderlich, um eine Leitmesse immer wieder an die Bedürfnisse der Branche anzupassen. Die 52. PSI, die vom 8. bis 10. Januar 2014 stattfindet, wird ein Meilenstein in der PSI Geschichte werden: Mit erneut frischem Erscheinungsbild und der Inszenierung als Lifestyle-Event sollen verstärkt neue, junge Besucherzielgruppen angesprochen werden. Überzeugend kommuniziert wird dieses Konzept durch die Marketing-Kampagne 2014.



3 FRAGEN AN MICHAEL FRETER

Geschäftsführer PSI

Seit Monaten schon strickt das PSI Messteam mit Unterstützung einer professionellen Werbeagentur am Konzept für die 52. PSI, das jetzt im Wesentlichen steht. Ausgangspunkt für die Konzeption war auch dieses Jahr zunächst die Analyse der Situation: Auch die diesjährige PSI war wieder Branchentreffpunkt, Neuheiten- und Informationsplattform, die durch Qualität, Vielfalt und Internationalität überzeugte. Diese europaweit einzigartigen Vorteile sollen in der neuen Kampagne noch stärker als bisher herausgearbeitet und kommuniziert werden. Die verschiedenen Motive und Claims richten sich an Aussteller respektive Besucher und lassen in der Wahrnehmung aller Zielgruppen ein gänzlich neues Bild der PSI entstehen: das Bild einer Produktschau, in der sich alles um die Exponate dreht, denn die Produkte in ihrer Vielfalt und Kreativität sind es, die die PSI zur bedeutendsten Werbeartikelmesse Europas machen. Zum Einkaufsparadies der Branche, das Produktrends nicht nur zeigt, sondern erlebbar macht.

HAUPTDARSTELLER DER PSI: DIE PRODUKTE

Die PSI, wie wir sie heute erleben, ist das Ergebnis einer Entwicklung von mehr als fünf Jahrzehnten. Um der Branche auch künftig eine Plattform für erfolgreiches Business zu bieten, wird sie von PSI jedes Jahr ein bisschen anders gedacht, nach dem Motto: Was können wir noch besser machen? Immer wieder ein spannender Prozess. Zielführend war in diesem Jahr

Was gefällt Ihnen am besten an der neuen PSI Kampagne?

Dass die Agentur die Kerngedanken unserer neuen Messestrategie so witzig und kreativ umgesetzt hat! Wir waren von den Key Visuals nicht nur überzeugt, sondern begeistert. Unser Ziel ist es, die PSI Messe als jungen, frischen, spannenden Event zu positionieren, bei dem man einfach dabei sein muss, um up to date zu sein. Denn nirgendwo sonst in Europa ist in drei Tagen eine solche Fülle an interessanten Produkten und Innovationen zu sehen. Das macht bis heute die Einzigartigkeit der PSI Messe aus, und das möchten wir betonen. Deswegen haben wir für die 52. PSI eine Marketing-Kampagne entwickelt, die die Produkte selbst in den Fokus rückt.

Welche Botschaften soll die neue PSI Kampagne transportieren?

Die PSI ist ein Must-see-Event mit einem außerordentlich breiten und tiefen Angebot an Produkten, die höchsten Ansprüchen an Design und Qualität genügen. Sie ist Europas wichtigste Plattform für Werbeartikel-Innovationen und Branchen-Networking. Diese Kernbotschaft soll alle Besucher, insbesondere auch die Zielgruppe potenzieller, neuer Besucher ansprechen, die die PSI noch nicht selbst erlebt haben. Ihnen wollen wir die Messe als Lifestyle-Event näher bringen, in dessen Rahmen sie für Kunden aus allen Bereichen trendige, werbewirksame Produkte finden können.

Was ist neu an der 52. PSI?

Die Ideenvielfalt, die in der Messe steckt und die sich über alle Produktgruppen erstreckt, soll erlebbar gemacht werden. Die Produkte sind die wirklichen Stars der Messe! Sie sind nicht nur an den Ständen zu sehen, sondern werden in jeder Halle in verschiedenen Neuheitenshows mit speziellem Fokus inszeniert. Mehr wird noch nicht verraten, doch soviel sei gesagt: Die 52. PSI wird ein neues, überraschend anderes Erscheinungsbild haben und noch mehr Services und Gelegenheiten zum Netzwerken bieten.





3 FRAGEN AN ALEXANDER DE VRIES

Geschäftsführer reinstil, Agentur für Werbung und Ideen

Wie sah das Briefing für die Agentur aus?

Unsere Aufgabe war es, Ideen zu entwickeln für eine PSI Kampagne 2014, die sich deutlich von den vorigen abhebt, die Zielgruppe auch emotional anspricht und den Kern der PSI Messe, die Werbeartikel selbst, in den Mittelpunkt stellt. Auch der Verjüngung der Marke PSI sollte Rechnung getragen werden.

Können Sie den Erkenntnisprozess kurz erläutern, der zu dem neuen Werbekonzept geführt hat?

Wir haben die PSI Messe einmal mit Distanz, sozusagen aus der Vogelperspektive, betrachtet. Wenn man den Blickwinkel derart verändert, werden Zusammenhänge deutlich, die zuvor nicht so offensichtlich waren. In diesem Fall war es die Erkenntnis, dass die PSI eine große Plattform für Mode ist: Ob Formgebung, Farben, Materialien, Funktionen – jedes Jahr spiegelt die Messe die jüngsten modischen Trends wider. In allen Produktgruppen gibt es Artikel, die so attraktiv sind, dass man sie am liebsten gleich mitnehmen würde. Den sich daraus ergebenden Lifestyle-Charakter der PSI möchten wir herausarbeiten. Richtungsweisend für das Design war, wie Werbeartikel im PSI Journal dargestellt werden. Vor allem die Seiten „Trends & Brands“ zeigen, wie modern und „lifestylemäßig“ Werbeartikel inszeniert werden können. Daran wollten wir anknüpfen.

Das erste Key Visual ist gewagt, ein echter Hingucker: Ein Mops präsentiert Werbeartikel. Welche Idee steht dahinter?

Ja, der Mops soll wachrütteln, überraschen – der kleine, selbstbewusst in die Welt guckende Kerl provoziert garantiert Emotionen der unterschiedlichsten Art! Ein Mops ist nicht irgendein Hund – er ist stylish, absolut im Trend, und damit repräsentiert er perfekt die Welt der Werbeartikel, mit denen er ausgestattet ist. Die Auswahl seiner Werbeartikel-„Accessoires“ ist bunt und vielfältig wie das riesige Produktangebot auf der PSI. Der Claim „Time to surprise“ verweist auf die PSI Messe, die mit Spannung erwarteten Innovationen in Europas größter Shopping Mall der Branche.

der Gedanke, die Produkte selbst in den Fokus zu stellen und ihre Bedeutung als Kern des Messegeschehens zu betonen. Denn um der Produkte willen kommen Besucher aus der ganzen Welt nach Düsseldorf, neugierig, was sie dort an Innovationen, Variationen und Ideen erwartet. Tolle Stände, viele Gespräche, neue Kontakte – auch dabei dreht sich alles um die Produkte. Um den Partner gut zu bedienen und den Kunden zu begeistern, braucht es die passenden Produkte. Die Klassiker wie die Ausgefallenen, die Streuartikel wie die Präsente, die Großen wie die Kleinen und auch diejenigen, die man noch nie gesehen hat. Sie alle findet man auf der PSI, präsentiert von über 900 Ausstellern, in enormer Vielfalt. Trends kreieren oder Trends für sein Business nutzen – es lohnt sich, dabei zu sein, ob als Aussteller oder als Besucher. Das ist die zentrale Message der Marketing-Kampagne 2014.

DIE PSI SETZT MASSSTÄBE

„In unseren Überlegungen sind wir immer wieder darauf zurückgekommen, dass Werbeartikel nicht nur Kommunikationsmedien sind, sondern tatsächlich auch begehrte Lifestyle-Produkte. Denn unsere Branche orientiert sich an den Trends, die Designer auf der ganzen Welt schaffen. Unsere Lieferanten greifen diese mit unglaublicher Kreativität auf und setzen sie



in marktfähige Produkte um. Oder sie haben eigene Designer, die exklusiv für sie arbeiten. Insofern setzt die PSI selbst Trends, denn sie vereint die angesagtesten Artikel unter einem Dach“, erklärt Michael Freter. Was liegt also näher, als die 52. PSI zur großen Bühne für ihre Hauptdarsteller, die Werbeartikel selbst, zu machen? Diese Idee wird sich im Erscheinungsbild und in der Messegestaltung in detail widerspiegeln. Time to surprise!

LIFESTYLE TRIFFT WERBEARTIKEL

Die Produkte sind es also, um die sich auf der PSI alles dreht, und diese Idee wurde in der der Werbelinie zur 52. PSI aus-

drucksstark umgesetzt. Die auffälligen und bunten Key Visuals rütteln garantiert jeden wach, der damit konfrontiert wird. Denn da sind erstmals auf einem Messeplakat wirklich Werbeartikel zu sehen, und zwar so witzig und originell präsentiert, dass man bestimmt zwei Mal hinschaut: Der Mops, Symbol eines modernen, extravaganen Lebensstils, trägt sie stolz und gelassen spazieren. Wie in einem Suchbild vertieft sich der Betrachter in das Motiv und entdeckt die verschiedensten Produkte darin: ein kleiner Vorgeschmack auf den Innovationspool PSI. Dabei sein ist alles! <



SÜSSES LEBEN

SINNLICHE ERFAHRUNGEN

Das Thema dieser Rubrik dreht sich nicht nur um die beliebten süßen Streuartikel. Das „süße Leben“ fassen wir hier in seinem weiteren Begriffssinn auf. Es umschließt all die Erzeugnisse, die das Leben ein wenig angenehmer machen und damit auch noch eine treffliche Werbewirkung entfalten.

Zwar wird man beim Schlagwort „Süßes Leben“ als Werbemittelberater zunächst an die kleinen, wiewohl werbestarken Produkte aus Schokolade, Zucker oder anderen leckeren Aromastoffen denken. Zu recht, denn auf diesem Sektor haben die Spezialisten der Branche ein umfangreiches wie vielfältiges Programm zu bieten. Zum „süßen Leben“ zählen jedoch weit mehr Dinge. Das italienische „Dolce Vita“ bringt dies vielleicht noch klarer zum Ausdruck. Es bezeichnet all jene Ingredienzien, die dem Dasein einen lebenswerten Inhalt verleihen. Dazu zählt natürlich weit mehr als nur geschmacklich gefällige Momente. Es umfasst eben auch alle sinnlich erfahrbaren Reize, welche entweder nur für sich oder in einer bestimmten Kombination positive Gedanken, Gefühle, Erinnerungen oder Assoziationen erzeugen. Beispiele für Produkte, die in dieser Weise „funktionieren“, gibt es auf dem Werbemittelsektor schier ohne Zahl. Und diese beschäftigen unter dem Schlagwort „Multisensorisches Marketing“ seit einiger Zeit auch schon die Wissenschaft. Wir können Ihnen hier „leider“ nur eine Auswahl präsentieren. Die aber hat es in sich. <



FÜLLUNG NACH WUNSCH

Die Promo Bag der Firma Magna Sweets besteht aus einem Blockbodenbeutel, der wahlweise mit der beliebten Mandelmischung, Pfefferminzkissen mit Schokoladenfüllung oder Goldnüssen mit Schokoladenfüllung gefüllt ist. Die Werbeanbringung erfolgt in Form eines Kartoneinlegers, der individuell nach Kundenwunsch im lebensmittelechten Digitaldruck bedruckt wird.

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



MOTIVAUFSPELLER ALS BLICKFANG

Es gibt viele Anlässe, um eine kleine Aufmerksamkeit zu verschenken. Mit dem Teebeutel de Luxe in einem durchdacht gestalteten Motivaufsteller bietet Green Light ProMotion Products passend zu vielen Anlässen eine große Auswahl an Teevariationen. Zur Verfügung stehen 14 verschiedene Teesorten der weltweit beliebtesten Kompositionen. Die extravaganten Nylonteebeutel haben einen Header zum Anstecken an den Becherrand. Viel Werbefläche bietet der individuell gestaltbare Motivaufsteller, der sich nicht nur bedrucken lässt, sondern auch in Form gestanzt werden kann.

46307 • Green Light ProMotion Products • Tel +49 40 8195160
info@green-light.de • www.green-light.de

*Wir gießen
in Werbung
Schokolade*



Werbe-Schokoladentafel 50g

Besuchen Sie uns jetzt **online**
www.kaiserstuhl-chocolaterie.de



Kaiserstuhl Chocolaterie
GmbH & Co. KG
Ersteiner Str. 10a
79346 Endingen
Tel. +49 (0) 7642 90 00 90
info@kaiserstuhl-chocolaterie.de
www.kaiserstuhl-chocolaterie.de



NASCHKATZEN AUFGEPASST

Wer gerne Schokolade isst, weiß um deren vielfältige positive Eigenschaften. Denn die sekundären Pflanzenstoffe haben einen durchaus gesunden Effekt. Gute Laune macht Schokolade ganz nebenbei, denn sie regt die Serotoninproduktion an. Nun kann man ganz individuell und noch dazu originell für die kleine Nascheinheit sorgen. Einfach Schokolade im Topf schmelzen lassen, mit einem Löffel in die Aussparungen der Silikon-tastatur Reflects-Borlänge einfüllen und hart werden lassen. Fertig ist die eigene Büroschokolade! Wer aber auf die Kalorien achten muss, der kann die Form, die einer Computertastatur nachempfunden ist, auch zur Herstellung von Eiswürfeln benutzen.

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

EISKALT SERVIERT

Ein Trendartikel aus den USA sorgt jetzt auch in Europa für Furore: der Polar Pitcher, der ab sofort bei der Braun Handels GmbH bestellt werden kann. Dabei geht es um einen Kunststoffkrug mit einem Fassungsvermögen von 1,5 Litern und einem integrierten Kühlzylinder. Die Besonderheit hierbei ist, dass die Kühlung gleichmäßig über die gesamte Höhe des Pitchers erfolgt und im Gegensatz zur herkömmlichen Zugabe von Eiswürfeln der Geschmack der Getränke nicht verfälscht wird. Das Set besteht aus dem Pitcher mit Deckel, dem Bodenschluss zur Befüllung des Zylinders mit Eiswürfeln und dem Glacier Pack (einschraubbarer, zylinderförmiger Kühlakku). Werbung wird auf den Pitcher oder den Kühlzylinder gedruckt.

16107 • Braun Handels GmbH • Tel +49 9188 599407
p.braun@braun-handels.de • www.braun-handels.de

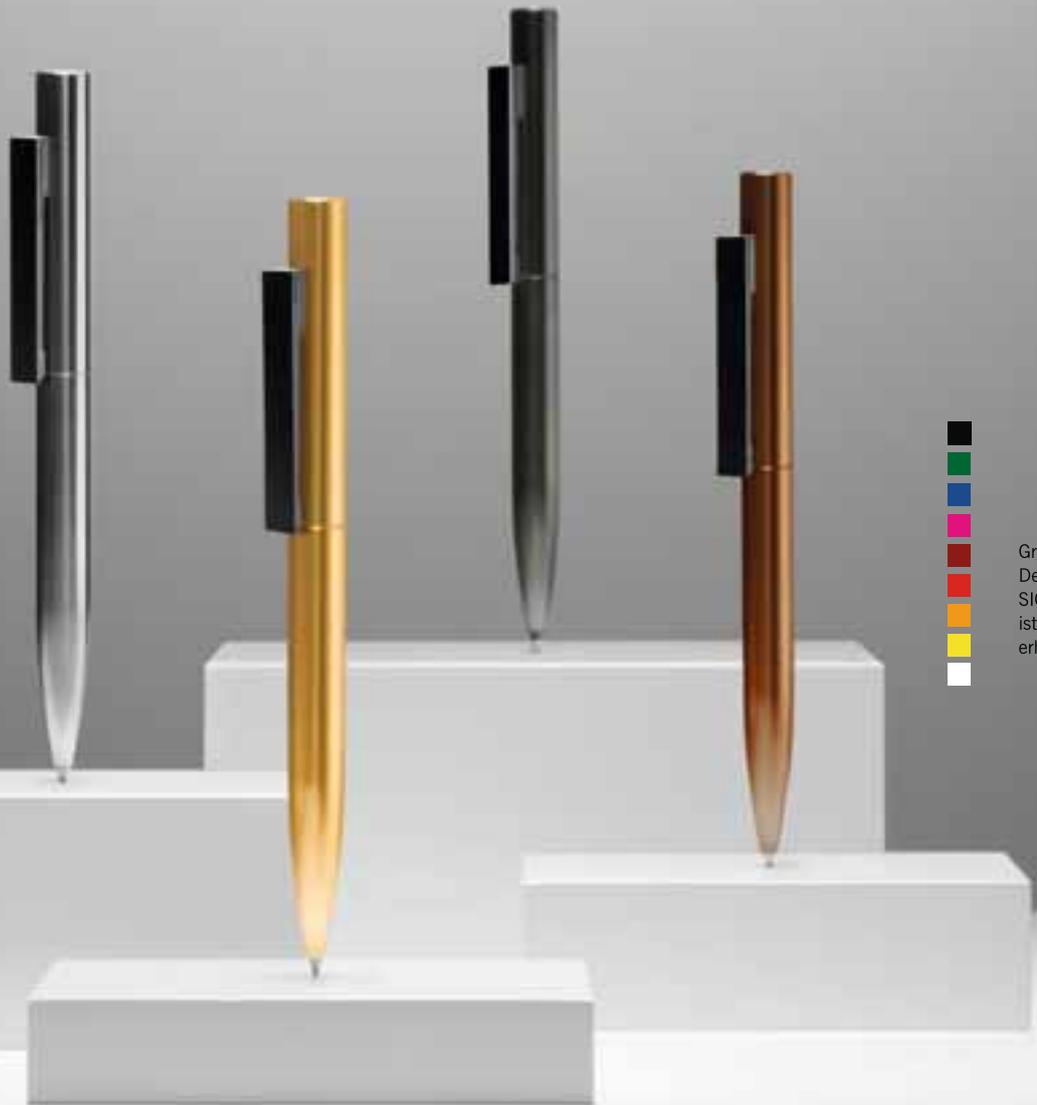


SOMMERLICHE KRAFTRESERVE

Unterstützt von der geballten Power des Drei-Gramm-Traubenzuckers mit Vitamin C von Jung Bonbonfabrik lassen sich Werbebotschaften wirklich günstig an alle Zielgruppen verbreiten, bei denen eine Zusatzportion Energie immer willkommen ist. Der Traubenzucker ist in einem Blister auf der Werbekarte fixiert. Ab 2000 Stück lässt sich diese im 4c-Digitaldruck vollflächig gestalten.

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

MACHT MARKEN ZU HELDEN.



Große Auswahl:
Der Clip des
SIGNER LINER®
ist in 9 Farben
erhältlich



reddot design award
winner 2013

DER NEUE SIGNER LINER® DESIGNED TO BRAND

Setzen Sie auf innovatives Design, 100% Made in Germany:
Mit seiner hochwertigen Materialkombination und einem
ausdrucksstarken Farbangebot bietet der SIGNER LINER® revolutionäre
Möglichkeiten für akzentstarke Markenkommunikation.

Mehr unter: www.senatorglobal.com

senator®

designed to brand



ÜBERRASCHUNGEN OHNE KALORIEN

Mit den Kuchenhandtüchern von Kundenpflege lassen sich auf originelle und witzige Art verpackte Gästehandtücher verschenken. Die verschiedenen „Leckerbissen“ werden aus farbigen Gästehandtüchern gewickelt, gerollt oder gefaltet. Auf die erstaunten Gesichter angesichts dieses fantasievollen Geschenks kann man sich vor dem Überreichen schon freuen. Die Handtücher bestehen aus 100 Prozent Baumwoll-Frottee und sind jeweils mit einer magnetischen Frucht dekoriert. Übrigens hat Kundenpflege diese originelle Art von Gästetüchern auch als Weinflaschen.

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

RAFFINIERTES KÜCHENACCESSOIRE

Nicht nur Profiköche kommen auf immer raffiniertere Methoden, den Speisen eine perfekte Abrundung zu geben. Dazu benötigt man neben den richtigen Rezepten auch Gerätschaften und Küchenaccessoires, die das Kochen zum Vergnügen werden lassen. Zum Sortiment der Profino GmbH gehört unter anderem die Cuisipro-Bratensaftdusche, die mit zwei austauschbaren Aufsätzen geliefert wird. Das leichte Aufnehmen und Dosieren der Flüssigkeit gelingt mit dem Pipetten-Effekt. Der Duschkopf-Aufsatz versprüht die Marinade gleichmäßig.

47807 • Profino GmbH & Co. KG • Tel +49 212 64564895
info@profino.net • www.profino.net



LECKERE SYMBIOSE

Schmuck und Schokolade – eine verführerische Verbindung! In einer eleganten und aufwendig bedruckten Schmuckschachtel von MM Brown findet der Genießer acht handgefertigte und hochwertige Pralinen in der Anordnung einer luxuriösen Halskette. Dazu gibt es natürlich auch das passende Armband mit fünf Pralinen in hochwertiger Verpackung. Eine elegante und doch kreative Symbiose, die nicht nur den Gaumen, sondern auch das Auge verwöhnt.

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



LEBENSFREUDE PUR

Italien – das bedeutet Lifestyle und Lebensfreude pur. Genau diesem Hauch von Dolce Vita hat sich die Fattoria San Vincenzo verschrieben: mit feinen, handgemachten italienischen Spezialitäten, geliefert von der Fröhlich GmbH. Das Ganze wird liebevoll zusammengestellt und edel verpackt, wie beispielsweise das Paket namens Via Culinaria. Seite an Seite liegen darin handgemachte Tagliatelle all' Uovo con Spinaci, Passata di Pomodoro al Basilico, Bondimento Nero – ein dunkler, gehaltvoller Balsamico – und fruchtiges Olivenöl. Umgerührt wird stilecht mit dem Kochlöffel aus Buchenholz. Für perfekten anschließenden Genuss sorgt der 2010er Cantina Tollo Colle Cavalieri Montepulcano.

45661 • Fröhlich GmbH • Tel +49 700 123123 30
mail@webfroehlich.de • www.webfroehlich.de



REIBE IN DER BOX

Eine äußerst praktische Käsereiber hat die Nestler-matho GmbH ins Sortiment genommen. Der Korpus aus rostfreiem, pflegeleichtem Edelstahl ist nämlich in einer Box aus robustem Eichenholz untergebracht. Damit ist Schluss mit der Krümelei auf dem Tisch. Die Box hat die Maße von 13 x 9,4 x 7,2 Zentimetern, das Gewicht beträgt 330 Gramm. Für eine Werbebotschaft steht auf dem Deckel eine Fläche von 50 x 30 Millimetern zur Verfügung.

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

Sweet News



Sweets and more

MAGNA sweets GmbH

Gewerbering 5 / 6
82272 Moorenweis
Fon +49 (0) 81 46-99 66 0
info@magna-sweets.de
www.magna-sweets.de



FÜR SCHLECKERMÄULER

Aus dem farnefrohen Eisbecherset Giaveno im Sortiment von Easy Gifts zu finden – schmeckt das Eis gleich doppelt so gut. Es besteht aus vier verschiedenfarbigen Kunststoffbechern mit passenden Kunststofflöffeln und stellt eine perfekte Ergänzung zum Eisportionierer mit der Artikelnummer 2721 dar. Die gewünschte Werbung bringt Easy Gifts mittels eines Aufklebers auf der Einzelverpackung an. Die Lieferung erfolgt als Set verpackt in einer transparenten PVC-Box.

47300 • Easy Gifts GmbH • Tel +49 911 81781111
info@easygifts.de • www.easygifts.de

SÜSSE MOMENTE ZU ZWEIT

Schokoladen-Fondues erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit, aber für zwei Personen scheint der Aufwand manchmal etwas zu groß zu sein. Da kommt das Geschenkset von Macma gerade recht, denn darin befindet sich ein Keramik-Schokoladen-Fondue für zwei Personen inklusive Teelicht und zwei Fonduegabeln. Eine Werbung druckt der Lieferant direkt auf die Fondueschüssel. Somit steht dem süßen Genuss in trauter Zweisamkeit nichts mehr im Weg.

40909 • Macma Werbeartikel oHG • Tel +49 911 9818133
verkauf@macma.de • www.macma.de



BOTSCHAFT AUF DER SCHOKOLINSE

Ab jetzt sind die beliebten M-&-Ms-Schokolinsen bei Kalfany auch mit eigenem Bild oder Logo zu personalisieren. Damit beweisen neun Zeichen mit je maximal zwei Zeilen auf der Linse Aufgeschlossenheit, innovatives und kreatives Denken sowie ein feines Gefühl für Details. Diese M&Ms sind die ersten Werbeträger ihrer Kategorie, bei denen Farbe, Slogan, Bild und Logo direkt auf der Süßigkeit vereint werden können. Erhältlich sind die Linsen entweder im glasklaren, individuell bedruckbaren Werbetütchen oder in der wiederauffüllbaren weißen oder mattschwarzen Metalldose, einzeln gesleeve mit roter Aufreißhilfe. Des Weiteren kann der Kunde bis zu drei Farben aus 16 verschiedenen Linsentönen wählen. Erhältlich ab einer Stückzahl von 5000 Werbetütchen oder 2500 Metall Dosen.

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





EIN STÜCK NATUR IM BÜRO

Der elegante Keramiktopf von Multiflower dient als klassischer Übertopf für die perfekte Pflege eines kleinen Stücks Natur im Büro oder zu Hause. Darin enthalten sind Erdtabelle, Samen sowie ein Kunststoff-Wachstumstöpfchen für Zitronengras. Auf dem 8,5 Zentimeter hohen Topf ist der Aufdruck eines Werbemotives im Tampondruck möglich. Das Standardmotiv der umlaufenden Banderole bietet der Werbung genügend Platz. Eine eigene Gestaltung der Banderole ist bereits ab 250 Stück möglich.

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



SO SCHMECKT WERBUNG

Die Bio-Fruchtgummis von eco promo bieten eine ökologisch einwandfreie Alternative zu herkömmlichen Gummibärchen. Mit dem ausgeprägt fruchtigen, rein natürlichen Erdbeer- und Himbeeraroma der Fruchtgummis lassen sich sowohl große als auch kleine Kunden gerne auf den Geschmack bringen. Die Zutaten der gluten- und laktosefreien Nascherei stammen aus kontrolliert biologischer Landwirtschaft. Ein individuell gestaltetes Etikett verleiht den Tütchen aus dem Sortiment eine persönliche Note.

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

REGENSCHIRME

hochwertig und innovativ

EuroSCHIRM®
EBERHARD GÖBEL



Jetzt aktuelle Produktkataloge anfordern!

EBERHARD GÖBEL GMBH+CO KG

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

info@euroschirm.com • www.euroschirm.com

Werben mit
TÜV-geprüften
Messern



MARTOR
Solingen

Einfach. Sicher. Schneiden.

Wie scharf darf Werbung sein?

Testen Sie selbst –
mit dem neuen SECUMAX 150.

NEU



- DAS Sicherheitsmesser zum Schneiden, Schaben und Ritzen
- Große Fläche für Ihren individuellen Werbeaufdruck
- TÜV-geprüft und intuitiv bedienbar

www.martor.de/werbeartikel

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



KREATIVER TAGVERSÜSSER

Der bunte Blumenstrauß von A & M Kreativfabrik holt den Sommer ins Haus und ist immer ein schönes Geschenk für Freunde und Partner. Damit der Beschenkte länger Freude daran hat, wurde der Strauß haltbar gemacht und in einen süßen Genuss verwandelt. Mit dem Blütenkrönchen aus der kreativen Küche lassen sich Milchschaum, Desserts, Torten und vieles mehr verfeinern. Die Standardmischung besteht aus Zucker, Kornblumen, Sonnenblumen, Lavendel, Vanille und Fruchtaroma. Ab 100 Dosen Lieferung im Eigenlabel möglich, ab 250 Dosen wird eine eigene Blumenkreation realisiert.

15636 • A & M Kreativfabrik GmbH • Tel +43 664 88658187
m.liebe@kreativ-fabrik.at • www.kreativ-fabrik.at

RASPELWUNDER

Nüsse – hart zu knacken, schwer zu reiben. Auch manche Käsesorten und Schokolade haben es in sich, wenn sie fein zerkleinert werden sollen. Doch jetzt gibt es Anney von Peugeot. Diese neue manuelle Qualitätsmühle schafft es mit ihren kräftigen Zähnen, harten und halbharten Käse zu mahlen, außerdem Kochschokolade, Walnüsse, Haselnüsse und Mandeln. Ihr modernes Design in Weiß macht sie zu einem Blickfang in jeder Küche. Zu Anney gehören drei verschiedene Mahleinsätze: für grobes oder feines Mahlgut und zur Herstellung von Raspeln.

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



SEHR SCHNITTIG

Das triangle-Tortenmesser ist äußerst praktisch veranlagt und vereint gleich zwei Funktionen in einem Werkzeug: Torte schneiden und Stücke servieren. Und das auf äußerst schnittige und stilvolle Weise. Sehr pfffig: Eine Seite der Klinge ist gezahnt und eine Seite ist glatt geschliffen. Damit können härtere Böden als auch empfindlichste Auflagen und Crèmes gleichermaßen einfach und sauber getrennt werden. Sehr griffig: Das triangle-Tortenmesser ist gleich in zwei unterschiedlichen Griffvarianten erhältlich. Sehr werblich: Ein Firmenschriftzug oder -logo kann auf Wunsch auf der Klinge angebracht werden.

48697 • triangle GmbH • Tel +49 212 2211532
m.forestier@triangle-tools.de • www.triangle-tools.de



NATÜRLICHE PFLEGE

Von exklusiven Duschemulsionen über pflegende Körperlotionen, Feuchtigkeit spendende Cremes, Sonnenlotionen, Lippenbalsam mit UV-Schutz bis hin zu edlen, handgefertigten Naturseifen reicht das Angebot von Francos. Besondere Beachtung findet auch die Kollektion hochwertiger, naturkosmetischer Produkte. So pflegt die Handcreme Natura mit Inhaltsstoffen aus kontrolliert biologischem Anbau die Hände auf natürliche Weise. Neben Sojaöl, das Vitamin E und Lecithin mit wichtigen Isoflavonen enthält, beinhaltet Natura noch Vitamin-E-reiches und somit hautpflegendes Sonnenblumenöl sowie Sheabutter, die die Haut pflegt, glättet und schützt.

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



KUCHEN MACHT DEN FEIERTAG

Wo immer es etwas zu feiern gibt, wird dieser edle Kuchen in der Dose von emotion factory zum wahren Gaumen- und Augenschmaus. Zusammen mit der Mini-Wondercandle zaubert er den Empfängern ein Lächeln ins Gesicht. Dabei lässt sich das Inlay oder der rundum vierfarbige Werbesleeve mit eigenen Wünschen und Botschaften gestalten.

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

rastal

NEU!

Jetzt testen:
www.rastal-promotion.com

Die neue Online-Plattform mit Informationen und Features rund um Präsente und Promotions.



Becher
 Event 0,5 l

Think big!

Gläser im XL-Format: maximale Werbefläche zum kleinen Preis – als „Litfaßsäule“ auf dem Schreibtisch dauerhaft wirksam. Von Ihrem Glas- und Direktdruckpartner RASTAL.



www.rastal-promotion.com

-Anzeige-



PSI
2014
 8th – 10th
 JANUARY
 DÜSSELDORF

TIME TO SURPRISE

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions



GARANTIERT FRISCHER ATEM

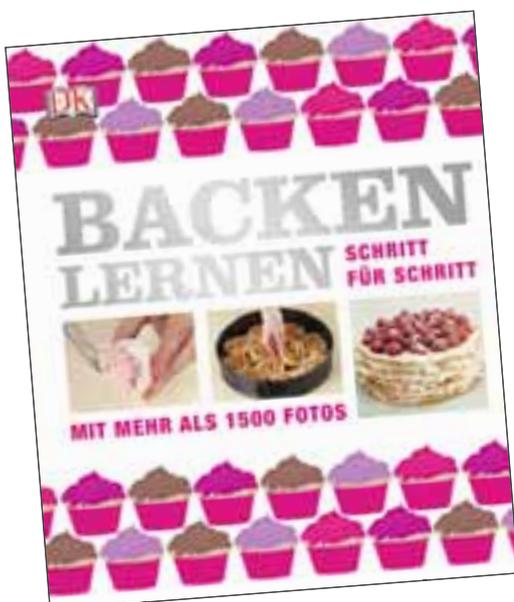
Die Pfefferminzbonbons Travel von Giving Europe sorgen für frischen Atem, egal wo und wann. Die kleine Metalldose mit den zuckerfreien Frischegaranten ist in Weiß, Blau oder Silber erhältlich und lässt sich leicht öffnen und wieder verschließen. Eine Werbung wird im Tampondruck oder per Lasergravur in bester Qualität wunschgemäß aufgebracht.

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

NOSTALGISCHE MUSCHELN

Kids von heute lieben sie noch genauso, wie die Sprösslinge sie früher schon anschnackelten: fruchtige Schleckmuscheln. Den Klassiker aus den 1970er-Jahren empfiehlt i.p.a. Sweets in den frischen Geschmacksrichtungen Apfel, Ananas, Erdbeere, Himbeere, Kirsche, Orange oder Zitrone. Die Schleckereien in den poppigen Herzmuscheln sind einzeln im 100-Millimeter-Werbebeutel verpackt. Die Beutel, weiß oder transparent, können im Flexodruckverfahren in bis zu fünf Farben mit fröhlichen Werbebotschaften versehen werden.

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



GROSSE BACKSCHULE

Backen macht Freude und liegt im Trend – ob klassische Torte, feiner Rührkuchen oder ganz moderne Leckereien, wie Cupcakes und Macarons. Die große Backschule von Dorling zeigt, wie die Köstlichkeiten gelingen und bietet Anfängern und allen, die ihr Backrepertoire erweitern wollen, genaue und ausführliche Anleitungen zu den Rezepten. Als hochwertiges Geschenk oder Streuartikel kann das Buch individuell nach Kundenwunsch zusammengestellt werden. Mit dem Logo des Kunden auf dem Cover wird der Titel zu einem Geschenk mit „Langzeitwirkung“.

48489 • Dorling Kindersley Verlag GmbH • Tel +49 89 442326221
 sondervertrieb@dk-germany.de • www.dorlingkindersley.de

NewWave[®] your complete promowear supplier



www.termo.de

HARVEST
sportsXwear

Printer
ACTIVE WEAR

D.A.D.
SPORTSWEAR

GRIZZLY
active profile outfit

PROJOB
SWEDISH WORKWEAR

NewWave[®]

CLIQUE
REG. TRADEMARK

TEXAS
bull

CRAFT

CLIQUE
REG. TRADEMARK

Gibson & Alba - Unsere Poloshirt Bestseller für den Frühling!

Hochwertiges, feinmaschiges Pique-Poloshirt aus gekämmter Baumwolle in körperbetonter Schnittführung. 3-Loch-Knopfleiste (Damenpolo Alba: V-Ausschnitt-Optik mit verkürzter 2-Loch-Knopfleiste). Mit extra haltbar vernähten Knöpfen „Ton-in-Ton“. Doppelt geriegelte Seitenschlitze, optische Naht am Hals und den Schultern, Kragen aus Rippenstrick und gewebtes Necklabel.

028216 Herrenpolo Gibson
Größen: XS-XXL

028218 Damenpolo Alba
Größen: S-XL

Material: 100% Baumwolle, 190 g/m²
Diese Poloshirts sind in 16 Farben erhältlich

Exklusiv erhältlich bei:

NewWave[®]

info@newwave-germany.de
Tel.: +49(0)8033 979 120

www.newwave-germany.de

GEIGER AG

PRIMA KLIMA

Ab 2013 Jahr haben alle Auftraggeber von Kalendern und Notizbüchern aus dem Hause Geiger die Möglichkeit, einen zusätzlichen Beitrag für den Umweltschutz zu leisten. Denn die Geiger AG aus Mainz-Kastel bietet die Option, Kalender und Notizbücher klimaneutral zu stellen. Die Industriekunden zahlen dafür einen geringen Aufpreis, mit dem Projekte im Klimaschutz in Deutschland, aber auch in anderen Teilen der Welt unterstützt werden. Dabei arbeitet Geiger mit dem Zertifizierungs-Partner natureOffice zusammen, der nicht nur die CO²-Bilanz genau berechnet, sondern auch für eine optimale Verwendung der Gelder sorgt. „Nachhaltigkeit ist für uns ein wichtiges Thema“, so Geschäftsführer Jürgen Geiger. „Die Möglichkeit, ein Produkt als klimaneutral zu deklarieren und damit zu werben, ist eine gute Ergänzung zu unserem Green+Blue-Sortiment mit dem Blauen Engel. Und wir denken natürlich, dass Umweltschutz ein immer wichtigeres Thema für die werbetreibenden Unternehmen und damit auch ein entscheidendes Verkaufsargument wird.“ www.geiger.ag



Alles im grünen Bereich: das Firmengebäude der Geiger AG.

TERMINIC GMBH

NEUE HOCHLEISTUNGSSTANZE IN BETRIEB



Das neue Gerät wurde vor der Inbetriebnahme in den terminic-Hausfarben lackiert.

Beim Kalenderproduzenten terminic aus Bremen gewährleisten modernste Anlagen in der Produktion, dass ein Volumen von mehreren Millionen Kalendern pro Jahr zu schaffen ist. Um die weiterhin steigende Nachfrage nach hochwertigen Wandplanern bedienen zu können, hat terminic den Maschinenpark jetzt um eine neue Hochleistungsstanze ergänzt. Die Stanze weist beeindruckende Leistungsdaten auf: Wellpappe kann bis zu einer Stärke von 3,0 Millimeter, Karton bis zu 1,5 Millimeter verarbeitet werden,

der maximale Stanzdruck beträgt dabei 300 Tonnen. Bis zu 8 500 Bogen können pro Stunde verarbeitet werden. „Wir haben uns für eine Stanze des Spezialherstellers Iberica entschieden, da sie deutlich robuster gebaut ist als vergleichbar leistungsfähige Maschinen, sie gehört zu den massivsten am Markt“, erklärt terminic-Geschäftsführer Wolfgang Rolla du Rosey. „Technik und Qualität der Maschine gewährleisten beim Nuten und Stanzen höchste Präzision und sichern einen großen Durchsatz bei gleichzeitig hoher Standzeit.“ Die Stanze wurde per Schwertransport direkt aus Barcelona angeliefert. Wegen des Gesamtgewichtes von 23 Tonnen konnte die Stanze nur mithilfe eines Mobilkrans entladen und mit Spezialequipment in die Produktionshalle transportiert werden. Vor der Inbetriebnahme wurde sie dann noch in den terminic-Hausfarben lackiert.

www.terminic.eu – www.competence-in-calendars.com

KAISERSTUHL CHOCOLATERIE
NEUE LEITERIN MARKETING
UND VERTRIEB

Seit Februar 2013 verstärkt Petra Dzialoschewski als Leiterin Marketing und Vertrieb das Start-up-Unternehmen Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co KG in Endingen am Kaiserstuhl. Petra Dzialoschewski ist durch ihre langjährige Tätigkeit in der Branche Insiderin



Petra Dzialoschewski

auf Herstellerseite im süßen Werbemittelbereich. Die Aktivitäten der Kaiserstuhl Chocolaterie konzentrieren sich auf den Werbemittelhandel, der auf- und ausgebaut werden soll. Unter der Führung des geschäftsführenden Gesellschafters Robert Vogels („Vogel's Süsse Werbeideen“) wurde im Jahre 2012 die Kaiserstuhl Chocolaterie neu gegründet und hat sich auf die Herstellung und den Vertrieb von feinsten Werbe-Schokoladen spezialisiert. Das Unternehmen arbeitet in eigener Regie. Lange Walz- und Conchierzeiten im eigenen Haus stehen für höchste Qualität. Die Rezepturen der drei Schokoladensorten Vollmilch mit 35 Prozent Kakao, Edelvollmilch mit 41 Prozent Kakao und Zartbitter mit 60 Prozent Kakao wurden zusammen mit einem der namhaftesten Schweizer Chocolatiers entwickelt und werden in Kürze mit einer Edelzartbitter 70 Prozent erweitert. Sonderanfertigungen in Form von Firmenlogos aus Schokolade auch in Kleinmengen sind nicht die einzige Spezialität des neuen Schokoladenherstellers am Werbe-Schokoladenhimmel.

Unter der Führung des geschäftsführenden Gesellschafters Robert Vogels („Vogel's Süsse Werbeideen“) wurde im Jahre 2012 die Kaiserstuhl Chocolaterie neu gegründet und hat sich auf die Herstellung und den Vertrieb von feinsten Werbe-Schokoladen spezialisiert. Das Unternehmen arbeitet in eigener Regie. Lange Walz- und Conchierzeiten im eigenen Haus stehen für höchste Qualität. Die Rezepturen der drei Schokoladensorten Vollmilch mit 35 Prozent Kakao, Edelvollmilch mit 41 Prozent Kakao und Zartbitter mit 60 Prozent Kakao wurden zusammen mit einem der namhaftesten Schweizer Chocolatiers entwickelt und werden in Kürze mit einer Edelzartbitter 70 Prozent erweitert. Sonderanfertigungen in Form von Firmenlogos aus Schokolade auch in Kleinmengen sind nicht die einzige Spezialität des neuen Schokoladenherstellers am Werbe-Schokoladenhimmel.

www.kaiserstuhl-chocolaterie.de

VIERING GMBH INSOLVENZVERFAHREN BEANTRAGT

Der Full-Service-Dienstleister Viering GmbH mit Sitz in Senden-Bösesell hat Mitte April die Eröffnung des Insolvenzverfahrens beantragt. Negative Sonderfaktoren im Full-Service-Geschäft waren laut Angaben des Unternehmens Auslöser für diesen Schritt. Die Viering GmbH soll jedoch, wenn möglich, mit einem strategischen Investor fortgeführt werden. Der Insolvenzverwalter des Unternehmens arbeitet momentan an einem Sanierungsplan. Die Viering GmbH wurde 1976 von Peter Viering gegründet. Seit 1980 hatte das Unternehmen seinen Sitz in Senden-Bösesell. 1996 übernahm Mark-Oliver Schrader die Leitung der Viering GmbH. www.viering.de

VICTORINOX SCHWEIZER HERSTELLER ERWEITERT SEIN TEAM

Seit April unterstützt Remo Schelbert das Prepress-Team von Victorinox. Mit Remo Schelbert verstärken die Schweizer ihre Unternehmensbereiche Text-, Bild- und Grafikverarbeitung und rüsten sich für den weiteren Ausbau der B2B-Schiene. Als neue Customer-Service-Mitarbeiterin unterstützt Andrea Speck ab sofort das



Remo Schelbert

Sales-Team Österreich. Zusätzlich betreut sie Kunden aus dem deutschen Postleitzahlen-Gebiet 3 sowie Kunden aus der Schweiz (Postleitzahlen-Gebiete 3, 6, 7, 8) und



Andrea Speck

von der Iberischen Halbinsel. www.victorinox.com

GESCHÄFTSÜBERNAHME ELASTO FORM ÜBERNIMMT HNC

Die elasto form KG hat am 19. April 2013 die HNC AG in Weiden übernommen. Helmut Hör, der Gründer von HNC hatte die Firma aus privaten Gründen zum Verkauf angeboten. Nach raschen und fairen Verhandlungen zwischen Hör und der Familie Sperber wurde man sich schnell einig und ging freundschaftlich auseinander, so die Information von elasto form. „Mein Betrieb ist mein Lebenswerk. Aber jetzt geht das Leben vor“, erklärte Helmut Hör. Gerade bei der Familie Sperber stößt dieser Entschluss auf Verständnis. So weiß Gerhard Sperber, der vor 33 Jahren mit seiner Frau Hertha die elasto form KG ins Leben rief, was es bedeutet, das Lebenswerk anderen zu überlassen: Gerhard Sperber übergab im Januar 2013 den Söhnen Marcus und Frank die Geschäftsleitung. Die Zukunft von HNC liegt den neuen Inhabern sehr am Herzen. Deshalb möchte die Familie Sperber die HNC AG auch zur alten Stärke zurückführen und Sortiment und Aktivitäten kontinuierlich erweitern. „Auch wenn die Übernahme so rasch über die Bühne ging, müssen sich weder Kunden noch Mitarbeiter ängstigen, denn HNC wird auch weiterhin bestehen und alle Aufträge werden termingerecht und zuverlässig bearbeitet“, erklärte Günther Sperber, der Bruder von Gerhard Sperber und ebenfalls Mitglied der Geschäftsleitung. Zwei Familienbetriebe wurden also vereint und werden künftig eng und synergetisch zusammenarbeiten, zum Wohle beider Firmen.

TEAM-D BETEILIGT SICH AKTION „FAIR SPIELT“

Die gesetzlichen Vorgaben der EU zur Produktsicherheit machen die Welt der Spielwaren immer sicherer. Doch nicht nur die Freude, die ankommt, ist wichtig, sondern auch die Entstehung der Produkte. Als Mitglied im Deutschen Spielwarenverband beteiligt sich die team-d GmbH an der Aktion „fair spielt“, die sich zusammen mit Partnerorganisationen in Asien und Europa seit über zehn Jahren für die Verbesserung der Arbeitsbedingungen in asiatischen Spielzeugfabriken einsetzt, unter anderem indem sie Spielzeughersteller und -handel aufruft, wirksame Maßnahmen zu ergreifen, mit denen die Einhaltung der nationalen Gesetze und international vereinbarter Sozialstandards sichergestellt werden kann. Dabei geht es mehrheitlich um die Beteiligung am sogenannten ICTI-CARE-Prozess, dem vom Weltverband der Spielzeugindustrie initiierten Zertifizierungsprogramm für Spielzeugfabriken (vor allem in China) für faire Regeln in der Spielzeugproduktion. www.team-d.de



SENATOR GMBH & CO. KGAA

ROUBILL WIRD AN DEN STAMMSITZ VERLEGT

Die Senator GmbH & Co. KGaA, Hersteller von individualisierten Werbemitteln, verlagert ihren Standort für die Tassenveredelung von Lemgo an den Hauptsitz nach Groß-Bieberau und zentralisiert damit die gesamte Produktion und Organisation in Deutschland an einem Standort. Für Kunden und Geschäftspartner ändert sich dadurch nichts. Ein nicht verlängerbarer Mietvertrag sowie notwendige Investitionen in einen neuen Standort haben Senator veranlasst, bestehende Flächen in Groß-Bieberau für den Mug-Shop zu nutzen. Zusätzlich will Senator das Know-how im Bereich der Bedruckung und Individualisierung an einem Standort bündeln und Investitionen zentralisieren. Senator sei sich seiner sozialen Verantwortung bewusst, heißt es aus dem Unternehmen. Den Mitarbeitern wird ein Wechsel nach Groß-Bieberau angeboten. Die Kategorie „Drinkware“ ist weiterhin ein zentraler Bestandteil des Senator-Sortiments. Der Anspruch von Senator, mit Innovationskraft und deutscher Qualitätsarbeit die Marktführerschaft in Europa auszubauen, gelte unverändert, so das Unternehmen weiter. Dazu werde auch zukünftig in Fertigung, Veredelung und die Qualifikation der eigenen Mitarbeiter investiert.

www.senatorglobal.com



Der Senator-Hauptsitz in Groß-Bieberau.

PARTNERSCHAFT INTRACO/PHILIPS KOOPERATION JETZT AUCH IN DACH

Die Internationale Nachfrage nach Produkten von „A-Marken“ wächst rapide auf dem Werbe- und Prämienmarkt. Philips, ein Marktführer im Bereich Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik, hat diesen Trend erkannt und in den eigenen Fokus gerückt. Um den steigenden Anforderungen im Loyalty-& Incentive-Markt gerecht zu werden, wurde bereits in 2011 die Partnerschaft mit Intraco Trading BV in den Niederlanden ins Leben gerufen. Aufgrund des Erfolges wurde nun beschlossen, diese auch auf Deutschland, Österreich und die Schweiz (DACH) auszuweiten. Hierzu wurde in Deutschland die Intraco Deutschland GmbH gegründet, um diesen Markt bedienen zu können. Jens Bidlingmaier,



Senior Director Sales DACH, Philips Consumer Lifestyle: „Unsere Wahl, die Beziehung mit Intraco zu intensivieren und auch in Deutschland eine Partnerschaft einzugehen, basiert auf einer erfolgreichen, zweijährigen Kooperation in dem Werbe- und Prämienmarkt in Benelux. Intraco ist ein angesehener Partner mit einem großen Portfolio von komplementären Marken, die perfekt zu Philips passen.“ Oscar van der Spruit, Director Intraco Trading Bv: „Wir sind erfreut, unsere Beziehung mit Philips auf dem deutschen Markt auszubauen und denken, dass unsere Erfahrung in diesem Markt es uns ermöglicht, den Mehrwert für unsere Kunden auf verschiedene, kreative Art zu erhöhen.“

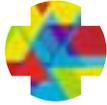
Intraco Deutschland GmbH
Jacques Nieuwkamp
Tel. +49 5921 81978-12
info@intraco.nl

SEIT 75 JAHREN SCHNEIDER SCHREIBGERÄTE QUALITÄT MADE IN GERMANY

Im Jahr 2013 feiert Schneider Schreibgeräte sein 75-jähriges Bestehen. Rückblickend ist Schneider darauf stolz, dass sich die Grundidee über Jahrzehnte bewährt hat: gute Schreibgeräte für jedermann herzustellen. Dass die Produktion fast ausschließlich in Deutschland liegt, ist für Schneider deshalb eine Selbstverständlichkeit. So garantiert das Unternehmen die Einhaltung der anspruchsvollen deutschen ökologischen und sozialen Standards sowie höchste Produktqualität. Im neuen Katalog „Maßgeschneidert – Individuelle Promotion-Schreibgeräte 2013/2014“ finden sich wieder interessante Neuheiten. So zum Beispiel die Kugelschreiber Dynamix Grip, Haptify und Evo Pro. Mit dem Pen Configurator unter www.schneiderpen-promotion.com kann man auch gleich probieren, wie das eigene Logo darauf wirkt. Und wie immer: Nichts ist unmöglich. Bei der Umsetzung individueller Ideen und Anforderungen ist Schneider natürlich gerne behilflich. www.schneiderpen.com



MARKE[ding]PLUS NEUE FACHMESSE IN ÖSTERREICH



marke[ding] plus
Promotion | Event | Kommunikation

17. - 18. Sept 13

Messe Wels
www.marketing-plus.at

In Weiterentwicklung der erfolgreichen Werbeartikelfachmesse marke[ding] veranstaltet die Messe Wels am 17. und 18. September 2013 im Messezentrum Wels erstmals die Marketing-Fachmesse marke[ding] plus. Neben Werbe- und Promotionartikeln wird die Messe Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Marketing und Kommunikation sowie Event, Location und Live Communication bieten. Die neue Messe weist ein umfassendes Konzept auf und baut auf den bereits erfolgreichen Kern der marke[ding] auf. Konzipiert wird die marke[ding] plus als reine Fachmesse für den österreichischen Markt. Dabei wird nicht nur die Industrie mit Marketing-Verantwortlichen sowie Agenturen angesprochen, sondern auch kleine und mittlere Unternehmen, die zum Teil einen klaren Informations- und Beschaffungsbedarf haben. Neben dem Ausstellungsbereich wird weiterhin Augenmerk auf ein hochkarätiges Fachprogramm gerichtet, das die Qualität und das Bewusstsein für das Thema Marketing schärft und in Key Notes und Workshops den Entscheidungsträgern der Marketinglandschaft näher bringt. Neben der klassischen Fachmesse mit erwarteten 180 Ausstellern wird es auch einen marke[ding] plus award und eine marke[ding] plus Night geben. Mit der marke[ding] plus haben sich die Veranstalter zum Ziel gesetzt, die größte B2B-Veranstaltung im Marketingbereich in Österreich zu schaffen.

www.marketing-plus.at

GIVING EUROPE

NEUE NIEDERLASSUNG IN ITALIEN

Seit dem 1. Mai 2013 beliefert Giving Europe den italienischen Markt nicht mehr wie gehabt über den Agenten Giving Europe Italia srl, sondern nimmt die Distribution der Werbeartikel selbst in die Hand. Nach einer fünfjährigen Zusammenarbeit wurde der Vertrag aufgelöst. Oscar Cabanelas, Manager für Südeuropa bei Giving Europe, brachte diese Veränderung mit direkten Vorteilen für die italienischen Händler in Verbindung.

INTERNATIONALES SORTIMENT

Das „neue“ Giving Europe Italia srl wird sich zu 100 Prozent auf das Impression-Sortiment konzentrieren und zudem auch die „We take care“-Strategie anwenden. Michele Tantimonaco, welcher das Angebot von Giving annahm und zukünftig als neuer Sales Manager für Italien zuständig ist, erklärt: „Giving Europe ist eine dynamische Gruppe, die sich nicht auf kurze Geschäftsbeziehungen konzentriert, sondern versucht, lange und gute Partnerschaften mit ihren Partnern zu pflegen. Giving Europe hat ein sehr umfangreiches und internationales Sortiment mit Artikeln in einer großen Farbauswahl, einen Katalog mit einer gewissen ‚Atmosphäre‘ und ist zudem noch intensiv in aktuelle Markt-Trends involviert. Und genau diese Fakten haben mich persönlich angesprochen und überzeugt.“ Ein weiterer wichtiger Vorteil sei, dass die neu geschaffene Situation Giving Europe eine neue Preisstrategie ermögliche und das Unternehmen dadurch vor allem als Lieferantenpartner in Italien attraktiver werde, so Tantimonaco.



AUCH SPANIEN IM FOKUS

Zudem investiert Giving Europe momentan in die wachsenden südeuropäischen Märkte. Eine neue Niederlassung wird noch vor dem Sommer in Barcelona eröffnet. Oscar Cabanelas hierzu: „Diese Niederlassung wird für die Kunden in Spanien, Portugal und Italien verantwortlich sein. Es wurden bereits zwei Verkaufsmitarbeiter eingestellt, die Italienisch als Muttersprache haben. Der Umstand, dass das Backoffice für Italien in Barcelona ansässig ist, stellt kein Problem dar. Es liegt im Zentrum von Südeuropa und es sind nur hoch qualifizierte Muttersprachler angestellt.“

www.givingeurope.com/it

-Anzeige-



PSI 2014
8th – 10th
JANUARY
DÜSSELDORF

TIME TO SURPRISE

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions

KARLOWSKY FASHION GMBH

ROCK CHEF GEHT IN DIE NÄCHSTE RUNDE

Vor drei Jahren wurde der unkonventionelle TV-Starkoch Stefan Marquard Imageträger für das Magdeburger Unternehmen Karlowsky Fashion GmbH. In enger Zusammenarbeit wurde die erfolgreiche Kultmarke Rock Chef entwickelt und sorgt seitdem für ordentlichen Wirbel in der Kochszene. Im Februar 2013 wurden im familiären Ambiente die Partnerschaft mit Stefan Marquard verlängert und zukünftige Projekte für die Marke Rock Chef diskutiert.

Das kreative Team erhält seitdem noch prominente und tatkräftige Unterstützung durch Musikguru Thomas M. Stein mit der Musikmanagement- und Marketingagentur clowns & helden aus Österreich. Denn auch der

bekannteste Musikmanager wurde auf Rock Chef und die Karlowsky Fashion GmbH aufmerksam und freut sich auf eine spannende Zusammenarbeit in einem Team mit außergewöhnlichen Köpfen. Für das Jahr 2013 heißt es: „Die Magdeburger starten durch“. Rock Chef soll zukünftig nicht mehr nur die Küche in Stimmung bringen. Es ist ebenfalls ein kultverdächtiges Auftreten der Marke im Fashionbereich zu erwarten. Einen ersten Vorgeschmack wird es auf der ModaVision 2013 mit prominenter Unterstützung zu sehen geben.

www.karlowsky.de



Thomas M. Stein zusammen mit Geschäftsführer Thomas Karlowsky (vorne sitzend, v. l.) und dem Karlowsky-Team.

MTS SPORTARTIKEL VERTRIEBS GMBH TEAM ERWEITERT

Mit einer doppelt so großen Bürofläche und zwei neuen Mitarbeitern startet die MTS Sportartikel Vertriebs GmbH in das zweite Quartal. So bekommt das Team mit Andrea Brück eine Assistentin der Geschäftsleitung. Als zweiter Neuzugang ist Jörg Nascimento als neuer Export-Manager für den wachsenden Exportbereich des Unternehmens zuständig. „Mit dieser neu



Andrea Brück und Jörg Nascimento.

geschaffenen Position und der Vergrößerung unseres Büros werden wir uns einen weiteren, großen Schritt nach vorne entwickeln“, so Geschäftsführer Sebastian Frey. www.mts-sport.de

LINOTEX GMBH

REINER HERBST NEUER GESCHÄFTSFÜHRER



Reiner Herbst

Reiner Herbst ist neuer Geschäftsführer der Linotex GmbH. Seit Januar 2013 hat Reiner Herbst die strategische Geschäftsleitung des Unternehmens übernommen. Seine Kernaufgaben liegen in der Weiterentwicklung der Handelsgeschäfte und im steten Ausbau neuer Kundenzufriedenheitsmerkmale und Qualitätssicherungsmaßnahmen. Reiner Herbst kommt aus einem mittelständischen Unternehmen und war dort viele Jahre als Vertriebsleiter und Prokurist tätig. Seit Mitte März steht den Händlerkunden des Unternehmens ein neuer Online-Shop, zur Verfügung. Der Shop bietet detaillierte Produktbeschreibungen und Informationen über Veredelungsmöglichkeiten. Alle Produktbilder stehen in Farbe zum Download bereit. Die Preise sind an individuelle Händlerkonditionen angepasst und alle

Lagerbestände werden täglich aktualisiert. Alle Neuheiten von Linotex sind ebenfalls im neuen Katalog „Creative Produkte 2013“ zu finden. www.linotex.com

STAEDTLER PROMOTIONAL PRODUCTS WECHSEL IM INNENDIENST

Seit Kurzem verstärkt Eva Stöcker den Exportbereich bei Staedtler Promotional



Eva Stöcker

Products. Sie absolvierte ihre Ausbildung zur Industriekauffrau im Jahr 2011 und war anschließend im Bereich Produktmanagement tätig. In ihrer neuen Position wird sie im Innendienst

Süd- und Teile Mitteleuropas betreuen und damit Nathalie Hirschmann ersetzen, die zukünftig im Fachhandelsbereich als Area Sales Manager für Mittelamerika verantwortlich sein wird. www.staedtler.de



viscom

düsseldorf 2013

neue perspektiven erleben.

7. bis 9. November

Moderne Textilien und funkelnde Styles.

Vorhang auf für innovative Bedruckstoffe
und trendige Veredelungstechniken.
Begegnen Sie Ihren Umsatzverstärkern auf der
internationalen Fachmesse für visuelle
Kommunikation, Technik und Design.

Messegelände Düsseldorf
www.viscom-messe.com

Including:





INTERNATIONALE WERBEARTIKELTAGE LEIPZIG 2013

ZUM DRITTEN MAL ERFOLGREICH

Gemeinsam mit den Branchenprofis Abakus und Hallbauer lud die Leipziger Messe Anfang März zur größten Werbeartikel-Veranstaltung in Mitteldeutschland ein. Die AHA – Internationale Werbeartikeltage Leipzig präsentierten sich damit bereits zum dritten Mal einem interessierten Fachpublikum.

Etwa 50 Aussteller zeigten im modernen Ambiente des Congress Centers Leipzig – in direkter Nachbarschaft der gleichzeitig stattfindenden Cadeaux – neueste Trends und Innovationen aus der Welt dreidimensionaler Promotion. Darunter befanden sich auch einige interessante neue Anbieter, die auf den Hausmessen der Branche sonst nicht anzutreffen sind. Für die Organisatoren, die Werbemittelspezialisten der Hallbauer Exklusivwer-

bung GmbH und die Abakus Riesa GmbH, sowie die ausstellenden Hersteller und Lieferanten verlief auch die dritte Auflage der AHA sehr erfreulich. Jürgen Hallbauer, Geschäftsführer der Hallbauer Exklusivwerbung GmbH, sprach angesichts rund 400 Besucher aus 270 Unternehmen von einem erneuten „großen Erfolg“.

BUNTES SPEKTRUM
„Neben Markenunternehmen wie Faber Castell und Lamy belebten weitere außer-

gewöhnliche Lieferanten das Bild der AHA: darunter Karlowsky Fashion mit trendigen Kollektionen für Freizeit und Beruf, Horizonte mit wasserresistenten Taschen aus Steinmehl, KMS Medienservice mit innovativen peripheren Geräten für Smartphones oder der regional agierende Süßwarenanbieter Crisbiss. Erstmals vertreten war auch IT2U mit ihrem Prämienlabel Bonus2U, die für Hallbauer größere Prämienaufträge realisieren“, gibt Jürgen



Die Internationalen Werbeartikel-tage Leipzig 2013, kurz AHA, haben sich etabliert.



Umrahmt wurde der Abend vor der Messe mit klangvoller Livemusik.



Jürgen Hallbauer und Ludwig Schulze (v. l.) bei der Begrüßung der Gäste.



Neu bei Hallbauer ist Sophie Teichmann. Sie wird sich speziell auf den Vertrieb konzentrieren.

Hallbauer einen Querschnitt durchs bunte Spektrum der Aussteller.

WERBEWIRKSAME HIGHLIGHTS

Zahlreiche Marketingexperten, Einkäufer und Werbefachleute aus Wirtschaft, Handwerk und dem öffentlichen Leben nutzten die Gelegenheit der parallel ausgetragenen Messen zum Besuch der AHA und ihrer werbewirksamen Highlights. Hallbauer warb dort auch mit seinem Golfprodukteprogramm, das zu einem der umfangreichsten in Deutschland gehört. Abakus demonstrierte seine neue Digitaldruckmaschine für Produktpersonalisierungen in Aktion.

Erste Sporen auf der Messe verdiente sich die neue, junge Hallbauer-Mitarbeiterin Sophie Teichmann, die sich speziell auf den Vertrieb konzentrieren wird. Marie Theres Köhler, die Enkeltochter Jürgen Hallbauers, die gemeinsam mit Prokurist Stefan Hertranft nach Beendigung ihres BWL-Internationales-Management-Studiums ab September 2013 die Zukunft von Hallbauer Exklusivwerbung gestalten soll, schaute ebenfalls auf dieser AHA vorbei.

VIEL VERSPRECHENDE KONTAKTE

Jürgen Hallbauer freute sich außer über weitere viel versprechende Kontakte vor

allem über die Gespräche mit den Vertretern der Worlds Skills 2013, der Weltmeisterschaften von 45 unterschiedlichen Berufen, für deren Veranstaltung im Juli in Leipzig Hallbauer das gesamte Merchandising und die Promotion übernehmen soll. Auch Abakus-Geschäftsführer Ludwig Schulze ist mit seinem Unternehmen in die Verhandlungen mit einbezogen.

www.hallbauer.de –

www.abakus-riese.de –

www.werbeartikeltage.de





Unterstützt wurde die Aktion durch gebrandete Minis.



Professionelle Promoter-Teams sprachen die Zielgruppe an.



DIE SLIDER-KAMPAGNE GEHT 2013 IN DIE ZWEITE RUNDE

SCHNEIDER ON THE ROAD AGAIN

Nach einer überaus erfolgreichen Produkteinführungskampagne im vergangenen Jahr ging die Schneider Schreibgeräte GmbH mit den Kugelsurfern erneut auf Tour. Mit der kreativen cross-medialen „Slider-Kampagne 2013“ wurde deutschlandweit an den Erfolg des letzten Jahres angeknüpft.

Durch die Kampagne 2012 gehören die Produkte Slider Memo, Slider Edge und Slider Rave zu den beliebtesten Schneider-Artikeln und genießen gesteigerte Aufmerksamkeit im Handel und beim Endverbraucher. Mit der Aktion und der flankierenden Facebook-Kampagne mit witzigem Gewinnspiel gewann Schneider viele neue Freunde und Fans und steigerte den Traffic auf der Webseite und der Facebook-Seite. Die Roadshow 2013 diente der Vertiefung des Wiedererkennungswerts und der Kommunikation der Produkteigenschaften.

„SCHREIBEN IST GOLD“

„Schreiben ist Gold“ lautete das Motto der Kampagne 2013 und dies basiert auf der Überzeugung, dass Schreiben etwas sehr Wertvolles ist, was auch in Zeiten von Computern, Smartphones und Tablets nicht an Bedeutung verlieren wird. Passend zum Leitgedanken „Jeder Gedanke ist es wert,

aufgeschrieben zu werden“ steuerte Schneider von Mitte April bis Mitte Mai in Deutschland 45 Universitäten und Fachhochschulen sowie jeweils sieben Unis und FHs in Österreich und in der Schweiz an. Protagonist der Kampagne war der Slider Edge, welcher so in großem Maße getestet werden konnte. Beim Gewinnspiel gab es – getreu dem Motto – Gold zu gewinnen. Unterstützt wird die Aktion durch gebrandete Minis und Großflächen-Plakate im städtischen Umfeld auf stark frequentierten Plätzen. Witzige und attraktive Gewinnspiele trugen die Kampagne ins Internet und über Facebook in den Social-Media-Bereich.

ATTRAKTIVES GEWINNSPIEL

Für die Präsentation im Geschäft gab es Displays und Deko-Material. An Teststationen konnten sich Kunden vom außergewöhnlich leichten und gleitenden Schreiben der Viscoglide-Technologie, die alle

Slider-Produkte gemeinsam haben, überzeugen. In den Teststationen waren Gewinnkarten enthalten, sodass auch Personen, die nicht bei der Roadshow dabei sein konnten, ihre Chance auf den Hauptgewinn bekamen. Dort wird auch über Schreibblöcke auf das Online-Gewinnspiel aufmerksam gemacht. Ein QR-Code leitete direkt auf eine mobile Version des Gewinnspiels. www.schneiderpen.de <



Attraktive Gewinne winkten.



Mit der Seminar-Allianz zum nachhaltigen Messeerfolg

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

Seminarangebot 2013:

- **Professionelle Messeplanung**
Steigern Sie Ihren Messe-Erfolg durch professionelle Planung und Durchführung!
- **Erfolgskontrolle Messe**
So bekommen Sie die Kosten und Ihr Return on Messe-Investment in den Griff!
- **Crashkurs: Standbau und -design**
Lösen Sie den Spagat zwischen Design, Kreativität und Kostendruck!
- **Messtraining und Coaching**
Lassen Sie sich ein ganzheitliches Messtraining und Coaching auf den Bedarf Ihres Unternehmens zuschneiden!
- **Besuchermarketing mit Social Media**
Mit Facebook, Twitter, LinkedIn, Blogs, Apps & Co. Zielgruppen erschließen und Mehrwert schaffen
- **Das perfekte Messegespräch**
Gehen Sie bei der Besucher-Ansprache methodisch und konsequent vor!

Das gesamte Seminarangebot finden Sie zum Download unter:
www.psi-messe.com/seminare



Ihr Ansprechpartner:

Annkathrin Lange | Tel.: +49 211 90191-178 | Annkathrin.Lange@reedexpo.de



BÜRO, COMPUTER, USB

DIGITALE WERBEHILFEN

Das Büro ist heute zunehmend durch digitale Arbeitsmittel geprägt. Hier haben Werbeartikel schon lange ihren festen Platz. Ob als technische Hilfsmittel oder einfach als schmückendes Accessoire: Im Büro erreichen sie den Adressaten (mindestens) acht Stunden lang direkt.

Die drei Schlagworte des Themas gehen vom Ganzen ins Detail: Umfeld der vorgestellten Produkte ist das Büro. Computer- und USB-Artikel sind wohl die meistgenutzten Arbeitsmittel in diesem Bereich und aus der Geschäftswelt nicht mehr wegzudenken. Dabei ist es aber noch gar nicht so lange her, seit wir ohne die digitalen Hilfen der Computerwelt haben auskommen müssen. Wir finden, dies lohnt einen kleinen Rückblick auf die Entstehung und Entwicklung des Computers, der in Deutschland oder Frankreich ja auch als „Rechner“ bezeichnet wird. Dies führt uns auch zum Ursprung dieses Apparates, der Daten mithilfe einer programmierbaren Rechenvorschrift verarbeiten kann. Schon 1837 entwarf der Engländer Charles Babbage eine mechanische Rechenmaschine, die als Vorläufer des Computers gilt. Untrennbar damit verbunden ist seine enge Mitarbeiterin Ada Lovelace, die unter anderem die Programmierung der Maschine in der Theorie beschrieb und daher als erste Programmiererin gilt (die Programmiersprache Ada wurde nach ihr benannt). Pioniere des modernen Computers sind Konrad Zuse, John Presper Eckert und John William Mauchly, die im Laufe der 1940er-Jahre die ersten Apparate dieser Art bauten. <



SCHIER UNENDLICHE AUSWAHL

Der Trend der Saison ist sicher alles, was mit iPad und iPhone zu tun hat. Eurostyle bietet in diesem Bereich eine große Auswahl an Hüllen und Mappen in allen Materialien. In der Serie Techno Two beispielsweise gibt es eine Mappe mit einer variablen Halterung für Tablet PCs, die sich genau auf die jeweilige Größe einstellen lässt. Wer eine iPad-Schreibmappe A4 in lederähnlichem Material sucht, wird ebenso fündig. Die Serie Modena bietet genau dieses Produkt mit einem herausnehmbarem iPad-Etui, Steckfächern, Stiftschlaufe und einem Notizblock. Wenn das iPad mit Etui aufgestellt werden soll, steht das iPad-Etui aus der Serie Cesano zur Verfügung. Eurostyle bietet aber auch funktionale iPhone-Etuis und iPad-Schreibmappen aus Leder in seinen Serien Office, Ravenna, Club Special und Germany.

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



PUNKTGENAUE PRÄSENTATION

Nautic Touchpad Pen mit sinnvoller 2-in-1-Funktion von Senator kombiniert Schreibgerät für Notizen mit Bedienelement für Tablet und Smartphone. Der elegante Look ist das eine, der praktische Nutzen das andere, womit er punkten kann. Verschmierte Oberflächen auf dem Display sind dank Nautic Touchpad Pen passé und auch winters kann er mühelos mit Handschuhen eingesetzt werden. Die Veredelung erfolgt mittels Metalldruck oder Laserdruck. Optional ist darüber hinaus die Ätzung für Schaft und Clip realisierbar.

41838 • Senator GmbH & Co. KGaA • Tel +49 6162 801157
anke.niebel@senatorglobal.com • www.senatorglobal.com





EFFEKTVOLLER LÜFTER

Wenn es im Büro heiß her geht, sorgt der bei Inspirion erhältliche Ventilator namens Typhoon für frischen Wind. Die Stärke lässt sich per Drehzahl am Ein- und Ausschalter regulieren. Die Stromversorgung erfolgt mittels mitgeliefertem USB-Kabel, das mit einer stattlichen Länge von 103 Zentimetern aufwartet. Der kleine in Blau und Grün verfügbare Frischluftmacher kann auch mit Batterie betrieben werden. Dank ausklappbarem Standfuß auf der Rückseite lässt sich der Ventilator auf dem Schreibtisch optimal inszenieren. Eine Werbeanbringung wird per Tampondruck auf der Vorderseite umgesetzt.

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

FOTOREALISTISCHER WERBEWÜRFEL

Der original Rubik's Stifteköcher, den es bei e!xact Internationale Werbemittel gibt, hat eine Größe von 7x7x7 Zentimetern und ist auf allen Seiten wie im Falle des bekannten Zauberwürfels in Fotoqualität bedruckt. Die drei Würfelreihen lassen sich waagrecht drehen. Neben dem garantierten Spielspaß bleibt die praktische Eigenschaft als Stifteköcher vollständig erhalten. Weitere Informationen zu dem pffiffigen Produkt auf Anfrage.

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



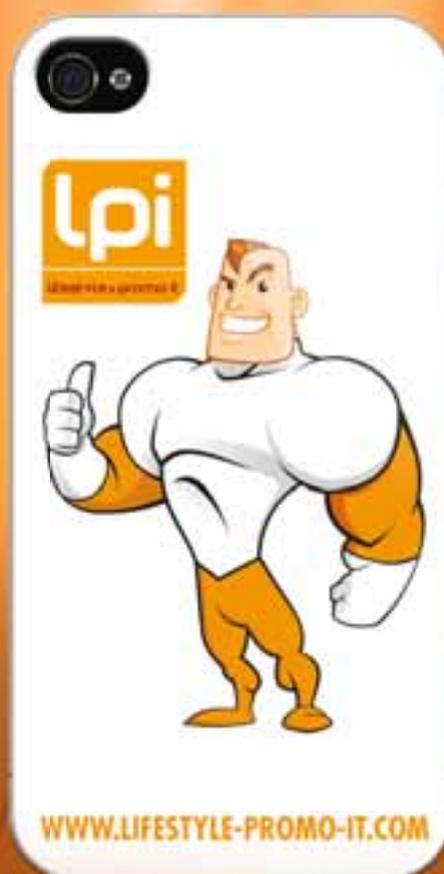
INDIVIDUELLE UNTERNEHMENSPRÄSENTATION

Jede individuellere Formgebung ist ein Produkt, umso positiver und prägender ist es für das Firmenimage. Ein ideales Medium für einprägsame Werbung sind die USB-Speichersticks mit Kapazitäten von 1 GB bis 16 GB in den Ausführungen USB 2.0 sowie USB 3.0 von LM Accessoires. Die in den verschiedensten Farben und Formen lieferbaren Speichermedien sind ein Must-have wie sonst wenige Werbeartikel. Wer aus ihnen ein noch begehrtteres Werbemittel machen will, kann seinen USB-Speicherstick Soft Rubber von Reflects in individueller Formgebung schon ab 200 Stück produzieren lassen. Auch eine große Anzahl von aussagekräftigen Standardmodellen steht zur Auswahl.

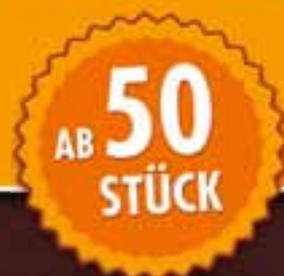
42487 • LM Accessoires GmbH • Tel +49 2234 9900-0
info@lm-accessoires.com • www.lm-accessoires.com



Holen Sie sich jetzt Ihren individuellen Maßanzug!



PLATZIEREN SIE IHRE WERBUNG AUF DEN SMARTPHONES IHRER KUNDEN UND LASSEN SIE SO FÜR SICH WERBEN.



- » PRAKTISCH, AUFFÄLLIG UND LANGLEBIG MIT HOHEM NUTZUNGSGRAD
- » STILVOLLER SCHUTZ DES GERÄTES UND INDIVIDUELLE GESTALTUNG
- » ULTRA SCHLANKES DESIGN UND ABSOLUT BESTE PASSFORM
- » KRATZFESTER UV-FARBDRUCK MIT FÜHLBARER HAPTİK
- » SCHNELLE LIEFERZEIT (8-10 TAGE NACH DRUCKFREIGABE)
- » FÜR ALLE SMARTPHONES ERHÄLTlich





NOTIZBUCH FÜR DIE BUSINESS-CLASS

Das handliche Notizbuch von Macma im praktischen und leicht zu verstauenden A6-Format verfügt über linierte Seiten sowie über einen edlen Umschlag aus weichem Echtleder. Da das Büchlein nur in den Umschlag gesteckt ist, lässt es sich bei Bedarf problemlos auswechseln. Zusätzlich wurden ein praktischer Magnetverschluss und ein rotes Lesebändchen eingearbeitet. Die Werbeanbringung erfolgt außen auf dem Überschlag.

40909 • Macma Werbeartikel oHG • Tel +49 911 9818133
verkauf@macma.de • www.macma.de

WIEDER BEFÜLLBARE WERBEKLASSIKER

Eine neue, originelle Lösung in Form von Schreibgeräten mit individuellen Clips gibt es bei DreamPen aus Polen. Die Clips der Modelle Galaxy, Lotus, Gladiator, Infinity und Optimus können individuell geformt werden als Logo oder in der Gestalt eines Produkts, womit die Aufmerksamkeit des Betrachters erheblich gesteigert wird. Brandneu können die Schreibgeräte dank Wiederbefüllung mit der Schreibgel-Tinte unbegrenzt lang genutzt werden. Die Farbtintensität ist jetzt noch größer, die Tinte schmiert nicht, trocknet nicht aus und ist zudem wasserfest. Eigenschaften, die das Schreiben noch leichter und angenehmer von der Hand gehen lassen. Die Wiederbefüllungspatronen sind mit einer kleinen Wachskappe vor dem Austrocknen geschützt. Ab einem Auftrag von 100 Stück und mehr erhält der Kunde einen in Blau schreibenden Gel-Refill-Schreiber, der für 500 Meter Schreibleistung gut ist.

45720 • DreamPen • Tel +48 68 4772230
dreampen@dreampen.pl • www.clip4you.pl • www.dreampen.com



MEHR POWER UND SPASS

Exklusiv in Deutschland und nur bei Bonus2U erhältlich ist das Vonino Primus 94HD, der ideale Wegbegleiter für Entertainment unterwegs. Ausgestattet ist es mit einem außergewöhnlich schnellem 1,6-GHz-DualCore-Prozessor, der durch das d-Betriebssystem Android 4.1.1 Jelly Bean unterstützt wird. Das 9,4-Zoll-IPS-Display hat eine sehr hohe Farbgenauigkeit und eine kräftige Farbdarstellung. Die Farben werden absolut realitätstreu dargestellt und die Blickwinkelabhängigkeit ist sehr gering. Dank eines HDMI-Anschlusses ist sogar eine Verbindung zum Fernseher möglich, um selbst aufgenommene Videos später in Großformat anzuschauen.

48347 • IT2U GmbH • Tel +49 511 64688516
stefan.oberchelp@bonus2u.de • www.bonus2u.de





INDIVIDUELLE SPEICHERMEDIEN

Ab Lager beim polnischen Speichermedien-Spezialisten Citron erhältlich sind 19 verschiedene USB-Stick-Modelle mit Kapazitäten von 1 bis 16 GB. Für jeden Geschmack und jedes Budget ist etwas dabei. Gefertigt wird aus den verschiedensten Materialien, darunter Leder, Holz oder Metall. Zu haben sind auch Marken-Pendrives von PQI und Transcend. Brandneu ab Lager hält Citron den Key Shape USB, einen pfiffigen Stick im Design eines Schlüssels, in drei verschiedenen Farben bereit. Die Individualisierung erfolgt binnen 24 Stunden im Laserdruckverfahren. Weitere Infos im Web unter www.citron.pl.

48658 • Citron btl • Tel +48 22 8394945

citron@citron.pl • www.citron.pl



FIT IN DEN SOMMER

USB Activity 3D ist ein individualisierbarer, moderner Schritt- und Kalorienzähler aus dem Angebot von Kasper und Richter. Das Qualitätsgerät kann jedoch viel mehr als nur Schritte zählen. Persönliche Werte wie Trainingszeit, gelaufene Kilometer und verbrauchte Kalorien lassen sich spielerisch einfach per USB auf den Rechner übertragen und auswerten. Das vor allem für Gesundheits- und Präventionskampagnen geeignete Produkt verfügt zudem über einen Sieben-Tage-Speicher, Uhrzeitanzeige, Unterdrückung unbeabsichtigter Bewegungen, eine Target-Funktion, welche die Zielvorgabe der täglichen Schritte erfasst, sowie über ein stabiles Slim-line-Gehäuse.

40043 • Kasper und Richter GmbH & Co. KG • Tel +49 9131 50655-0

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



NEED TO SPEED

Schärfer Werben begrüßt gleich sieben Neuzugänge in seinem umfangreichen Sortiment an Speichermedien. Die Freiburger präsentieren mit den USB-Sticks Penpal, Terminator, Evolution, Evolution-S MK II, Evolution Lite, Evolution Lite S sowie Spaceloop XL 3.0 ein Septett an Neuheiten mit superschneller USB-3.0-Schnittstelle. Jedes Modell ist von 8 bis 32 GB erhältlich und kann ab einer Abnahmemenge von 100 Stück individualisiert werden. Preisinformationen und Datenblätter können unter info@schaerfer-werben.de angefordert werden.

47514 • Schärfer Werben GmbH • Tel +49 7664 5057217

info@schaerfer-werben.de • www.schaerfer-werben.de

EINZIGARTIG IN _ AUSSTATTUNG _ QUALITÄT _ DESIGN



Lanybook®

powered by **Lediberggroup**

Lanybook®

powered by Lediberg GmbH

Alkenbrede 1

D - 32657 Lemgo

Email: info@lediberg.de

www.b2b.lanybook.com





WIESENFEST IM BÜRO

Für übernatürlich hohe Aufmerksamkeit soll der Memo Garden von emotion factory sorgen. In der Weißblechdose mit praktischem Aufreißdeckel befindet sich bereits eingesät der Samen eines schnell wachsenden Spezialgrases. Nach regelmäßigem, vorsichtigem Gießen und etwas Geduld ist nach wenigen Tagen bereits eine kleine Wiese herangewachsen, die alle paar Tage mit der Schere geschnitten werden kann. Da wird der Empfänger zum Greenkeeper, der diesen Werbeträger stets gut im Auge behält. Praktischerweise finden dank mitgelieferter Krokodilklemmen Notizen einen guten Platz auf dem Rasen. Ab 250 Stück wird Memo Garden mit umlaufender, vierfarbig individualisierter Banderole geliefert.

45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 81550

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

WERBESTARKES LANYBOOK

Der Einsatz von Notizbüchern und Kalendern liegt im Trend und bietet beste Chancen zur Präsentation der Firmen-CI. Lanybook aus dem Lieferprogramm von Lediberg setzt in puncto Design neue Maßstäbe. Ab einer Menge von 300 Stück kann das Lanyband des Buches mit jeder gewünschten Pantonefarbe eingefärbt und mit einem individuellen Silikondruck versehen werden. Der hochwertige Silikondruck bildet Kundenlogos oder Claims in 3D-Optik auf dem Band ab und macht es zu einem tollen Werbe- und Image-träger. Damit werden die Möglichkeiten eines Notizbuches werbewirksam um ein Vielfaches erweitert. Jedes Lanybook wird mit FSC-zertifiziertem Papier geliefert und steht für einen schonenden Umgang mit der Umwelt.

44186 • Lediberg • Tel +49 7181 989600

psi@team-d.de • www.team-d.de



PRAKTISCHER SAUBERMANN

Mit dem neuen Tastatursauger namens Brillant von elasto form ist Schluss mit lästigen kleinen Krümeln oder Staubpartikeln, die sich nach einiger Zeit in der Computer-Tastatur sammeln. Der praktische USB-Sauger aus Kunststoff kann ganz leicht an einem freien Port an Rechner oder Tastatur angeschlossen werden. Geliefert wird der praktische Saubermann mit zwei Aufsätzen, Bürste und Gummi, in einem schwarzen Einzelkarton. Veredelt wird fünffarbig im Tampondruckverfahren.

41369 • elasto form KG • Tel +49 9661 890 0

mail@elasto-form.de • www.elasto-form.de





SCHREIBT UND BERÜHRT

Viva-Plus aus Polen proudly presents seinen neuesten, in mehreren Farben verfügbaren Kugelschreiber in der Viva-Pens-Kollektion. Sein Name: Esso. Das ist ein Kunststoffkugelschreiber, der in den zwei Versionen Esso Black sowie Esso Silver erhältlich ist. Das Schreibgerät ist vor allem zweckmäßig. Es handelt sich nicht nur um einen typischen Kugelschreiber, sondern dank seines Touchpoints aus Silikon auch um ein Touchgerät für verschiedene Displays. Esso verwendet den kleinstmöglichen Stiftkopf, der auf dem Display hinterlassene Fingerabdrücke zuverlässig entfernt.

46622 • Viva-Plus • Tel +48 32 3868086

biuro@vivaplus.pl • www.vivapens.eu



PRAKTISCHES USB-REISE-SET

Ein sechsteiliges USB-Reise-Set hat Nestler-matho im Repertoire. Es besteht aus einem RJ-45-Kabel, USB-AM-Mini, 5P/M-Kabel, USB-A/M-A/F-Kabel sowie Mikrophon und Kopfhörer für die Sprachkommunikation via Internet. Zudem ist ein 1.1-Hub mit vier Anschlüssen sowie eine optische PC-Mini-Maus im Lieferumfang enthalten. Die Werbung kann auf Hub und Maus angebracht werden. Geliefert wird die im Reißverschluss-Etui untergebrachte Ausstattung einzeln verpackt.

41816 • Nestler-matho GmbH & Co. KG • Tel +49 7221 2154-0

info@nestler-matho.de • www.nestler-matho.de

UMA®

Die Handschrift
der Werbung



NEU uma Patronen-Roller-System

Das **uma Patronen-Roller-System** ist die innovative Basis für neuartige Tintenroller-Schreibgeräte in Premium-Qualität. Dank seiner speziell entwickelten, verschleißarmen Kugelspitze punktet das **uma Patronen-Roller-System** mit einer bisher unerreichten Langlebigkeit. Das **uma Patronen-Roller-System** arbeitet nach dem Prinzip des Füllhalters und kann mit Standard-Tintenpatronen nachgefüllt werden. Die Schreibspitze mit TC-Kugel (0,7 mm) wird also immer wieder verwendet und nicht weggeworfen. So sind, mit dem **uma Patronen-Roller-System** ausgestattete Schreibgeräte nicht nur sehr wirtschaftlich, sondern auch in besonderem Maße umweltfreundlich.

LADY S PR
0-9143 S PR

LADY PR
0-9143 PR



Modell auch als Kugelschreiber
oder Rollerball erhältlich.

www.uma-pen.com

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

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



VIRTUELLE LASERSTEUERUNG

Trotec aus Österreich hat die erste iOS-App zur Steuerung seines Flachbettlasers entwickelt, kostenlos erhältlich im AppStore. Sie ist kompatibel mit iPhone, iPod touch und iPad ab iOS 6.0. Benötigt wird Wi-Fi, die Trotec-JobContro-X-Laser-Software und ein kompatibles Trotec-Lasersystem. Mittels der neuen iOS-App lassen sich die verbundenen Laser fernüberwachen. Es wird angezeigt, ob der Laserplotter läuft oder auf neue Jobs wartet. Zudem lässt sich der Laser bedienen. Auch laufende Jobs lassen sich pausieren und die Trotec-Atmos-Absauganlage kann ein- und ausgeschaltet werden. Dank der App hat der Laser-User also stets den Überblick über die gesamte und verbleibende Bearbeitungszeit von Gravur oder Schnitt.

47804 • Trotec Produktions- und Vertriebs GmbH • Tel +43 7242 239-0
trotec@trotec.net • www.troteclaser.com

GELUNGENER HATTRICK

Damit das Schreiben, Tippen und Zeichnen mit den Fingern auf Touchscreen-Geräten wie Smartphone oder Tablet-PC noch besser funktioniert, hat Heri-Rigoni den Stamp & Smart Pen entwickelt. Entstanden ist ein multifunktionales, auch als Kuli verwendbares Schreibgerät, das Design und Anwendung optimal vereint. Verfügbar sind die Versionen Classic mit Metall-Korpus, vollständig lackiert und in verschiedenen Farbvarianten erhältlich, sowie die Special Edition in zwei Farben im Ladys-Look. Integriert ist zudem ein individueller Stempel, der auf Wunsch mit bis zu vier Zeilen Text versehen werden kann. Der integrierte Mikroschaum-Stempel garantiert jahrelanges Stempeln ohne Stempelkissen. Wie alle anderen Stempelartikel der Süddeutschen wird der Stamp & Smart Pen auch mit einem Online-Gutschein mit QR-Code zur kostenlosen Einlösung auf der Serviceseite www.Stampelservice.com oder mit gleich bleibenden Stempeltextrn und Motiven geliefert. Neben Produktinformationen und Bildern stellt Heri-Rigoni seinen Wiederverkäufern auch eine Flash-Animation für Webseiten und Webshops zur Verfügung.

41016 • Heri-Rigoni GmbH • Tel +49 7725 9393-0
vertrieb@heri.de • www.heri.de



INDIVIDUELLE DISPLAYSCHUTZFOLIE

FlipixX für Smartphones und Tablets ist eine pfiffig konzipierte Displayschutzfolie aus dem Sortiment der Hubert Raase Werbemittel-Agentur, die individuell mit bestehenden Motiven oder mit dem Kundenlogo bedruckbar ist. Die FlipixX-Folie bietet laut Hersteller optimalen Schutz gegen Kratzer und verwandelt das Kommunikationsgerät gleichzeitig zu einem effektiven, gut sichtbaren Werbeträger. Das Anbringen von FlipixX ist sehr einfach, schließlich haftet die Folie ohne Klebstoff auf der glatten Geräteoberfläche.

3557 • Hubert Raase GmbH Werbemittel-Agentur • Tel +43 7243 76360
info@raase.de • www.raase.de



MEHR HALTUNG FÜR DEN TABLET

Tablet PCs gehören ohne Zweifel zu den nützlichen und praktischen Dingen des Büroalltags. Und wenn der Tablet nicht nur flach vor uns liegt, sondern schön Haltung annimmt, ist die Präsentation perfekt. Zum Umklappen und Aufstellen solcher Geräte hat team-d eine attraktive Leder-Mappe im DIN-A5-Format im Sortiment. Geliefert wird das praktische Accessoire inklusive Metallplakette zur Veredelung, je einzeln im schwarzen Geschenkkarton verpackt.

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



EIN BOARD FÜR ALLE FÄLLE

E&H Design erfindet sich und seine Produkte immer wieder neu: Vor allem der Acrylbereich wird stetig weiter ausgebaut, um eine Vielzahl an Produkten aus diesem widerstandsfähigen und praktischen Material anbieten zu können. Mit dem Mediaboard gelingt dem Kunststoffverarbeiter ein neuer Clou: Sowohl für Manuskripte als auch für technische Geräte wie Laptops und Notebooks ist das Board ideal. Informationen werden gut sichtbar präsentiert, womit die Voraussetzung für eine ansprechende und professionelle Präsentation erfüllt ist.

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



Bauen Sie auf Vertrauen

... denn Ihre Kunden bauen auf Sie! Sie wissen: Kunden erwarten proaktives Engagement, wenn es um Themen wie Sicherheit und Gesetzestreue geht. Wie beweisen Sie Ihr verantwortungsvolles Handeln? Wie stärken Sie das Vertrauen und den Wert Ihrer Produkte?

Die European Promotional Products Association (EPPA) offeriert ein zuverlässiges Qualitätssiegel für Firmen, die sich zu hochqualifiziertem, sozial verträglichem Handeln und sicheren Werbearbeiten bekennen. **Machen Sie es zu Ihrem!** Sie wollen mehr wissen? Besuchen Sie uns auf www.eppa-org.eu.





BÜROUTENSILIEN IM DESIGNGEWAND

Rubens Design aus Polen liefert eine Reihe individueller Büroprodukte, die mehr als alltägliche Dinge des Massengeschmacks bietet. Individualität und Qualität haben bei Rubens Design nach eigenen Angaben oberste Priorität. Zu haben sind die unterschiedlichsten Ausführungen, etwa in Mattsilber gehaltene Speichermedien von Patriot Memory, die allesamt handgefertigt sind. Es gibt sie auch mit einem Korpus aus exotischem Holz oder im glamouröse Eleganz vermittelnden Gewand, gespickt mit edlen Swarovski-Kristallen. Weitere Infos auf Anfrage.

46790 • Rubens Design • Tel +48 58 6603221

bjuro@rubensdesign.pl • www.rubensdesign.pl

NOTIEREN GEGEN DAS VERGESSEN

Steht einmal geschrieben, was ansteht, hat Terminstress keine Chance. Notieren statt vergessen, lautet die Devise dank des im handlichen A6-Format gehaltenen Notizbuches namens Spektrum, erhältlich bei Giving Europe. Enthalten im kleinen Set ist auch der Kugelschreiber Rimini mit in Blau schreibender Mine. 130 linierte Seiten in Spiralheftung umfasst das in Rot, Blau und Grau erhältliche Büchlein, das mit einer Werbung im Tampondruck versehen werden kann.

45737 • Giving Europe BV • Tel +31 344 640500

contact@givingeurope.nl • www.givingeurope.nl



EINWANDFREIES SCHRIFTBILD

Stratos heißt der in Deutschland hergestellte Druckkugelschreiber von Ritter-Pen. Besonderes Merkmal dieses Schreibgeräts ist die Wandstärke des hochglänzenden Schafts, den es in transparenten und gedeckten Farben gibt. In Verbindung mit einer massiven Metallspitze wird ein Gewicht erreicht, das Wertigkeit und große Stabilität vermittelt. Auf dem Schaft sowie auf dem eleganten Clipdrücker, der optional auch in Platin-Optik verfügbar ist, ist Platz für individuelle Werbedrucke. Der Schaft kann zudem mit einer 4-c-Digitalfolie veredelt werden, womit Bilddrucke in Fotoqualität möglich sind. Geliefert wird Stratos mit der Qualitätsmine Ultra, die langfristig für ein stets einwandfreies Schriftbild sorgt.

44508 • Ritter-Pen GmbH • Tel +49 6161 808150

info@ritter-pen.de • www.ritter-pen.de



PERFEKTE PERFORMANCE

Die Kunstleder-Portfoliomappe New age von Topico ist wie gemacht für den Einsatz im Büro, auf Messen oder Konferenzen. Die praktische Ordnungshilfe mit Reißverschluss hat diverse Einsteckfächer für Visitenkarten und Dokumente. Zudem verfügt die Mappe über einen Steckplatz für ein Schreibgerät sowie einen DIN-A4-Schreibblock. Dank einer mit ausklappbarem Aufsteller ausgestatteten, herausnehmbaren Schutzhülle, die iPads und Tablet-PCs im Format 24 x 17,7 Zentimeter Platz bietet, kann New age für Präsentationszwecke effektiv inszeniert werden.

44327 • Topico Ideas for excellence • Tel +49 421 5227-0
sales@topico.de • www.topico.de



SAUBERER ARBEITSPLATZ

Die Tastaturbürste von Frank Bürsten, geführt unter der Artikelnummer 990, erscheint im klassischen Design und hält, was sie verspricht. Mit ihren weichen Spezialborsten fegt die Bürste allen Staub von der Tastatur. Durch die besondere Anordnung der Borsten erreicht sie auch die kleinsten Rillen und Ecken. Zudem überzeugt die Tastaturbürste als Werbeträger: Schließlich lässt sie sich von Frank Bürsten mit einem individuellen Werbelogo bedrucken. Das praktische Werbegeschenk wird in Deutschland hergestellt und sollte in keinem Büro fehlen.

41853 • Frank Bürsten GmbH • Tel +49 7673 88865-0
info@frank-brushes.de • www.frank-brushes.de

TROIKA®

Energy to go!



STROMKONSERVE

Tragbarer Smartphone-Ersatzakku

Mobile Steckdose

Bevor unterwegs das Smartphone ausfällt, wird es mit der STROMKONSERVE schnell wieder aufgeladen. 2.200 mAh Akku-Kapazität und der USB-Adapter für viele aktuelle Smartphones bringen Sie sicher durch den Tag.

Und wenn die Nacht kommt...
verwandelt sich die STROMKONSERVE in eine LED-helle Taschenlampe.



Zusatzfunktion:
Taschenlampe /
Campinglicht



Mehr Informationen finden Sie unter
www.troika.org/stromkonserve

-Anzeige-

PSI
2014
8th – 10th
JANUARY
DÜSSELDORF

TIME TO SURPRISE

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions



ENTLASTUNG FÜR KOPFARBEITER

Die pfiffig konzipierte Börse von Jutamo bewahrt nicht nur die Finanzen sicher auf, sondern hat obendrein noch Köpfchen. Oft reicht im Alltag ein einfacher Notizzettel nicht mehr aus für die unzähligen Datenmengen, die später bearbeitet werden müssen. Im Zettelsalat gehen wichtige Daten und Infos verloren. Damit ist jetzt Schluss, denn mit dem eingebauten Clip für den zur Börse gehörigen USB-Stick lassen sich etwa auch Kundendaten einfach, schnell und sicher abspeichern. Börse nebst Stick sind ein ideales Geschenk für die Mitarbeiter, die vielleicht oft im Außeneinsatz Daten „mitnehmen“ müssen, eignen sich aber natürlich auch einfach als Werbegeschenk.

45651 • Jutamo GmbH • Tel +49 6108 799380
info@jutamo.de • www.jutamo.de

ATTRAKTIVE SPEICHERMEDIEN

Das mit edlem Body aus Holz gestaltete Modell ist neuestes Kind im umfangreichen Sortiment von USB-FlashDrive, dem Spezialisten für USB-Speichermedien aus Großbritannien. In Anlehnung an das populäre Modell Twister USB mit umlaufender Metalleinfassung nebst Öse für die Befestigung am Schlüsselbund dürfte auch der wahlweise mit hellem, mittelhellem und dunklem Holzkörper erhältliche Neuling zum Dauerbrenner werden. Der Metallclip des zeitlos geformten Speichers, den es mit Kapazitäten von 64 MB bis 32 GB und ab einer Mindestbestellmenge von 50 Stück gibt, kann per Bedruckung oder Gravur individualisiert werden. Auf all seine Modelle gewährt USB eine lebenslange Garantie.

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



NATÜRLICHES ORGANISATIONSTALENT

Mit Brixxs von e+m Holzprodukte ist ab sofort Schluss mit der Zettelwirtschaft: Die neuen, attraktiven Organizer sind ideal für den Gebrauch im Büro oder für Zuhause. Ob mit Bohrungen oder mit Schlitzen, Brixxs nehmen alle Utensilien auf, vom Lineal bis hin zu persönlichen Fotos. Die in einem umweltfreundlichen Papierschuher verpackten Organizer sind aus massiver Braunesche gefertigt und in zwei Varianten erhältlich: Brixxs dots mit Bohrungen und Brixxs cuts mit Trennschnitten. In den Farben Orange, Weiß und Eisblau werden sie zu Eyecatchern in jedem Ambiente.

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





TINTE VON DER ROLLE

Das Patronen-Roller-System von uma Schreibgeräte ist die Basis für die neuen Tintenroller-Schreibgeräte in Premium-Qualität. Das System punktet mit seiner speziell entwickelten, verschleißarmen Kugelspitze, die laut Hersteller überdurchschnittlich langlebig ist. Das uma-Patronen-Roller-System arbeitet nach dem Prinzip eines Füllhalters und kann mit Standard-Tintenpatronen nachgefüllt werden. Die Schreibspitze mit TC-Kugel wird also immer wieder verwendet und nicht weggeworfen, was für die Wirtschaftlichkeit und hohe Umweltfreundlichkeit des Produktes spricht. Das Modell ist zudem als Kugelschreiber oder Rollerball erhältlich.

41848 • uma Schreibgeräte Ullmann GmbH • Tel +49 7832 707-0
info@uma-pen.com • www.uma-pen.com



WACHSENDE BEGEISTERUNG

Der kleine Zink-Behälter von Multiflower, modern und in Metallic ausgeführt, ist gedacht für die Aufzucht kontinuierlich wachsender Grußbotschaften. Eingelegt in das Wachstumskästchen sind eine Erdtablette und Samen. Die umlaufende Banderole bietet ausreichend Platz für eine individuelle Werbemessage. Ab einer Order von 250 Stück und mehr ist eine eigene Gestaltung der Banderole möglich.

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

HASTA LA VISTA, BABY

Wir sehen uns! Live
und in Farbe... in der
P.Collection 2013 unter
www.pcollection.de



P.COLLECTION

F. Pecher GmbH • Fabrik für Schreibgeräte
info@pcollection.de • www.pcollection.de
Fon: ++49 52 22/94 20 0 • Fax: ++49 52 22/94 20 22



URBANER SPEICHERPLATZ

Als Lieferant pffiger Design-Produkte für Ästheten hat sich koziol in der Werbeartikelbranche einen Namen gemacht. In der Welt der Elektronikartikel sticht die USB-Station Memory City mit ihren erfrischenden Gestaltungsmerkmalen heraus. In Memory City bekommen Speicherkarten und USB-Sticks den passenden Landeplatz und warten hier aufgeräumt auf ihren nächsten Einsatz. Die Datenträger komplettieren das spielerische Motiv, das nicht nur Männerherzen höher schlagen lässt.

47406 • koziol – ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 604-0
incentives@koziol.de • www.koziol.de

ELEKTRONISCHE KLINGE

Victorinox@work ist das Schweizer Taschenmesser von Victorinox, das die digitale Gesellschaft im Berufsalltag und in der Freizeit begleitet. Der Clou: Das Taschenmesser ist mit einer „elektronischen Klinge“ in Form eines USB-Sticks ausgestattet. Nebst den praktischen Funktionen von Klinge, Schere, Nagelfeile mit Schraubendreher, Pinzette und Kugelschreiber dient der kleine Alleskönner jetzt auch als Speicher von Musikdateien, Bildern, Präsentationen oder digitaler Post mit einem Gesamtvolumen von 8 respektive 16 Gigabite. Der Schlüsselanhänger ist in acht verschiedenen Farben erhältlich und kann ein- bis sechsfarbig bedruckt sowie mit einer Klingenzätzung veredelt werden.

44281 • Victorinox AG • Tel +41 41 8181211

261@victorinox.ch • www.victorinox.ch



ATTRAKTIVER CHEF-PLATZ

Ein heißer Kandidat für den neuen Lieblingsplatz im Büro ist der klassische Chefsessel von Lehoff. Gefertigt aus echtem Leder, verfügt der komfortable Sessel über eine stufenlose Sitzhöhenverstellung mittels TÜV-geprüfter Toplift-Mechanik sowie eine individuell auf das Körpergewicht einstellbare Wippmechanik. Lehne und Sitz sind gesteppt mit aufwendiger Polsterung in echtem Leder. Die Rückseite und das Seitenteil sind in farbgleichem Kunstleder gehalten. In Schwarz erscheinen die formschönen Armlehnen aus Kunststoff. Weitere Features sind das stabile Kunststoff-Fußkreuz in Schwarz sowie die lastabhängig gebremsten Sicherheitsdoppelrollen. Wer bei Lehoff ordert, darf das komplette Dienstleistungs-Paket erwarten, von der Beratung über den Einkauf bis zur Auslieferung an den Endkunden.

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

info@lehoff.de • www.lehoff.de



Mit Wachstum werben und frisches Gras sprießen lassen



als „wachsendes Dankeschön“, als „wachendes Logo“
oder mit der „grünen Oase-Dose“

Artikel 1134

Artikel 1337



...❖ Gratis, den neuen Katalog 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

ASStrein!

Mehr spASSbeiderArbeit gibt's jetzt online!

Ab sofort können Sie nicht nur stöbern und spielen, sondern auch Ihre Ideen auf Werbespielkarten online simulieren. Ab sofort gibt es auch die App „Meine Karte“ – einfach downloaden und SpASS haben!



www.spASSbeiderArbeit.com



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



Klassik(er) genießen Werbemittel & Give Aways von Rösler CeramTec



Testen Sie uns -
wir beraten Sie gerne!
katharina@roesler-ceramtec.de
09269/78115
oder 09269/78122

Werbemittel mit individuellem Logodruck:

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



Rösler CeramTec GmbH
Langenauer Straße 2
96355 Tettau-Schauberg

Tel: 09269 / 78-122
Fax: 09269 / 78-190
www.roesler-ceramtec.de



Auch bei den günstigen Werbemitteln achtet man bei Strimaxx auf Top-Qualität.



Dr. Axel J. Stenger
Tel. +49 40 739 2668-10
astenger@strimaxx.de



Uwe Nagel
Tel: +49 40 739 2668-20
unagel@strimaxx.de



Angelika Janke
Tel. +49 40 739 2668-21
astenger@strimaxx.de



Die Strimaxx-Firmenzentrale hat ihren Sitz in Renchen, Baden-Württemberg.

STRIMAXX: SCHIRME, TASCHEN, RUCKSÄCKE, CAPS UND MEHR

DIE SCHÖNE WELT DER TEXTILIEN

Das Unternehmen Strimaxx & Friends bietet dem Werbemittelhandel ein breites Spektrum schöner wie neuer textiler Promotionsprodukte. Es vereint langjährige Branchenkompetenz mit leistungsfähiger Vertriebsstärke und setzt auch auf qualitativer Seite beeindruckende Akzente.

Als Partner des Werbemittelhandels ist die Strimaxx & Friends GmbH seit verganginem Jahr das jüngste Mitglied der mittelständisch geprägten RMJ-Unternehmensgruppe aus Renchen, Baden-Württemberg. Die Gruppe hat ihren Ursprung als Zulieferer der regionalen Bekleidungskonfektionäre in den 50er-Jahren des vergangenen Jahrhunderts. Strimaxx & Friends selbst ist spezialisiert auf die Entwicklung, Produktion, den Vertrieb und die Bedruckung von Schirmen, Baumwolltaschen, Non-Woven-Taschen, Sport- und Freizeittaschen, Business- und Notebook-

Taschen, Rucksäcken, Caps und genähten Spezialanfertigungen.

GROSSE VERTRIEBSERFAHRUNG

Der Vertrieb von Strimaxx wird gesteuert vom Vertriebsbüro in Hamburg. Das Büro befindet sich in einem schönen alten Gebäude aus der Gründerzeit im quirligen Hamburger Stadtteil Bergedorf. Hier begegnen wir „alten Hasen“ der Werbemittelbranche: Uwe Nagel und seine Kollegin Angelika Jahnke sind im Innendienst für die Kundenbetreuung und Verkaufsberatung zuständig. Beide haben langjährige Erfahrungen in der Branche, zuletzt bei

der Firma Getex aus Geesthacht, die Anfang 2012 in Schwierigkeiten geriet und schließen musste. Die Leitung des Hamburger Büros hat Dr. Axel J. Stenger, der aus dem Vertrieb/Marketing international tätiger Unternehmen kommt und sich in den vergangenen Jahren schwerpunktmäßig mit der Sanierung und Restrukturierung von Unternehmen beschäftigt hat.

BESTENS AUSGESTATTET

Logistik und Produktion von Strimaxx sind am Hauptsitz im badischen Renchen konzentriert. Insgesamt 25 Mitarbeiter kümmern sich um Produktion, Versand und Be-

druckung. Man unterhält dort auch noch eine eigene Näherei für Muster, Sonderanfertigungen, Eilaufträge und Kleinserienfertigung. Gedruckt wird in der eigenen Siebdruckerei, einschließlich Druckvorstufe und Logobearbeitung. So kann man auch Aufträge annehmen und abwickeln, die in keine übliche Kategorie passen.

SCHNELLIGKEIT UND FLEXIBILITÄT

Strimaxx bietet ein sehr umfangreiches Lagerprogramm an Schirmen, von Taschenschirmen über Stock- und Schulterchirme bis zur XXL-Größe. Lageraufträge mit Bedruckung können in der Regel in wenigen Tagen ausgeliefert werden, ganz abgestimmt auf die Wünsche des Kunden. Lieferumfang und Service reichen vom Vollcontainer bis zur Einzelanfertigung im Kurierdienst. Dies bezieht sich natürlich ebenfalls auf die Produktsegmente Baumwolltaschen, PP-Non-Woven-Taschen, Rucksäcke, Notebook- und Konferenztaschen, Sport- und Reisetaschen sowie Caps in verschiedenen Varianten – alles in einer großen Bandbreite von Farben, schnell ab Lager Deutschland und auch mit Druck verfügbar.

QUALITÄT UND KNOW-HOW

Axel Stenger betont im Gespräch den Qualitätsaspekt. „Unsere Wurzeln liegen in der Produktion textiler Produkte und das in einer Gegend Deutschlands, die bekannt ist für ihre Tüftler und die eine lange Tradition hat in sorgfältiger Qualitätsarbeit. Wir übertragen dies auch auf die textilen Werbemittel, die nach unseren technischen Spezifikationen aus Kostengründen bei Vertragslieferanten im Ausland gefertigt werden. Wir sind und verstehen uns als Produzent. Das Know-how haben wir hier im



Hause“, sagt Stenger und ergänzt: „Auch wir können Produkte, die als Streuartikel eingesetzt werden, aus Kostengründen nicht mehr in Deutschland herstellen. Aber wir können dafür sorgen, dass die Qualität stimmt.“

SERVICE UND QUALITÄT

Stenger ist überzeugt, dass Strimaxx seinen Kunden ein optimales Paket anbieten kann: „Wir verbinden hier eine schlanke, schlagkräftige Vertriebsorganisation, die über ausgezeichnete Branchen- und Produktkenntnisse verfügt, und dies mit den Vorteilen einer etablierten Organisation. Das vorhandene Know-how in textiler Produktion und Siebdruck nutzen wir und die möglichen Skalenerträge der logistischen Möglichkeiten schöpfen wir aus. Für unsere Kunden heißt das: sehr guter Service, anspruchsvolles Qualitätsniveau, auch und gerade bei ‚einfachen‘ Artikeln – aber auch ein sehr faires und attraktives Preisniveau.“

NACHHALTIGE WERBEWIRKUNG

Auch bei Artikeln, die man lange kennt, bemüht sich Strimaxx darum, Details zu verbessern, betont Stenger: „Unser Grundgedanke ist immer: Der Kunde unseres Kunden verbindet seinen guten Namen mit dem haptischen Werbemittel von uns. Wir müssen dafür sorgen, dass die gewollte Werbewirkung nachhaltig und positiv ist.“ Stenger gibt dazu zwei Beispiele: „Auch ein günstiger Schirm ist bei Strimaxx mit einer Polyester-Pongee-Bespannung ausgerüstet, die Endspeichen sind aus Fiberglas und die Handöffner mit einem Fingerschutz ausgestattet.“

INNOVATIONEN

Darüber hinaus wird Strimaxx den Werbemittel-Händlern in den nächsten Monaten noch viele weitere neue und interessante Produkte vorstellen. Als weiteres Beispiel nennt er den günstigsten und ein-

fachsten Werbeartikel überhaupt: „Nehmen Sie einfach die Tragetasche aus PP-Non-Woven. Oft wird hier nur der Preis als einziges Entscheidungsmerkmal angeführt. Aber auch bei den ganz günstigen, einfachen haptischen Werbemitteln achten wir auf Top-Qualität: saubere Verarbeitung, geruchsneutrales, umweltfreundliches Original-Material ohne Beimischungen, verschweißte Henkel für hohe Tragkraft sowie schöne gerade Maße und Drucke mit ordentlicher Deckkraft.“

PSI MITGLIEDSCHAFT

Als Mitglied des PSI, des internationalen Netzwerks der Werbemittelbranche, folgt Strimaxx dem Verhaltens- und Leistungsversprechen des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft und der dazugehörigen Mitgliedverbände. „Im Mittelpunkt jedoch“, so Stenger, „steht die für Strimaxx immer wichtigste Person: der Kunde.“ <

KONTAKT

Strimaxx & Friends GmbH
Vertriebsbüro Hamburg
Tel.: +49 40 739 2668-0
info@strimaxx.de • www.strimaxx.de

-Anzeige-

PSI
2014
8th – 10th
JANUARY
DÜSSELDORF

TIME TO
SURPRISE

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions





Hochwertige Werbeanbringung
gehört zu den besonderen
Kompetenzen von Malgrado.

10 JAHRE MALGRADO FASHION & PROMOTION GMBH

TRENDIGE WERBETEXTILIEN

2003 ging die Malgrado fashion & promotion GmbH, früher Manitobatex Deutschland GmbH, an den Markt. Mit einem klaren Konzept: Auf Basis langjähriger Erfahrung in Sachen Textil-Siebdruck sollte der Fokus auf hochwertig individualisierten Werbetextilien liegen, die aktuelle Trends aufgreifen.

Seinen Anfang nahm Malgrado in den 1990er-Jahren. Als zuverlässiger Handelspartner für den Retailbereich wurden zunächst europäische Label mit veredelten Textilien bedient. Produziert wurde am Standort in Arad, Rumänien, in einer der führenden Produktionsstätten für veredelte Textilien. Als vor zehn Jahren, 2003, in Bergisch-Gladbach vor den Toren Kölns die Manitobatex Deutschland an den Start ging, gehörten bedruckte Textilien aus Baumwolle, Mischgewebe und auch Funktionsgewebe bereits zum Produkt-Portfolio. Ei-

ner der Schwerpunkte lag dabei auf Sporttextilien: „Durch den Aufschwung zahlreicher Marathonveranstaltungen und der Umstellung von Baumwollware auf Funktionsfaser waren unsere Produkte von vielen Veranstaltern und Sponsoren aus der Laufszene gefragt“, blickt Dirk Schmidt, Geschäftsführer der Malgrado fashion & promotion GmbH, zurück. Europaweit wurden Topkunden wie Asics, Brooks, Reebok und Saucony beliefert. „In dieser Zeit kam es auch zur Zusammenarbeit mit einem Werbemittelhändler, der für die Ver-

marktung der Fußball-WM in Deutschland die Textilien für Coca-Cola liefern sollte“, so Schmidt. Der Einstieg ins Werbeartikelgeschäft war geschafft. 2006 trat Malgrado dem PSI bei. Es sollte ein besonders erfolgreiches Jahr werden – mit einem Rekord von 700 000 produzierten, veredelten Teilen am Standort Rumänien.

ALLE LEISTUNGEN AUS EINER HAND
„Als Full-Service-Dienstleister konnten wir alle Leistungen aus einer Hand anbieten“, so Schmidt. Abgedeckt werden sämtliche Service-Bereiche mit Beratung, Artwork,



Geschäftsführer Dirk Schmidt und Sales Managerin Sonja Rüth haben über 20 Jahre Erfahrung im Textilgeschäft. Das macht sie zu idealen Partnern des Werbeartikelhandels, vor allem bei textilen Sonderanfertigungen.

Produktion, Druck sowie Dekoration, Verpackung nebst Kommissionierung, Qualitätskontrolle bis hin zur Auslieferung. Von der engen Verbindung zum Einzelhandel profitiert auch der Werbemittelbereich: Die Kunden sind immer up to date hinsichtlich Trendfarben, neuen Stoffen, Schnitten und innovativen Drucktechniken. Neben T-Shirts, Polos und Sweats erweiterte Malgrado aufgrund verstärkter Nachfrage das Angebot um textile Sonderproduktionen mit Caps, Lanyards, Taschen, Handtüchern sowie Socken.

UMORIENTIERUNG NACH DER KRISE

2009 veränderte sich die Situation: Das Gros der Mutterkonzerne der Laufschuhhersteller stellte sich strategisch neu auf und stürzte sich auch auf den lukrativen Werbeartikelbereich. Die Konsequenz: „Unsere Auftraggeber mussten dieses Geschäft aus der Hand geben und wurden fortan von den Headquarters der Marken selbst beliefert, was zur Folge hatte, dass unsere Umsätze drastisch einbrachen“, so Schmidt. Es folgte eine interne Krisensitzung: „2009 begann „Malgrado reloaded“. Wir hatten mittlerweile exzellente und verlässliche Kontakte zu Produzenten in diversen Ländern für textile Sonderproduktionen, so dass die Basis stimmte“, erinnert sich der Geschäftsführer. Aus der Manitobatec Deutschland GmbH wurde die Malgrado fashion & promotion GmbH. Ein direkter Zugang zu Industriekunden kam allerdings nicht in Frage, da das Angebot zu speziell war. Die Konzentration auf das Werbeartikelgeschäft führte in der Folge zum intensiveren Kontakt mit PSI: „Hier fanden wir eine Möglichkeit, wieder Wachstum zu generieren, wobei uns der Product Finder und das PSI Sourcing-Team eine große Hilfe waren, um auf unser Unternehmen und unsere Produkte aufmerksam zu machen“, blickt Schmidt auf das PSI als einen der Schlüssel für den neuen Schwung. Als Ansprechpartner für textile Sonderproduktionen fand Malgrado rasch Zugang zu PSI Händlern. Bereits Anfang 2010 konnte eine Vielzahl verschiedener Produkte realisiert werden, darunter gepresste Handtücher zur Eishockey-WM in Deutschland,

diverse Sockenproduktionen, Wink-Hände und Caps für Fanparks der Fußball-WM 2010 sowie Handtücher für Reisebüros zur Sommersaison 2011.

PRODUKTSICHERHEIT GANZ OBEN

2011 wuchs die Nachfrage nach zertifizierten Qualitätsproduktionen sprunghaft und Malgrado erlebte jenes Jahr als Triumph der Produktsicherheit. Dirk Schmidt: „Immer mehr Werbemittelhändler konnten mit unseren Zertifikaten und konkreten Produkttestings bei ihren Industriekunden punkten.“ Beispielsweise hatte Malgrado die sozialen Standards der Produktion des chinesischen Lieferantenpartners für Caps, Schals, T-Shirts, Polos und Schürzen von einem unabhängigen Unternehmen testen lassen: „Es wurden Bestnoten vergeben und noch heute arbeiten wir mit diesem Lieferanten eng zusammen“, so Schmidt. Es reiche jedoch nicht aus, lediglich standardisierte Zertifikate vorzuweisen, wie

zum Beispiel Oeko-Tex. Daher arbeitet Malgrado auf Kundenwunsch mit unabhängigen Instituten zusammen, die im Auftrag vor Ort in den Produktionsstätten eine Überwachung jeder individuellen Order nach AQL 2.5 übernehmen, respektive exakte Schadstoff-Testings durchführen. Die Übernahme des Deutschlandvertriebs für einen renommierten Handtuchproduzenten aus der Türkei brachte Malgrado-Kunden weitere Vorteile: Sie können sich nun noch direkter über den Einsatz von Handtüchern und deren vielfältige Veredelungsmöglichkeiten informieren. Noch einmal Dirk Schmidt: „Preislich sind wir durch unsere hohen Einkaufsvolumina sicherlich attraktiver, als wenn der Kunde direkt beim Produzenten ordern würde. Und wenn mal etwas schiefgeht, hat man mit uns immer noch einen verlässlichen deutschen Vertragspartner für die Suche nach gemeinsamen Lösungen.“ www.malgrado.de <

Dekorativ: Strandhandtuch im Reaktivdruck.





HEINER UND TORSTEN JANSEN

EINGESPIELTES DUO

Kriegskindheit und fast drei Jahrzehnte beim selben US-amerikanischen Konzern: Geprägt, gestählt und beseelt vom Willen zur Selbstständigkeit, gründet Heiner Jansen 1988 die Jansen Verkaufsförderung GmbH & Co. KG. Heute mit an Bord und seit 1999 Co-Geschäftsführer: Sohn Torsten Jansen. Die Vater-Sohn-Beziehung ist auch im Geschäftsleben bestimmt von Respekt, Freundschaft und Optimismus.

Heiner Jansen liebt den Umgang mit Menschen. Eine seriöse und charmante Erscheinung, zuvorkommend, seriös und freundlich, so begegnet er auch seinen Mitmenschen. In entspannter, familiärer Atmosphäre treffen wir den smarten Geschäftsmann am großzügig bemessenen Firmensitz in Mülheim an der Ruhr. An seiner Seite Torsten Jansen, ebenso kommunikativ wie der Vater, gesegnet mit einem entspannten, humorvollen Gemüt. Wir nehmen Platz am gläsernen Verhand-

lungstisch im offenen Showroom und sind umgeben von einer bunten Welt aus rund 5000 liebevoll dekorierten Werbeartikeln. Wir lassen dem Älteren den Vortritt und befragen zunächst Heiner Jansen zu seinem Werdegang. Wie sich schnell herausstellt, begegnen wir einem Menschen, der viel erlebt hat und trotz vieler widriger Umstände offenbar überwiegend zum rechten Zeitpunkt am rechten Ort war. „Es war natürlich anfangs nicht leicht, ich bin kurz vor Ausbruch des Zweiten Weltkriegs ge-

boren“, beginnt der Geschäftsmann, der 1938 in Mülheim zur Welt kam. Er hält sich nicht lange mit dem Kapitel Schule auf. Wichtiger ist das, was ihn sein ganzes Leben lang geprägt und zu dem gemacht hat, der er heute ist: das Verkaufsgeschäft. „Vieles habe ich mir nach dem Krieg auch in Abendschulen angeeignet und dann die kaufmännische Richtung eingeschlagen“, berichtet er. 21jährig stürzt er sich vollends ins Berufsleben: „Dann war ich 27 Jahre in einem renommierten

amerikanischen Konzern, davon 25 Jahre in Führungspositionen“, so Jansen. In Köln lernt er das Geschäft von der Pike auf. Verkauf ist sein Ding. Er ist zuständig für den Absatz von Markenprodukten im Kosmetikbereich. Schnell avanciert er zum kommunikativen Ausbilder und schult Vertreter im Verkauf. „Ich hatte in Köln eine sehr schöne Zeit, 10 Jahre lang, und habe dort mit tollen Menschen zu tun gehabt“, blickt er zurück. Er lernt 1962 seine Frau Christel kennen, 1967 und 1970 kommen die Kinder Silke und Torsten in Bensberg zur Welt. Bald darauf zieht die junge Familie um nach Mülheim. Durchsetzungsvermögen und diplomatisches Geschick verhelten ihm zu bestem Standing beim Kosmetikspezialisten: „Wenn man fast drei Jahrzehnte im selben US-amerikanischen Unternehmen bleiben kann, dann ist das fast schon Weltrekord“, bilanziert Jansen in Anspielung auf die amerikanische Hire-and-fire-Mentalität. Dann drängte der Selfmademan in ihm zu neuen Aufgaben. Im Mai 1988 verlässt er die Firma, um sich bereits einen Monat später als Werbemittelhändler auf eigene Füße zu stellen: „Das war schon immer mein Herzenswunsch“, erklärt er.

VÖLLIG NEUE AUFGABE

Mit einer Teilzeitkraft in einem Zwei-Raum-Büro beginnend, erfindet sich der kommunikative Gentleman völlig neu: „Ich habe keinen einzigen Kunden aus dem Kosmetikbereich mitgenommen, mir war wichtig, den Kopf frei zu haben und mich auf eine völlig neue Aufgabe einzulassen, also von null auf zu starten“, erinnert sich der Mann, der viel Erfahrung mit Werbeprodukten und Verkaufsförderung mitbrachte. Im Geschäftsleben will der Unternehmer zügig hoch hinaus und entwickelt ein klares Konzept: „Wenn man Erfolg haben will, braucht man Mitarbeiter, Kunden, Umsatz, Marge.“ 1990 folgt innerhalb der Heimatstadt der Firmenumzug in ein 400-Quadratmeter-Büro mit weiteren Mitarbeitern und größerer Ausstellung. Fünf Jahre später, nach Zukauf einer Firma für Werbeanbringung, verfügt er auch über Druck- und Prägemaschinen für die Veredelung. „Seit-

her haben wir das Angebot unseres seit jeher starken Produktsegments Buch-, Taschen- und Querkalender, auch aus Leder und Kunststoff, selbst bedruckt und geprägt“, so Jansen zum nächsten Schritt.

EHRENAMT UND SPORT ALS LEBENSELIXIER

Heiner Jansen baut sich seit jeher Netzwerke auf, etwa über sein Engagement als Präsident des Hauptausschusses Groß-Mülheimer-Karneval. Im Ehrenamt betreut er als Präsident, Manager und Sponsor den einstigen Tischtennis-Zweitbundesligisten PSV Oberhausen. Mit Sport hält er sich auch stets selbst fit, neben Tischtennis erweist er sich als Racketvirtuose und wird 1995 mit seinem Tennis-Seniorenteam deutscher Meister. Heute beschäftigt sich Jansen in seiner Freizeit vor allem mit dem Golfsport – mit einem Handicap von 17. Auch seine Familie hat er jenseits von Sport und Geschäft stets im Blick. Doch sehr viel Zeit für Privates hat er nicht, schließlich blickt er neben dem zeitintensiven Job auf fast 50 Jahre ehrenamtliches Engagement zurück: „Das hat mir natürlich sehr geholfen beim Aufbau von Netzwerken für meine Firma. Viele Sportler etwa sind ebenfalls Firmeninhaber“, berichtet Jansen.

KREATIV, DYNAMISCH, VERLÄSSLICH

Mitte der 1990er-Jahre ist Heiner Jansen längst nicht mehr der Einzelkämpfer im Unternehmen. Neue Mitarbeiter helfen mit, gemeinsam wird weiter auf Expansionskurs gesteuert. Entscheidenden Anteil daran trägt auch Torsten Jansen. Der Sohn erweist sich als Volltreffer fürs Unternehmen und bringt frischen Wind ins Tagesgeschäft: „Auf die Arbeit bezogen bin ich der kreative Pol hier“, sagt er selbstbewusst. Ihm kommt zudem entgegen, dass „ich gut mit Menschen umgehen kann und sehr, sehr gerne mit Kunden zu tun habe“, ergänzt er. Kein Widerspruch väterlicherseits, im Gegenteil. Der Vater weiß, was er an seinem Sohn hat. Die beiden ergänzen sich offensichtlich perfekt und spielen sich in wortlosen Gesten und Blicken die Bälle zu. Jede Miene ist Ausweis für Vertrauen und Beleg für blindes Verständnis. Torsten Jansen blickt auf einen geradlinigen Werde-

gang zurück, angefangen mit einer vom Abitur gekrönten Schullaufbahn und gefolgt von einem Wirtschaftsstudium in Duisburg und Essen. „1998 habe ich dann noch ein Diplom als Event-Manager gemacht“, so Jansen junior. Schon während des Studiums hilft er immer wieder in der väterlichen Firma mit. Längst ist ihm klar, was und wohin er will, und so ist die Ernennung zum Co-Geschäftsführer im Jahr 1999 logische Konsequenz. Doch neben dem Geschäft ist der Vater zweier Töchter auch Familienmensch. Dazu gehört neben Ehefrau Claudia auch Eddy: „Er ist unser Security-Spezialist und oft mit in der Firma, ruht sich aber auch gerne mal aus“, so Torsten Jansen über seinen geliebten Labrador-Rüden. Und wie der Vater braucht auch der Sohn den Sport als Ausgleich, um den Kopf freizubekommen: „Ich spiele seit gut zehn Jahren sehr gerne und leidenschaftlich Golf“, sagt der Golfer, der mit Stolz auf ein Top-Handicap von 10,1 verweisen kann. Zudem legt er größten Wert auf die Pflege seiner Freundschaften: „Mit den Familien meiner drei besten Freunde, die ich schon seit meiner Jugend kenne, treffen wir uns, um gemeinsam in guten Restaurants zu essen und wir fahren jedes Jahr gemeinsam zum Wandern und Golfen weg“, sagt Torsten Jansen, der sich seit Jugendtagen auch als passionierter und talentierter Tennisspieler ausweist.

GEMEINSAM STARK

Gemeinsam bauen Jansen und Jansen Tag für Tag am Erfolg der Firma. Das Duo beschäftigt aktuell neun Mitarbeiter. Was einst mit Kalenderprodukten und allem, was dazu gehört, begann, ist kontinuierlich zu einem Vollsortimenter gewachsen: „Dabei war uns immer extrem wichtig, mit einem sehr engen, erlesenen Importeur- und Lieferantenzusammenzuarbeiten, auf den wir uns hundertprozentig verlassen können“, verweist Torsten Jansen auf den hohen Wert verlässlicher Partner. Im Tagesgeschäft steht stets die Kontakt- und Kundenpflege im Vordergrund und wenn Heiner und Torsten Jansen außerdem alljährlich zur Hausmesse einladen, gibt sich die zahlreiche Kundschaft auf dem Firmengelände erfah-



TORSTEN JANSEN IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Wie schön, die Sonne scheint.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn ich gute und erfolgreiche Gespräche mit unseren Kunden geführt habe.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Geschäftlich: ein guter Abschluss. Privat: ein Birdie auf dem Golfplatz.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Geschäftlich: vermeidbare Fehler bei der Auftragsabwicklung. Privat: ein unnötig verschobener Putt.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

Bei einem schönen Abend in einem guten Restaurant.

Vier Wochen Zwangsurlaub – wohin geht's?

In den Süden.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für die schönen Dinge des Lebens.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Von guter Werbung gerne.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn der Artikel eine nachhaltig positive Reaktion erzielt.

Der beste, den Sie je bekommen haben?

Da gab es in all den Jahren viele Beispiele.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Dass der Preis im täglichen Geschäft häufig wichtiger ist als die Qualität.

rungsgemäß die Klinke in die Hand. Niemand tritt die Heimreise an, ohne im Rahmen des Ausstellungstages umfassend über das breite Produktportfolio im Angebot von Jansen Verkaufsförderung informiert worden zu sein.

ONLINE-SHOP MIT GUTEM START

Beim Tagesgeschäft liegt der Fokus nicht auf Full-Service-Abwicklung – aus gutem Grund: „Das können und machen wir auch, doch wir forcieren es nicht“, so Torsten Jansen, der diese Philosophie mit dem großen unternehmerischen Risiko begründet, das durch hohe Lagerkosten und das dürftige Kosten-Marge-Verhältnis entsteht. Dennoch sind stets zirka 500 verschiedene Standardprodukte ab Lager zu haben, die über die hauseigene Druckerei und Prägerei fertig individualisiert binnen drei bis vier Tagen beim Kunden sind. Neben dem beratungsintensiven Verkauf über den Direktkontakt zum Kunden hat die Jansen Verkaufsförderung GmbH & Co. KG seit November 2012 einen eigenen, professionellen und selbst gepflegten Online-Shop, laut Torsten Jansen ein Muss: „Als Werbeartikelhändler einer gewissen Größe mit großer Nachfrage müssen wir ein Vollsortiment anbieten, wobei die Online-Abwicklung uns sehr helfen wird“, prognostiziert Torsten Jansen: „Es sind über den Online-Shop schon tolle neue Kontakte entstanden, überraschenderweise haben wir sehr viele Bestellungen aus Ostdeutschland, keine Ahnung, warum das so ist.“ Da bellt das Handy – Jansen grinst, Hundegebell als Klingelton. Ein wichtiger Kunde. Kurz darauf biegt unser Meeting auf die Zielgerade ein. Heiner Jansen nimmt den gekappten Gesprächsfaden wieder auf. Er erweist sich nicht nur als mitteilbarer, kompetenter Gesprächspartner, sondern auch als glänzender Zuhörer.

DOPPELJUBLIÄUM

In diesem Sommer feiert Heiner Jansen seinen 75. Geburtstag. Wir merken ihm diese Lenze nicht ansatzweise an: Mit flinken und dynamischen Bewegungen erhebt sich der Mann, der seine Firma vor 25 Jahren gründete, plötzlich, knöpft blitzschnell noch das Sakko zu und geht einem gerade eingetroffenen Großkunden entgegen, der spontan auf Stippvisite ist. Im lebendigen Dialog ermitteln die beiden Männer, was zum Bedarf des Kunden passt. Keine fünfzehn Minuten später verlässt der Kunde den Showroom, offensichtlich ist er vollauf zufrieden, bestens betreut von versierten Profis. Der Auftrag ist in trockenen Tüchern. So macht das Geschäft Spaß. Dann die Fortsetzung unseres Gesprächs mit nahtlosem, elegantem Übergang. Tagesgeschäft und Presse, für beides ist Zeit, die wie im Flug vergeht. Wir haben viel erfahren dürfen über zwei Männer, perfekte Berater im Geschäft mit dem Werbeartikel einerseits, aber eben auch Freunde des Sports mit Freude an Freundschaften und tiefem Sinn für die Familie. Wir verabschieden uns mit festem Händedruck von zwei Menschen, bei denen man sich stets willkommen fühlt.

www.werbeartikel-jansen.de





PROMOTÜRK

Ufi
Approved
Event

POWERED BY
PSI

19-22
SEPTEMBER
2013

Istanbul Expo Center
CNREXPO
TURKEY

28th INTERNATIONAL PREMIUMS &
PROMOTIONAL ITEMS EXHIBITION

We Manufacture For You in Turkey

www.promoturkfuari.com



PROMOTÜRK

PSI



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

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



BEEINDRUCKENDER SHOPPINGGEFÄHRTE

Weidenkörbe, Jutebeutel und Co. werden von den neuen Shoppingbegleitern aus dem Hause Reisenthal jetzt locker in die Tasche gesteckt. Im wahrsten Sinne des Wortes, denn beim flexiblen und lässigen Shoppingbasket, der mit viel Stauraum überzeugt, werden die weichen, textilen Wände in der Bodenschale zusammengelegt und ermöglichen das flache Verstauen im Küchenschrank. Die umgenähten Tragehenkel gewährleisten hohen Tragekomfort, sodass sich die Tasche auch als zuverlässiger Begleiter für den nächsten Einkaufsmarathon eignet. Ein markanter, schmaler Kontraststreifen sorgt für einen erfrischenden Farbtupfer. Erhältlich ist der Shoppingbasket in sechs Farben.

47182 • Reisenthal Accessoires • Tel +49 8105 77292240
 promotion@reisenthal.com • www.reisenthal.com

KOALA IST BÄR DES JAHRES

Er ist etwa 20 Zentimeter groß und neben seinen Kollegen Husky, Mammut, Känguru und Papagei das jüngste Mitglied der Plüshline-Serie von MBW. Der als „Bear of the year“ ausgezeichnete kuschelige Koala lässt sich mit Schal, Dreieckstuch oder Doming schmücken. Die Marke Minifeet steht laut Aussage von MBW für „Kuscheln mit Qualität“: Sämtliche Lagerware wird mit Liebe und Sorgfalt ausgewählt, vom eigenen Qualitätsmanagement eingehend überprüft und von unabhängigen Instituten getestet. Das orangefarbene Label ist an jedem Plüschtier angebracht und signalisiert, dass es sich um sichere und hochwertige Werbeträger handelt.

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



BESTSELLER AUF EINEN BLICK

Die beliebtesten Produkte von James & Nicholson und Myrtle Beach by Daiber bietet der neue Two-in-one-Katalog Bestsellers selected auf einen Blick. Das Round-T-Medium, das Ladies' Basic-T und das Junior Basic-T sind Favoriten für die ganze Familie. Die Komfort-T-Shirts aus strapazierfähigem Single-Jersey mit Doppelnähten an Schultern, Hals- und Armausschnitt eignen sich für Transferdrucke und Stickereien und sind in 35 Farben erhältlich. Weitere Evergreens sind die Classic Polos in 30 verschiedenen Farben. Die feine Piqué-Qualität und der sportliche Schnitt zeichnen das Polohemd aus. Die Spitzenreiter von Myrtle Beach ergänzen das Bestseller-Sortiment mit Caps, Schals und Accessoires. Alle Artikel können durch Bedrucken oder Besticken individualisiert werden.

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





DAUERHAFT DEN DREH IM GRIFF

Die Heinrich Betz Werkzeugfabrik gehört zu den renommierten Herstellern von Schraubendrehern im Premiumsegment. Seit über 50 Jahren fertigt das Familienunternehmen qualitativ hochwertige und ergonomische Schraubwerkzeuge in GS-geprüfter Qualität. Auf die Herstellung von Private-Label-Schraubendrehern auch in kleinen Auflagen hat sich das Unternehmen spezialisiert. Dabei werden in eigener Herstellung Premium-Schraubendreher in ausgereifter 2-K-Technologie mit individueller Gestaltung nach Kundenwunsch hinsichtlich Farbe, Logo oder Abmessungen mit eingespritztem Logo oder Namen gefertigt. Diese Technik sorgt für einen dauerhaften und bleibenden Eindruck beim Anwender – anders als bei einem Aufdruck, der sich mit der Zeit abnutzt.

48787 • Heinrich Betz Werkzeugfabrik GmbH & Co. KG

Tel +49 2195 7833 • info@heinrichbetz.de • www.heinrichbetz.de

DIE SOFTE BOX FÜR ALLE FÄLLE

Weiche Tissue-Tücher als schnelle Helfer in der Küche oder im Büro bietet Aiaua in der praktischen Spenderbox, die speziell für Kunden des Werbemittelsegmentes konzipiert ist, an. Die Box selbst ist vollfarbig bedruckbar und kann ab einer Auflage von 250 Stück dem Kundenwunsch entsprechend gestaltet werden. Darin befinden sich 70 weiße, zweilagige Tissuetücher in besonders weicher und saugfähiger Qualität. Damit ist der

„kleine Unfall“ auf dem Konferenztisch ebenso schnell behoben wie der Wasserrand der

Blumenvase auf dem Schreibtisch. Die

Produktion und Konfektionierung der

T-Box erfolgt in Portugal, sodass

für EU-Kunden auch keine

Zollgebühren anfallen.

48707 • Aiaua Empresa de Ideias

Unipessoal Lda. • Tel +351 210 996713

contacto@empresadeideias.pt

www.empresadeideias.pt



Printed adhesive note pads producer.

www.notesy.pl



MIT WELTSTARS WERBEN

Unter dem Namen „Mit Weltstars werben“ bietet die Squash Records & Tapes GmbH dem Werbeartikelhandel ein CD- und DVD- Trio dem Superlative. Die einzigartigen musikalischen Dokumentationen belegen auf eindrucksvolle Weise das Schaffen von drei Weltstars, die Musikgeschichte geschrieben haben und damit zur Legende wurden. Die Produktionen tragen folgende Titel: Elvis Presley: The King Of Rock'n'Roll, Frank Sinatra: The Voice – I Did It My Way, Dean Martin: Mr. Entertainer Bonus, Bonus Track „The Rat Pack“. Das Neue und besonders Interessante daran: Die Portraits der Künstler bestehen jeweils aus drei Teilen, die sich gegenseitig ergänzen und zusammen das musikalische Werk und das Leben der Musiker visuell und akustisch erlebbar machen. Zu jedem Portrait gehören eine Audio-CD mit ausgewählten Erfolgstiteln und eine weitere DVD mit legendären Konzerten und Live-Auftritten. Vertieft wird der Eindruck durch bewegend erzählerisch dargestellte Biografien in Form von CD-Hörbüchern. Ein packendes und unterhaltsames Powerpaket, das Künstler würdigt, die sich ihren Erfolg hart erkämpfen mussten, aber dabei unaufhaltsam ihren Weg gingen. Recherchiert und verfasst wurden die Biografien von dem Journalisten und Autor Irwin Konrad, gesprochen werden sie von Lutz Riedel und Helmut Kraus, den deutschen Stimmen von Richard Gere und Marlon Brando. Tontechnisch umgesetzt werden sie vom Hörbuch-Preisträger-Duo Peter Lueg und Andy Matern. Solche originellen und professionell umgesetzten DVD-Produktionen sind Werbemedien, die mit vielen Themen verknüpft werden können und eine breite Zielgruppe ansprechen. Sie kommen immer wieder zum Einsatz, denn diese Künstler werden auch in den nächsten Jahrzehnten unvergessen bleiben. Natürlich können die Cover sowie die CD/DVD individuell gestaltet werden.

43072 • Squash Records & Tapes GmbH • Tel +49 6046 940004
s.lang@squashrecords.de • www.squashrecords.de

KRAFTVOLLER SATZ FÜR ALLE FÄLLE

Mit dem XXL-Satz beantwortet Werkzeugspezialist Wera die häufige Frage nach den wichtigsten Schraubendrehern, die in der Werkstatt vorhanden sein sollten. Die Mischung aus zwei Schraubmeißeln für härtere Jobs, sieben Werkstatt-Schraubendreher, zwei bei 10000 Volt stückgeprüften VDE-Schraubendrehern und einem Spannungsprüfer macht aus diesem XXL-Satz ein Sortiment, mit dem man für die häufigsten Anforderungen bestens gewappnet ist. Die Schraubmeißel und Schraubendreher verfügen über den Kraftform-Griff, der durch die optimale Kombination aus Hart- und Weichzonen für unversehrte Hände bei gleichzeitig hoher Arbeitsgeschwindigkeit auch im längerfristigen Einsatz sorgt. Praktischer Nebeneffekt: Die Schraubmeißel können auch zum Meißeln, Stemmen oder Schlagen genutzt werden.

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



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



PROMOALLIANCE



**VORSICHT:
GEFÄLSCHTE E-MAILS
IN UMLAUF**

Wie in der Branche jetzt bekannt wurde, schreibt ein chinesisches Unternehmen unter dem Namen PromoAlliance per E-Mail Firmen aus der Werbeartikelbranche an. In den Mails bietet das chinesische Unternehmen an, für die Firmen auf der eigenen Website zu werben. Im Gegenzug soll ein Mitgliedsbeitrag von 88 Dollar entrichtet werden. Das chinesische Unternehmen steht in keinerlei Zusammenhang mit der PromoAlliance, die 2012 von PSI, ASI und Sourcing City gegründet wurde. PromoAlliance rät dringend davon ab den angeblichen Mitgliedsbeitrag zu entrichten. Auf der Internetseite des chinesischen Unternehmens wurden weder ein Logo noch eine Adresse gefunden. Auch auf Twitter wurde das chinesische Unternehmen unter dem Namen PromoAlliance bereits aktiv. <

**SIEBDRUCK-SCHULUNG BEI PSI
NÜTZLICHES
WISSEN FÜR
SOURCING TEAM**

Vollen Einsatz zeigte das PSI Sourcing Team bei der Siebdruck-Schulung in der PSI Zentrale in Düsseldorf. Norbert Frönd von Textildruck Europa schulte die PSI Sourcing-Abteilung und informierte über Technik, Einsatzbereiche und Möglichkeiten des Siebdrucks. Der umfassende Einblick in die Siebdrucktechnik ermöglicht dem PSI Sourcing Team, fachliche Informationen auch an PSI Mitglieder weiterzugeben. Damit kann das Team nun noch effektiver beraten, wenn es um Werbeanbringung und Lieferantensuche geht. Darüber hinaus hat der Workshop allen Teilnehmern viel Spaß bereitet, wie von PSI zu hören war. <

52. PSI MESSE 2014

**BESUCHER-
MARKETING SCHON
JETZT PLANEN**

Seit mehr als einem halben Jahrhundert beweist sich die PSI Messe als unverzichtbarer Gradmesser der Werbeartikelwirtschaft. Im Laufe der Jahre wuchs der Schnittpunkt professioneller Spezialisten gegenständlicher Werbung zum führenden internationalen Branchenevent. Traditionell zu Beginn des Jahres besuchen die wichtigsten Handelsunternehmen der Branche die PSI Messe, um neue Produkte, Trends



und Know-how für ihre Geschäfte zu suchen, bestehende Kontakte zu pflegen und neue Lieferanten kennenzulernen.

Das PSI unterstützt Aussteller gerne mit seinen vielfältigen Marketingmöglichkeiten für die Bewerbung ihres Standes vor, während und nach der Messe.

Zum Beispiel

- verschiedene Werbeflächen in den Hallen und Eingangsbereichen
- Promo-Teams, die aktiv Produktmuster oder Informationen an die Besucher verteilen
- Online-Banner/Logos oder individuelle Sponsoringpakete auf Anfrage

NEUE MARKETING-TOOLS

- Neuheitentasche
- persönliche Online-Einladung

Interessierte Aussteller erhalten nähere Informationen unter: sales@psi-messe.com oder Tel. +49 211 90191-600. <



**PSI WEBSHOP
ROADSHOW IN DEN
NIEDERLANDEN**

Nach der erfolgreichen Deutschland-Tour macht die PSI Webshop Roadshow nun auch das erste Mal in den Niederlanden halt. Im persönlichen Gespräch können sich interessierte PSI Mitglieder unverbindlich über den kostengünstigen PSI Online Service informieren und sich mit Qualität und Funktionsweise des Marketing- und Verkaufsmoduls vertraut machen. Der PSI Webshop ist das neueste Tool der PSI Online Services. Er basiert auf der Produktdatenbank des PSI Data Aggregation Systems (DAS) und ist Teil der integrierten PSI Product Sourcing Suite. Der PSI Webshop kann jedoch auch als Einzelprodukt bezogen werden. Unter www.psi-network.de/roadshow_anmeldung können Sie sich verbindlich für die Roadshow anmelden.

ROADSHOW IN DEN NIEDERLANDEN

- 12. Juni
Mercure Utrecht Nieuwegein
Buizerdlaan 10
NL-3435 SB Nieuwegein
- 13. Juni
Van der Valk Hotel Ridderkerk
Krommeweg 1
NL-2988 CB Ridderkerk <

CYCLING-TOUR DER HOFFNUNG PSI RADELT FÜR DEN GUTEN ZWECK

Im April war es wieder so weit, die 6. Cycling-Tour der Hoffnung ging an den Start. Im Rahmen der Fibo, der internationalen Messe für Fitness, Wellness und Gesundheit, schwangen sich 18 Mitarbeiter von Reed Exhibitions auf die Fahrräder und radelten für den guten Zweck. Darunter auch zehn Mitarbeiter von PSI. Allen voran gaben PSI Chef Michael Freter, Vertriebsleiterin Gülten Cihantimur und Marketing-Manager Daniel Meffert ihr Bestes und traten fleißig in die Pedale. Bei der Cycling-Tour der Hoffnung verbinden jedes Jahr aufs Neue Unternehmen Gesundheit mit dem guten Zweck. In diesem Jahr erradelten die Teilnehmer insgesamt



8000 Euro. Das Geld geht an die Essener Elterninitiative zur Unterstützung krebskranker Kinder e.V. und an den Förderverein für krebskranke Kinder e.V. Köln. www.cycling-tour-der-hoffnung.de



NEUE FUNKTIONEN FÜR PSI PRODUCT FINDER EINFACH UNERSETZLICH

In die PSI Produktdatenbank Product Finder wurden neue Funktionen integriert, die die Produktsuche noch einfacher und effektiver machen: Tagesaktuell werden auf der Startseite alle Lieferanten angezeigt, die Produkte im Product Finder aktualisiert haben. Damit erhalten die Nutzer einen noch besseren Überblick. In der Teaserbox auf der Startseite links findet sich ein neues Icon für die 360-Grad-Ansicht. Klickt man dieses Icon an, werden alle Produkte angezeigt, die in der 360-Grad-Ansicht vorliegen. Produkte können so von allen Seiten und Details noch besser angesehen werden. Ein besonders nutzerfreundliches Tool ist der neue Button auf der Startseite, mit dem die Nutzer Zertifikate der Hersteller einsehen können. Vor allem Mitglieder, die auf der Suche nach speziellen Werbeartikeln wie Fair-Trade-Produkten sind, profitieren von diesem Tool. Der Product Finder bietet einen umfassenden Überblick über die Produkte der PSI Herstellerunternehmen und ist als Unterstützung auf der Suche nach dem passenden Werbeartikel unersetzlich. Auf einen Blick können Nutzer erken-

nen, in welchen Sprachen die jeweilige Produktbeschreibung vorliegt, welche Produkte neu sind und wie sie bewertet wurden. Schauen Sie mal in den Product Finder und probieren Sie es aus. Es lohnt sich.

www.psiproductfinder.de

-Anzeige-

PSI 2014
8th – 10th
JANUARY
DÜSSELDORF

TIME TO SURPRISE

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions

ZEFIX NOCHA MOAL ...

Der Autor will nicht belehren, auch wenn das manchmal so rüberkommt. Es gibt einfach zu viel Schmarrn, der passiert. Jetzt arbeiten wir mit Hochdruck an unserem Messekonzept 2014 und der neuen Kampagne, auf die wir uns alle freuen sollten, denn es gibt eine Reihe von positiven Veränderungen. Das sehen auch die Aussteller so, mit denen wir bisher gesprochen haben. Es wird auch wieder viele Rückkehrer geben, was gut ist. Gut für die Branche und ihre größte Plattform. Enthusias-

mus ist wieder da. Neue Produkte kommen, wir sprechen so viel miteinander wie noch nie. Der richtige Weg!

Da brauchen wir doch nicht schon wieder Nachrichten über Insolvenzen, Unternehmenskäufe und diese Meldung: Die Pharmabranche will keine Werbeartikel mehr einsetzen. Das ist eine ganz gefährliche Botschaft, die vor einigen Jahren in Amerika zu einem Umsatzverlust von mehr als 800 000 Dollar geführt hat. Einige, die damals im US-Markt aktiv waren, werden

sich noch erinnern. Es mussten viele Niederlassungen geschlossen werden.

Was hier aktuell passiert, muss erst einmal analysiert werden. Es ist noch nicht wirklich klar, was die wirkliche Intention ist. Sind es möglicherweise ein paar Hersteller, die Budgets umverteilen wollen? Im Moment ist das Spekulation. Fakt ist aber, dass wir etwas tun müssen. Wir alle! Die Redaktion ist am Thema dran und wir sind auch im EPPA und GWW aktiv! Wir werden Sie regelmäßig informieren.



» Enthusiasmus ist wieder da. Neue Produkte kommen, wir sprechen so viel miteinander wie noch nie. Der richtige Weg! «

Es grüßt Sie

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

› PSI

DER › PSI WEBSHOP

Neue Kunden, neuer Umsatz.
Ihr neuer Service.



In wenigen Schritten zum eigenen Webshop!
Telefon +49 211 90191-279

Kein Shop auf Ihrer Internetseite? Kein Problem!

Wir bieten Ihnen die Anbindung an eine Datenbank mit mehreren tausend Werbeartikeln. Der Webshop wird in Ihre Internetseite eingebunden und nach Ihren Wünschen und optischen Vorgaben angepasst. Ihre Vielfalt im Internet neu definiert.

Besuchen Sie uns auf:



 Reed Exhibitions

Gehen Sie mit uns neue Wege im Internet:
Kontaktieren Sie Walter Paßmann zu
einem unverbindlichen Beratungsgespräch unter
Tel.: +49 211 90191-279 oder per E-Mail an:
webshop@psi-network.de



*plus einmalige Einrichtungsgebühr von 199,- EUR, alle Preise zzgl. MwSt.

Creative Produkte
für Händler



Unser Unternehmen ist seit über 15 Jahren erfolgreich als Zulieferer für den europäischen Werbeartikelgroßhandel tätig.

Mit umfangreichem Know-how, solidem Background und starker Innovationskraft stellen wir uns den Herausforderungen des Marktes.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir ab sofort einen

Vertriebsmitarbeiter im Innendienst (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Ihre ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit nutzen Sie erfolgreich bei der Betreuung unserer Bestandskunden und Akquise von Neukunden.
- Der Umgang mit Zahlen und Kalkulationen gehört zu Ihrem Tagesgeschäft.
- Sie organisieren das Team der Verkaufsunterstützung/Abwicklung und entwickeln Ideen zu Einsatzmöglichkeiten unserer Produkte.

Ihr Profil:

- Sie besitzen eine abgeschlossene kaufmännische Ausbildung und Berufserfahrung im Vertrieb.
- Ein freundliches Auftreten und Teamfähigkeit setzen wir voraus.
- Selbstorganisation, Flexibilität und Motivation zeichnen Sie aus.
- Eigenverantwortlich zu arbeiten, am Erfolg gemessen zu werden, sind Attribute, die Sie in Ihrer täglichen Arbeit anspornen.
- Überzeugen Sie uns, wir freuen uns darauf Sie kennen zu lernen.
- Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte **schriftlich oder per E-Mail an: reiner.herbst@linotex.com**

Linotex GmbH | Hermann-Weissbrod-Straße 5
89555 Steinheim | Fon 07329.92 07-0 | www.linotex.com



Inserentenverzeichnis / Index of advertisers:

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
41169	ASS - Spielkartenfabrik Altenburg GmbH	049
	CGASA Corporate Gifts Association of Southern Africa	061
9847	Crimes GmbH	067
44127	Elektronica SM-Handels GmbH	U2
	EPPA - European Promotional Products Association	043, U3
43420	EBERHARD GÖBEL GMBH + CO	019
45918	Herzog Products GmbH	035
48502	Ideenreich	067
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	U4
48639	Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co. KG	013
11924	Kandinsky GmbH	066
47464	Karlowsky Fashion GmbH	003
42438	Lediberg GmbH	039
44455	LINOTEX GmbH	066
41617	MAGNA sweets GmbH	017
41661	Markclip International BV	037
40111	MARTOR KG	019
42020	MBW Vertriebsges. mbH	002
15013	Meredis Incentive GmbH	066
45974	Multiflower GmbH	049
44367	New Wave GmbH	023
46403	NOTEDECO	059
42809	F. Pecher GmbH	047
42332	prodிர S.A.	001, 005
	PROMOTURK Promotional Products Suppliers & Distributors Association	057
43952	PSI Niederlassung der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	U1, 022, 027, 046, 051, 063, 065
41829	Rastal GmbH & Co. KG	021
47847	Rösler Ceramtec GmbH	049
	SEMINAR ALLIANZ c/o Reed Exhibitions Deutschland GmbH	033
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	015
45383	Smartwares Printables GmbH ehem. Hanesbrands	007
46311	TROIKA Germany GmbH	045
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	041
	viscom NL der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	029
2290	Dr. Wilker GmbH & Co. KG	067

Beilage / Insert (*Teilaufgabe / *Part of Circulation)

PSI Supplier Finder 1/2013

*



Die Meredis Incentive GmbH mit Sitz in Düsseldorf versteht sich als kreativer Ideengeber und kompetenter Werbemittelspezialist für die Industrie und den Handel.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir eine/einen

Sachbearbeiter/in (Vollzeit/Teilzeit) für die Auftragsabwicklung/Kundenbetreuung

Ihre Aufgabe

Sie betreuen unsere Kunden von der Angebotsabgabe über die Auftragsabwicklung bis hin zur Fakturierung. Sicheres Telefonieren, selbstständiges und verantwortungsvolles Handeln ist Ihre Motivation.

Ihr Profil

Sie haben eine abgeschlossene kaufmännische Ausbildung und nach Möglichkeit Erfahrung im Vertriebsinnendienst - idealerweise von Werbeartikeln. Sie haben ein offenes Ohr für Ihre Kunden und erkennen Vertriebspotential. Sie verfügen über gute EDV- und Englischkenntnisse.

Unser Angebot

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche, verantwortungsvolle Tätigkeit in einem expandierenden Unternehmen, mit sicherer Zukunft.

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung mit Gehaltsvorstellung und frühestmöglichem Eintrittstermin.

Ihre Bewerbung richten Sie bitte an:
MEREDIS INCENTIVE GmbH, Herrn Thomas Brandler,
Postfach 29 03 64, 40530 Düsseldorf - www.meredis.de



Die **KANDINSKY DEUTSCHLAND GMBH** konzipiert und realisiert mit 45 Mitarbeitern an den Standorten Düsseldorf, Hamburg, Paris und Hongkong Werbeartikelsortimente, Zugabepromotions und Prämiensysteme für Kunden aus Handel und Industrie.

Wir suchen schnellstmöglich Verstärkung in Form zusätzlicher

VERTRIEBSMITARBEITER / KUNDENBERATER INNENDIENST (Düsseldorf)

Sie beraten und betreuen unsere bestehenden Kunden aus Industrie und Handel bei der Abwicklung von Einzelprojekten sowie Full Service-Verträgen.

Umsatzverantwortung ist für Sie kein Fremdwort und Sie bringen sowohl Beratungsstärke als auch Erfahrung im Vertrieb von Werbeartikeln mit?

Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung! Wir bieten Ihnen neben einer leistungsbezogenen, attraktiven Vergütung hervorragende Entwicklungsmöglichkeiten in einem jungen Team.

Ihre Bewerbung inklusive Gehaltsvorstellung und möglichem Eintrittstermin senden Sie bitte an:

KANDINSKY DEUTSCHLAND GMBH
PERSONALABTEILUNG
KÖNIGSBERGER STR. 100 | 40231 DÜSSELDORF
BEWERBUNG@KANDINSKY.DE

WIR SUCHEN SIE!



Die Werbemittelagentur Dr. Wilker steht seit über 60 Jahren für eine ideenreiche und ganzheitliche Betreuung im Bereich Werbeartikel. Wir suchen zur Verstärkung unseres kreativen (serviceorientierten) Teams ab sofort eine(n)

Kundenberater(in) für den Innendienst.

Ihre Aufgaben sind u.a

- Selbstständige Kundenbetreuung inkl. Angebotserstellung und aller damit verbundenen Aufgaben
- Abwicklung von Sonderprojekten
- Kreative Ideen – und Konzeptentwicklung
- Ausbau ihres Kundenkreises

Ihr Profil:

- Sie verfügen über eine kaufmännische Ausbildung
- Sie konnten bereits Erfahrung im Vertrieb sammeln (idealer Weise in der Werbeartikelbranche)
- Sie sind kommunikationsstark, engagiert und serviceorientiert
- Sie verfügen über gute MS-Office Kenntnisse (idealer Weise auch CDH)

Wir bieten Ihnen eine abwechslungsreiche Tätigkeit in einem freundlichen Team, gute Entwicklungsmöglichkeiten und eine leistungsgerechte Entlohnung.

Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen mit Angabe Ihrer Gehaltsvorstellungen und dem frühesten Eintrittstermin per Email an:

Werbemittelagentur Dr. Wilker GmbH & Co. KG • Heinrich-Hasemeier-Str. 5 • 49076 Osnabrück • Email: bewerbung@werbemittel-wilker.de



A patented product for kitchen and BBQ
For information click: www.schneidbox.de

We are searching a Partner for the

Exclusive-Representation

of NL, BE, LUX, CH, AT, FR, GB, FI, NO, CA, USA, AU

Conditions: Field Service Representatives and high quality products



Please contact us: info@schneidbox.de

ICH BIN SCHON DA*...



* und geh nicht mehr



...UND WANN KOMMST DU?

CRIMEX ist mit knapp 15 Mio. EUR Umsatz größer als die meisten „führenden“ Werbeartikelagenturen mit Standorten in ganz Deutschland. Wir bieten eine große Anzahl an kreativen Produktlösungen bis hin zu einer FULLSERVICE Logistik Betreuung mit dem Versand von 280.000 Paketen pro Jahr.

Zur Verstärkung unseres Vertriebsteams 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? Dazu besitzen Sie idealerweise eine 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



FREIZEIT GENIESSEN

Der Deutschen liebste Freizeitbeschäftigung scheint Fernsehen zu sein. Zumindest ergab dies kürzlich die Studie „Freizeit-Monitor“. Wenn es um innerhäusliche Aktivitäten geht, liegen die Deutschen im europäischen Vergleich ganz vorne. Um zu zeigen, welche anderen Möglichkeiten es auch außerhalb der eigenen vier Wände gibt, stellen wir Ihnen in der kommenden Ausgabe tolle Produkte aus den Bereichen Spiel und Hobby vor. Außerdem zeigen wir, welche Trends die Herbstsaison bietet.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Titelthemen der Doppelausgabe August-September „Weihnachtswunderland“ sowie „Generation 2.0“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 26. Juni 2013 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechmer@edit-line.de.



CITRON: EUROPÄISCHES USB-STICK-LAGER

Das polnische Unternehmen Citron mit Sitz in Warschau ist spezialisiert auf die Fertigung von USB-Sticks und auf mit Schmuck verzierte Lanyards. Die Stärken des Herstellers liegen in einer qualitativ hochwertigen Produktion und einer ebenso flexiblen wie kurzfristigen Lieferzeit. Seit 2005 bietet das polnische Unternehmen schon USB-Sticks auf dem europäischen Markt an und erweitert sein Angebot kontinuierlich.



MURR GMBH: ERFAHRUNG MIT TRADITION

Auf beinahe 100 Jahre Erfahrung blickt die Agentur & Druckerei Murr zurück. Was 1929 mit einer Buchdruckerei begann, entwickelte sich im Laufe der Zeit zu einer Full-Service-Agentur, die ihren Kunden ein breit gefächertes Leistungsspektrum bietet. Seit nunmehr 13 Jahren gehört auch der Handel mit Werbeartikeln zum täglich Brot des Karlsruher Familienunternehmens.



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 Höchemer, Christian Jacob, Regine Krings, Werner Menzel, Christoph Zimmermann

Chefvom Dienst: Martin Höchemer

Verkaufsleitung: Gülden Cihantimur

Anzeigenleitung: Anja Späker

Objektleitung: Anja Späker

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

Anna Vaccari, 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

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

Karolina Mosdorf, Tel.: +49 211 90191-102
Thomas Passenheim, Tel.: +49 211 90191-150

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: Luigi Quadrelli, Reed Exhibitions ISG Italy S.r.l.
Tel.: +39 02 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 Höchemer, Lars Behrendt
u.a. Titelmotiv und redaktionelle Beiträge teilweise unter
Verwendung von Fotos von www.fotolia.de

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

Druck: Kössinger AG
D-84069 Schierling

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 45 vom 1. November
2012.

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

DER EPPA-VERHALTENSKODEX FÜR DIE SOZIALE VERANTWORTUNG VON UNTERNEHMEN

Die Werbeartikelbranche hat jetzt ihren eigenen europäischen Verhaltenskodex für die soziale Verantwortung von Unternehmen – den EPPA-Verhaltenskodex. Durch die Darstellung des mit diesem Kodex verbundenen Gütezeichens zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie die strengsten Anforderungen an die Herstellung Ihrer Produkte erfüllen und Ihre Kunden daher guten Gewissens Geschäfte mit einem Lieferanten machen können, der seine Verantwortung ernst nimmt. Ein Gefühl der Sicherheit für Ihre Kunden – und vorteilhaft für Sie.

Der Wert eines Geschenks: Unsere Kunden möchten schöne, wertvolle Werbeartikel – Produkte, die ihre Beziehungen zu ihren eigenen Kunden stärken. Natürlich stellen sie höchste Ansprüche an uns, die Lieferanten dieser Produkte, und zwar nicht nur in Bezug auf Qualität und Sicherheit, sondern auch in Hinblick auf eine verantwortungsvolle Fertigung. In einer Welt, in der Nachhaltigkeit zunehmend an Bedeutung gewinnt, erwarten unsere Kunden auch von uns Nachhaltigkeit.

In den vergangenen Jahren hat die European Promotional Products Association (EPPA) intensiv an der Entwicklung eines europäischen Standards für



Nachhaltigkeit gearbeitet. Unsere Branche zeigt damit, dass wir großen Wert auf die soziale Verantwortung der Unternehmen legen. Mit der Darstellung des EPPA-Gütezeichens zeigen Sie, dass Sie unsere Qualitätsanforderungen in Ihren Geschäftsprozessen unterstützen und dass Sie Produkte vermarkten, die weder den Menschen noch der Umwelt schaden.

Die Werbeartikelbranche nimmt Nachhaltigkeit ernst. Machen Sie deutlich, dass auch Sie Nachhaltigkeit ernst nehmen – im Namen der Branche, aber vor allem auch im eigenen Namen!

TEILNAHME

Als PSI-Mitglied können Sie sich dem EPPA-Verhaltenskodex für nur €125 (reguläre Gebühr €175) anschließen und ihn unterstützen. Sie erhalten ein persönliches Zertifikat und werden berechtigt sein, das EPPA-Gütezeichen in all Ihrem Kommunikationsmaterial zu verwenden. Sie können sich unter www.eppa-org.eu registrieren. Hier können Sie auch genau nachlesen, was das EPPA-Gütezeichen beinhaltet.



VERHALTENSKODEX DER EPPA

Die EPPA vertritt mehr als 8.000 europäische Unternehmen. Das EPPA-Gütezeichen zeigt, dass Sie den Verhaltenskodex erfüllen und dass Ihre Produkte nach strengen Anforderungen hergestellt werden, die unter anderem Folgendes beinhalten:

- Einhaltung der Gesetze und Vorschriften
- keine Zwangsarbeit oder Kinderarbeit
- gute Arbeitsbedingungen
- keine Ausbeutung/Diskriminierung/Einschüchterung
- vertretbare Arbeitszeiten



Michael Freter, PSI-Netzwerk

“Ich freue mich sehr, dass wir mit der EPPA zusammenarbeiten. Wir beide möchten die Industrie so professionell wie möglich machen. Dieser Verhaltenskodex und das Gütezeichen sind ein wichtiger Schritt zur Erreichung dieses Ziels. Ich empfehle, dass alle unsere Mitglieder den Kodex noch heute implementieren!”



Zum Glück



zieht



Ihre V.I.P.-Karte!

Giveaway-Ideen für kreative Werbeaussagen.

Egal, was Sie kommunizieren möchten: tun Sie es geschmackvoll und kreativ. Zum Beispiel mit geradezu nach Wortspielen schreienden Giveaways wie den Botschaftskeksen, mit denen man der Zielgruppe spannende und gut ankommende Nachrichten übermitteln kann. Oder mit individuell gestalteten Teebeuteln, ein Giveaway, das in der Tat zieht. Gute Karten bei Ihrer Kommunikation haben Sie auch mit der scheckkartengroßen Cool-Card® mit erfrischenden Minties. Gerne entwickelt unsere Inhouse-Agentur auch passende Claims für Ihre Botschaft – **mehr Infos auf www.jung-europe.de**