

JOURNAL



**Stephan Speckbruck,
Christoph Ruhrmann**
Plan Concept Dr. Lichtenberg
Das perfekte Team



Reenald Koch
reeko design
Dienstleister
des Handels

PSI 2014
Ein Fest für die Sinne

Werbeartikel-Guide
Weihnachten
Generation 2.0

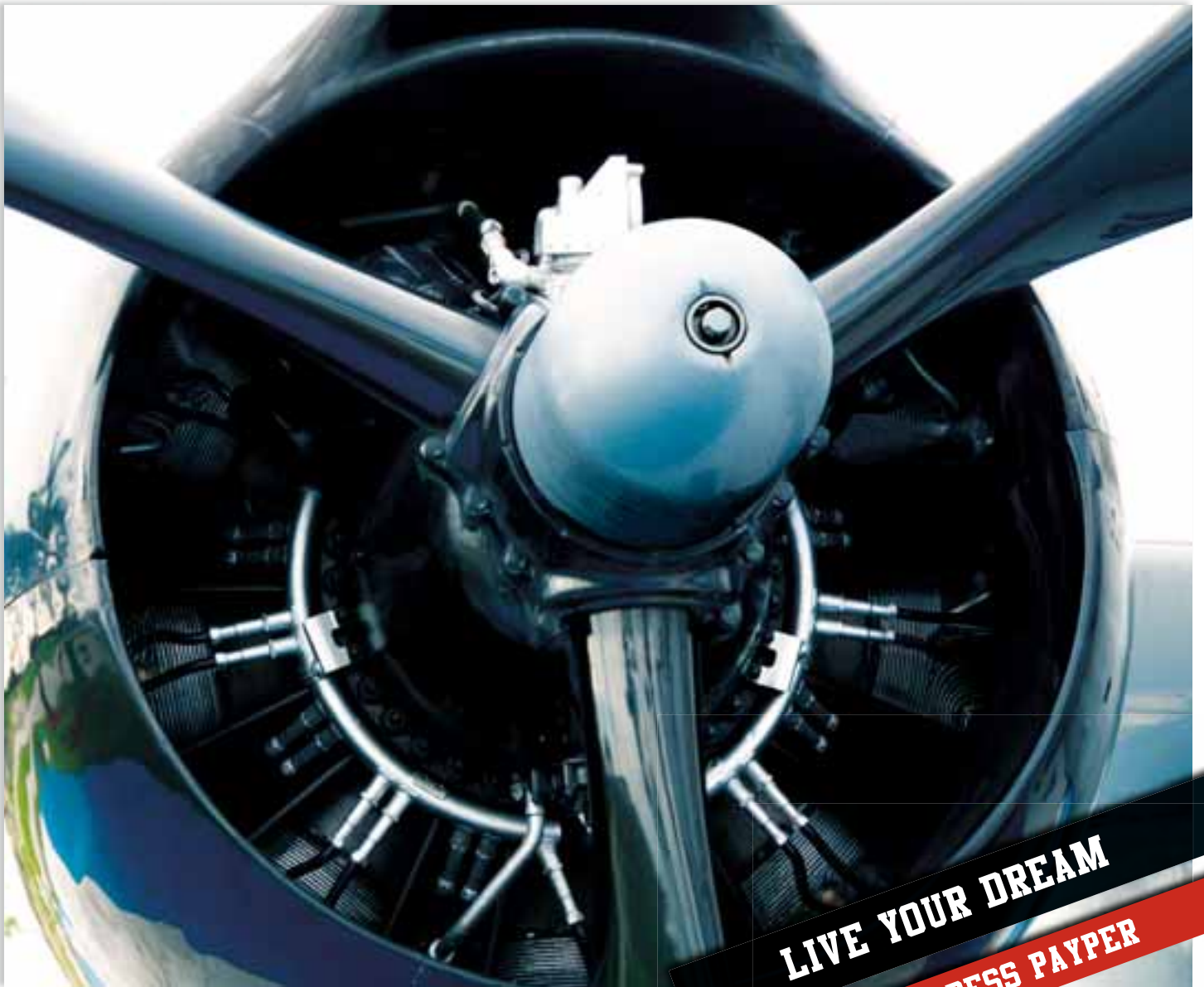
Lediberg GmbH
Multitalent Lanybook

15 Jahre CD-Lux
Weitere Expansion

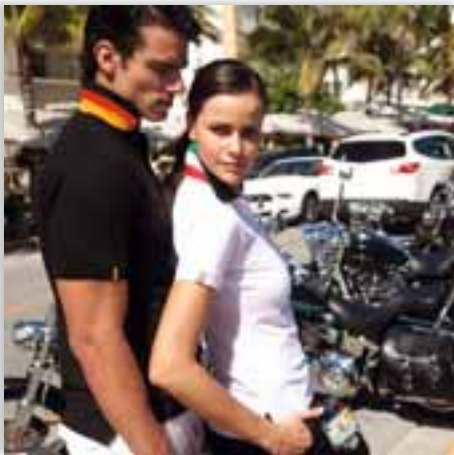


SCHADSTOFFGRENZEN BEI SPIELZEUG

**KINDERSICHERHEIT
AN ERSTER STELLE**



LIVE YOUR DREAM
DRESS PAYPER



www.payperwear.com

EDITORIAL

BESSER DENN JE ...

In eigener Sache zu schreiben, das ist bei Verlagen durchaus üblich, bei uns eher ungewöhnlich. Zu schnell gerät man in den Verdacht der subjektiven Sicht, schlimmer noch, der plumpen Gefälligkeits-Schreibe. Beides möchte ich mir ersparen. Trotzdem stehe ich nach reiflicher Prüfung zu der Behauptung, dass die kommende PSI Messe eine der besten der jüngeren Vergangenheit werden wird, sicher sogar die beste. Wohlgermerkt, ich rede nicht vom Markt, nicht von den Umfeldbedingungen, nicht von möglichen Besucherzahlen. Ich rede ganz allein davon, was geschaffen wurde, um diese Messe in neuem Glanz erscheinen zu lassen. Ehemals Glückskind mit ständigem Wachstum, war sie, zumindest was die Besucherzahlen anging, im vergangenen Jahr etwas unter die Räder geraten. Wobei die Betonung auf „etwas“ liegt. Andere bedeutende Messen haben da sehr viel mehr gelitten. Die Wirtschaftskrise, besonders im Süden Europas, ist an kaum einer Branche spurlos vorübergegangen. Da aber Klagelieder noch selten weitergeholfen haben, lohnt es nicht, in sie einzustimmen. Vielmehr sind Taten gefragt, unternehmerischer Geist ist gefordert, kurz gesagt: Mut muss her. Diesen Mut hat das PSI bewiesen, wie ich aus interner Kenntnis weiß.

Eine junge und dynamische Agentur hat die neue Kampagne zur PSI 2014 kreiert. Das Messeteam hat für die PSI neue Elemente konzipiert, die so spannend wie revolutionär sind: PSI First. 50 Unternehmen der Branche haben sich unter diesem Label verpflichtet, mindestens ein Produkt vor der PSI bei keiner Gelegenheit zu zeigen – wirklich bei keiner. Das wird die Funktion der PSI als Premiere-Messe stärken und Besuchern Vorteile gegenüber den zu Hause gebliebenen Wettbewerbern verschaffen. Zudem wird es einen Gusto Pavillon geben, ein kleines Paradies der Genüsse mit neuen Ideen für geschmackvolle Werbung. Im Foyer stellt das Team alles auf den Kopf. Kommunikation ist angesagt und abends findet dort die große After-Work-Party für Aussteller und Besucher statt. Es gibt wieder den besonderen Erfinder-Bereich, das Tech-Forum wird deutlich belebt und aufgewertet, Erfrischungen gibt es im PSI Café und ein neuer Catwalk wird die Präsentationsbühne für tägliche Produkt-Überraschungen sein. Und – Aussteller können Sie als Besucher 2014 in enger Partnerschaft mit dem PSI zum kostenfreien Eintritt einladen.

Können Sie sich jetzt vorstellen, dass ich von der besten PSI seit Langem rede, wenn ich an 2014 denke? Warten wir ab. Wenn ich unrecht habe, dürfen Sie mir in den Gängen ein Bein stellen – über Trolleys bin ich lange genug gestolpert.

In diesem, nicht ganz ernst gemeinten Sinn



Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal



Manfred Schlösser

Be soft.

Be pure.



ES1.
Neue
Soft-Touch
Farben
zum
Anfassen.
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



CHOCOLISSIMO

Mit diesen Adventskalendern
werben Sie wie die Weltmeister!

Wir haben originelle Ideen
für individuelle Adventskalender.



PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2013



Advent Book Neapolitans Mini
24 köstliche Schokoladen-Tafelchen
mit weihnachlichem Motiv.
Klein aber feier!



Adventskalender "The best of"
24 leckere kleine Süßigkeiten
in einer eleganten Schachtel.
Extravaganz pur!



Adventskalender Premium
24 köstliche handgefertigte Pralinen
in einer Holzschatel.
Köstlich und originell!

MM Brown Deutschland GmbH

Eschborner Landstr. 55
60489 Frankfurt a/M Germany
Tel: +49 (0)69 254 271 27
Fax: +49 (0)69 975 392 680

www.chocolissimo.de

WEIHNACHTSWUNDERLAND

30

Wieder einmal kommt Weihnachten früher als gedacht. Und da sich die Branche allmählich aufs Fest der Feste einstellt, wird es auch für uns höchste Zeit, in unserem „Weihnachtswunderland“ zahlreiche fantasievolle Anregungen für werbe-festliche Gaben zu geben. Des Weiteren präsentieren wir Ihnen junge, moderne und trendige Produkte.



TRENDS & BRANDS	Gut eingepackt bei Wind und Wetter	4
	Von der Reiselust gepackt	6
FOKUS	Schadstoffgrenzen bei Spielzeug: Kindersicherheit an erster Stelle	8
MESSE AKTUELL	PSI 2014: Ein Fest für die Sinne	14
	PSI First BBQ: Chillen, grillen, informieren	16
WEIHNACHTS- WUNDERLAND	Produkte fürs Fest der Feste	30
BRANCHE	Lediberg GmbH: Multitalent Lanybook	74
	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	76
	185 Jahre: Ewig „Jung“	80
	Global Innovations: Keramik-Produktion nach Indien verlegt	82
	BWL Newsweek: On the road again	84
	Marke[ding]Wien: Moderne Messe in historischem Ambiente	86
	PSF Forum: Haptische Erlebniswelt am Vierwaldstätter See	90
	Promotürk powered by PSI: Werbung für alle in der Türkei	96
GENERATION 2.0	Jung – Modern – Trendig	100
UNTERNEHMEN	Reenald Koch im Gespräch: Dienstleister des Handels	126
	In-Crystal: Der Sprung ins Unbekannte	130
	15 Jahre CD Lux: Neues Firmengebäude in Betrieb genommen	132
PORTRAIT	Christoph Ruhrmann und Stephan Speckbruck: Das perfekte Team	136
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	140
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	150
MEINUNG		152
IMPRESSUM		156



VICTORINOX

COMPANION FOR LIFE

SPIELZEUG: KINDERSICHERHEIT AN ERSTER STELLE 8



An Spielzeug werden in Bezug auf Sicherheit besonders hohe Anforderungen gestellt, und das zu Recht. Deutschland hat einen rechtlichen Sonderweg beschritten und im Rechtsstreit mit der Europäischen Kommission einen Etappensieg errungen: Deutschland darf seine im Vergleich zur EU-Richtlinie strengeren Grenzwerte für Chemikalien in Spielzeug weiterhin anwenden. Wir haben die aktuelle EU-Spielzeugrichtlinie unter die Lupe genommen. Was ist erlaubt, was ist verboten?

PSI 2014: EIN FEST FÜR DIE SINNE 14



Kreative Aussteller bringen jedes Jahr einen riesigen Pool an Produkt-Ideen nach Düsseldorf. Nirgendwo sonst in Europa gibt es so viele Werbeartikel-Innovationen und -Variationen zu sehen wie auf der PSI. Diese bunte Vielfalt der Produkte wird auf der PSI 2014 nicht nur sichtbar, sondern vor allem erlebbar sein. Zum Beispiel im Gusto, dem exklusiven Tasting Pavilion in Halle 9. Dort gibt es unter dem Motto „Schmecken, Riechen, Genießen“ vieles zu probieren, was die Sinne beflügelt.

IN-CRYSTAL: DER SPRUNG INS UNBEKANNTE 130



Seit 2010 hat sich In-Crystal in Weissach auf die Glasinnengravur spezialisiert. Vor allem mit dem patentierten USB Crystal Drive hat sich das junge Unternehmen einen Namen gemacht. Faszinierend ist, dass der ursprüngliche Plan, einen Fallschirm-Sprungplatz auf Rhodos zu eröffnen, ausschlaggebend für den Erfolg des heutigen Unternehmens war. Dies zeigt einmal mehr, dass auch Umwege zum Ziel führen.

C. RUHRMANN UND S. SPECKBRUCK: PERFEKTES TEAM 136



Mit jeder Menge Energie, einer gehörigen Portion Zuversicht und dem Mut, auch kreative Ideen umzusetzen, haben sich Christoph Ruhrmann und Stephan Speckbruck mit Plan Concept Dr. Lichtenberg zu einem der größten Werbeartikelhändler Deutschlands entwickelt. Ihr unwiderstehlicher Ruhrpott-Charme macht das Duo zu etwas Besonderem. In diesem Jahr feiern sie ihr 20-jähriges Firmenjubiläum. Ein guter Grund, einmal hinter die Kulissen zu schauen.



PROMOTIONAL PRODUCTS
THAT LEAVE A LASTING IMPRESSION



1.7725.T

Victorinox AG
CH-6438 Ibach-Schwyz, Switzerland
T +41 41 81 81 211
www.victorinox.com

MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE

**FLEECE**

Switcher Textil Vertriebs GmbH
PSI Nr.: 43648
www.switcher.com

**GUT GESTYL**

Mantis World Limited
PSI Nr.: 44978
www.mantisworld.com

**SOFTSHELLS**

Gustav Daiber GmbH
PSI Nr.: 42819
www.daiber.de

**KUSCHELIG WARM**

B&C – The Cotton Group S.A./N.V.
PSI Nr.: 45235
www.bc-collection.eu

GUT EINGEPACKT BEI WIND UND WETTER

Jeder kennt die ein oder andere Bauernregel, ob diese jedoch stimmen oder bloßer Aberglaube sind, ist umstritten. Da gerade Bauern schon immer besonders auf das Wetter angewiesen waren, haben sie über Jahrhunderte hinweg ihre Beobachtungen in Form von Reimen in den Bauernregeln festgehalten. Eine der bekanntesten Bauernregeln ist wohl die des Siebenschläfers. Der 27. Juni ist sieben Märtyrern gewidmet, die während der Christenverfolgung 251 n. Chr. vor dem damaligen Kaiser Decius in eine Höhle bei Ephesos (heute Türkei) flüchteten und in einen 195-jährigen Schlaf fielen, aus dem sie am 27. Juni erwachten. Die Bauern verbanden ihre Wetterbeobachtungen mit dieser Sage und seitdem soll sich am 27. Juni entscheiden, welches Wetter in den folgenden sieben Wochen zu erwarten ist. Tatsächlich legt sich Ende Juni/Anfang Juli der Verlauf des Jet-streams für die nächsten Wochen fest, der ausschlaggebend für die Wetterentwicklung ist.

Nestler-matho®

MUST HAVE itCOOL



MUST HAVE

- N-m 144
- N-m 145

MICRO LAUTSPRECHER
MIT FM RADIO UND
POUCH



16,75 EUR

N-m 149
MICRO LAUTSPRECHER
MIT POUCH
COOL



9,95 EUR





SCHICK VOR DER SONNE GESCHÜTZT

Giving Europe B.V.
PSI Nr.: 45737
www.givingeurope.nl



GUT GERÜSTET FÜR JEDEN STRANDBESUCH

Herka GmbH
PSI Nr.: 46235
www.herka-frottier.at



ALLROUNDER

Reisenthel Accessoires
PSI Nr.: 47182
www.reisenthel.com

ROT IST TRUMPF

IT2U
PSI Nr.: 48347
www.bonus2u.de



VON DER REISELUST GEPACKT

Die Deutschen denken insgesamt 171 Millionen Mal in der Woche an Urlaub. Jeder Bundesbürger verspürt demnach mehr als zwei Mal die Woche den Wunsch, spontan zu verreisen. Dies ergab eine Studie des Reiseportals lastminute.de. Damit liegen die Deutschen weit unter dem europäischen Durchschnitt. Am häufigsten denken die Iren an Urlaub, nämlich fast fünf Mal pro Woche. Und auch die sonnenverwöhnten Italiener träumen mehr als vier Mal die Woche vom Verreisen. Die Gründe liegen hauptsächlich in der Neugierde, neue Orte kennenzulernen. Auf Platz zwei folgt die Erholung und erst an dritter Stelle spielt das Wetter eine Rolle.

Vielfalt & Innovation
Riesige Auswahl
und mehr als
20 Neuheiten!

EUROPAS BREITESTES ADVENTSKALENDER-PROGRAMM!



Adventskalender
„Cube“

Weihnachtsbaum
„Select Edition“

Wand-Adventskalender
mit Milka Schokolade

Adventskalender
„Weihnachtshaus“

INNOVATIONEN FINDEN SIE BEI UNS: PREMIUM-ADVENTSKALENDER FÜR JEDES BUDGET!

Individuelle Adventskalender zählen zu den Top-Werbestücken im Weihnachtsgeschäft. Kalender für jedes Budget und individuell bedruckt liefern wir schon ab 100 Stück. Bei uns bekommen Sie überraschend mehr! Mehr Service, mehr Kompetenz, mehr Aufmerksamkeit und bestimmen den richtigen Adventskalender für Ihre Zielgruppe. Dabei dürfen Sie wie immer Qualität auf Top-Niveau und ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis erwarten. Gleich Muster, personalisierten Online-Blätterkatalog und neutrale Händlerkataloge unter www.cd-lux.de bzw. info@cd-lux.de anfordern.



15
Jahre

Die Adventskalender-Experten
Europas breitestes Adventskalender-Programm

Hotline: 09971-85 71 0 | info@cd-lux.de | www.cd-lux.de

Auch auf:  

CD • LUX 
G M B H

DIE ADVENTSKALENDER EXPERTEN



SCHADSTOFFGRENZEN BEI SPIELZEUG

KINDERSICHERHEIT AN ERSTER STELLE

An Spielzeug werden in Bezug auf technisch-konstruktive sowie chemische Sicherheit besonders hohe Anforderungen gestellt, und das zu Recht. In Sachen Spielzeugsicherheit hat Deutschland einen rechtlichen Sonderweg beschritten und im Rechtsstreit mit der Europäischen Kommission einen Etappensieg errungen: Deutschland darf seine im Vergleich zur EU-Richtlinie strengeren Grenzwerte für Chemikalien in Spielzeug auch nach dem 21. Juli 2013 anwenden. Dies hat das Gericht der Europäischen Union (EuG) entschieden. Da Spielzeug auch als Werbeartikel eingesetzt wird, haben wir die aktuelle EU-Spielzeug-Richtlinie unter die Lupe genommen. Was ist erlaubt, was ist verboten?

Wenn es um Kinder geht, bekommt Produktsicherheit eine neue Dimension. Denn rund 80 Prozent aller Spielsachen in der EU werden importiert, der Großteil kommt aus China. Millionenfache Rückrufe wegen Nichtkonformität mit den europäischen Normen haben 2007 Verbraucher und Politik aufgerüttelt und in der Konsequenz dazu geführt, dass die seit 1988 bestehende Spielzeugrichtlinie überarbeitet wurde. Diese Richtlinie 88/378/EWG hatte zwar die Sicherheit der Produkte verbessert und durch Vereinheitlichung der Normen Handelshemmnisse zwischen den EU-Staaten beseitigt, wies aber in Bezug auf Sicherheitsvorgaben erhebliche Mängel auf. 2009 wurde sie durch die neue europäische Spielzeugrichtlinie 2009/48/EG abgelöst. Die neue Spielzeugrichtlinie wird in Deutschland durch die Verordnung über die Sicherheit von Spielzeug (Zweite Verordnung zum Geräte- und Produktsicherheitsgesetz – 2. GPSGV) umgesetzt.

waren mobil. Über holländische Häfen, vor allem Rotterdam, kommt ein Großteil der chinesischen Spielwaren in die EU. Aus diesem Grund hat die EU – auf Betreiben der Niederlande – im Januar 2013 einen Aktionsplan mit China über die „Kooperation im Bereich Spielzeugsicherheit“ vereinbart. Dieser gemeinsame Aktionsplan stärkt die chinesischen Ausfuhrkontrollen und passt diese den niederländischen Importkontrollen an. Dadurch soll weniger nicht-konformes und unsicheres Spielzeug in die EU gelangen. Die engere Zusammenarbeit zwischen den europäischen Marktüberwachungsbehörden und den chinesischen Exportkontrolleuren soll eine nahtlose Überwachung der gesamten Spielwaren-Lieferkette bewirken.

RISIKOMANAGEMENT IN DER PRAXIS

Hersteller führen eine Analyse der chemischen, physikalischen, mechanischen, elektrischen, Entflammbarkeits-, Hygiene- und Radioaktivitätsgefahren durch, die von dem Spielzeug ausgehen können. Hinzu kommt die Bewertung der möglichen Exposition gegenüber diesen Gefahren. Außerdem sollten Hersteller eine Bewertung in Bezug auf die Wahrscheinlichkeit des Vorhandenseins verbotener Stoffe oder von Stoffen mit eingeschränkter Verwendung vornehmen. Der Umfang der möglichen Prüfungen kann auf der Risikobewertung basieren. Prüfungen müssen nur für solche Stoffe vorgenommen werden, bei denen vernünftigerweise zu erwarten ist, dass sie im fraglichen Spielzeug (Material/Stoff) vorhanden sind. Aufgrund der Anforderungen kann der Schwerpunkt auf einzelne Materialien gelegt werden, die vermutlich bedenkliche Stoffe enthalten. Rechtlich gesehen ist es nicht erforderlich, ein fertiges Spielzeug auf alle Stoffe hin zu prüfen. Zur Einhaltung der steigenden chemischen Anforderungen an Spielzeuge müssen Hersteller, Großhändler, Importeure und Einzelhändler ihre Produkte so schnell als möglich bewerten, um sich einen genauen Überblick über die in ihrer Lieferkette verwendeten Chemikalien zu verschaffen. Ein effizientes Chemikalienmanagement ist unerlässlich, um die notwendige Transparenz



und Kenntnis in Bezug auf die in der Lieferkette verwendeten Chemikalien zu erlangen. Um auf der sicheren Seite zu sein, ist die Einbindung eines Spezialisten für Qualitätsmanagement sinnvoll. Bureau Veritas beispielsweise hat vier individuelle Modelle entwickelt, die Unternehmen dabei unterstützen, die Einhaltung der neuen chemischen Anforderungen nachzuweisen und die Chemikalienmanagementsys-

teme in ihrer Lieferkette zu optimieren. Grundsätzlich gilt: je transparenter das Vorkommen von Chemikalien in der Lieferkette ist, desto weniger kostspielig ist das Qualitätsmanagement. <

Quellen: Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV), Bureau Veritas Consumer Products Services, Euractiv.de

DIE EU-RICHTLINIE 2009/48/EG ZUR SICHERHEIT VON SPIELZEUG

HAUPTANFORDERUNGEN

Sicherheitsbewertung

Hersteller müssen vor der Markteinführung eines Spielzeugs eine Sicherheitsprüfung durchführen lassen. Hierbei werden die Gefahren analysiert, die möglicherweise von chemischen, physischen, mechanischen, elektrischen, hygienischen oder radioaktiven Eigenschaften ausgehen können. Zudem muss eine Bewertung des daraus resultierenden potenziellen Risikos erfolgen.

EG-Konformitätserklärung

Das stets zu aktualisierende Dokument muss die Erfüllung der wesentlichen Sicherheitsanforderungen belegen und anzeigen, welche harmonisierten Normen zugrunde gelegt wurden.

Interne Produktionskontrolle

Hersteller müssen alle erforderlichen Maßnahmen ergreifen, damit die produzierte Ware den Anforderungen entspricht. Hierzu gehört u. a. die Überwachung des Herstellungsprozesses.

Technische Dokumentation

Die technische Dokumentation muss alle relevanten Daten und Details zu den vom Hersteller durchgeführten Maßnahmen enthalten, die sicherstellen, dass die Spielzeuge den Anforderungen entsprechen. (z. B. Sicherheitsbewertung, EG-Konformitätserklärung, Testberichte)

WESENTLICHE CHEMISCHE ANFORDERUNGEN

Alle Spielzeuge, die ab Juli 2013 auf den EU-Markt gebracht werden, müssen die neuen und überarbeiteten chemischen Anforderungen der EU-Richtlinie 2009/48/EG über die Sicherheit von Spielzeug erfüllen. Alle Spielzeughersteller müssen die in ihren Produkten vorhandenen Materialien und Substanzen kennen. Eine Liste der Materialien (BOM – Bill of Materials) und der Substanzen (BOS – Bill of Substances) ist erforderlich. In Deutschland gelten bis auf Weiteres für bestimmte Stoffe die (niedrigeren) nationalen Grenzwerte.

REACH

- Spielzeuge sollten keine besonders Besorgnis erregenden Stoffe (SVHC Substances of Very High Concern) enthalten und müssen die REACH-Verordnung (EG) 1907/2006 einhalten. Die Liste der ECHA-Kandidaten (SVHC) wird von der ECHA (Europäische Chemikalienagentur) ständig aktualisiert.
- Die Verwendung einer Material- (BOM) und einer Substanzliste (BOS) erleichtert die Suche nach Substanzen, für die eine Registrierung erforderlich ist, aber auch das Auffinden von SVHC in Ihrem Produkt. Sollten Produkte tatsächlich SVHC enthalten, muss ermittelt werden, ob diese Stoffe verringert, ersetzt oder angemeldet werden müssen oder ob eine Zulassung beantragt werden muss. Möglicherweise erfordert dies die Veränderung der Produkte.

CMR-Stoffe

- Spielzeuge und Bestandteile von Spielzeugen dürfen keine als CMR (karzinogen, mutagen oder reproduktionstoxisch) eingestufte Stoffe enthalten (CLP-Verordnung [EG] Nr. 1272/2008 über die Einstufung, Kennzeichnung und Verpackung von Stoffen). Stoffe der Kategorie 1A, 1B oder 2 dürfen nicht verwendet werden.

KATEGORIE 1A (vormals 1): Die Einstufung erfolgt aufgrund von Nachweisen beim Menschen (epidemiologische Daten)

KATEGORIE 1B (vormals 2): Die Einstufung erfolgt aufgrund von Nachweisen bei Tieren

KATEGORIE 2 (vormals 3): Die Einstufung erfolgt aufgrund von Nachweisen aus Studien an Mensch und/oder Tier, die jedoch nicht ausreichend für eine Einstufung des Stoffes in Kategorie 1A oder 1B sind

Nitrosamine und nitrosierbare Stoffe

Verboten in Spielzeug, das zur Verwendung durch Kinder unter 36 Monaten bestimmt ist, oder in Spielzeug, das dazu bestimmt ist, in den Mund genommen zu werden. Diese Anforderung ist für Ballons und Luftballons relevant, gilt jedoch für alle Materialien, wie auch z. B. für Fingermalfarben oder Gummi. Derzeit wird ein neuer Standard (prEN 71-12) ausgearbeitet. Migrationsgrenzwerte: 0,05 mg / kg für Nitrosamine, 1 mg / kg für nitrosierbare Stoffe.

Duftstoffe

- Spielzeuge dürfen 55 allergene Duftstoffe nicht enthalten (sofern ihr Vorhandensein zur Einhaltung der guten Herstellungspraxis technisch unvermeidbar ist und der Grenzwert von 100 mg / kg nicht überschritten wird).
- 11 zusätzliche allergene Duftstoffe müssen aufgeführt werden, wenn ihre Konzentration im Spielzeug über 100 mg/kg liegen. Die Kennzeichnung muss auf dem Spielzeug, auf einem am Spielzeug angebrachten Etikett, auf der Verpackung oder auf einem Begleitzettel erfolgen.
- Brettspiele für den Geruchssinn, Kosmetikkoffer und Spiele für den Geschmackssinn: 26 Duftstoffe sind zulässig, müssen allerdings gekennzeichnet werden. Derzeit wird ein neuer Standard (pr EN 71-13) ausgearbeitet.

Kosmetische Mittel

Kosmetische Spielwaren, wie z. B. Puppenschminke, müssen hinsichtlich Zusammensetzung und Kennzeichnung den Anforderungen der EU-Kosmetikrichtlinie 76/768/EWG entsprechen. Am 11. Juli 2013 tritt die neue Verordnung (EG) Nr. 1223 / 2009 über kosmetische Mittel in Kraft.

Schwermetalle/Verbindungen (prEN 71-3)

- Neue Migrationsgrenzwerte für 19 eingeschränkt zulässige Elemente
- Nachdem die Toxizität und die krebserregenden Eigenschaften von Chrom (VI) festgestellt wurden, wird zwischen Chrom (III) und Chrom (VI) differenziert. Textilien und Leder dürfen Chrom (VI) enthalten (siehe Grenzwerte)
- Organozinnverbindungen wurden aufgenommen
- Zur Berücksichtigung der unterschiedlichen Risiken werden 3 Materialkategorien unterschieden:
 - › Trockenes, brüchiges, staubförmiges oder geschmeidiges Spielzeugmaterial
 - › Flüssiges oder haftendes Spielzeugmaterial
 - › Abgeschabtes Spielzeugmaterial

Eine detaillierte Tabelle der neuen chemischen Grenzwerte sowie weitere Informationen findet man unter www.bureauveritas.de. Bureau Veritas ist eines der weltweit führenden Unternehmen im Bereich Konformitätsprüfung und Zertifizierungsleistungen. 1828 gegründet, beschäftigt Bureau Veritas heute über 60 000 Mitarbeiter in 1330 Büros und Laboratorien in mehr als 140 Ländern.

NEUE EUROPÄISCHE SPIELZEUGRICHTLINIE

In dieser neuen europäischen Spielzeugrichtlinie, um die es hier geht, wurden die sicherheitsrelevanten Aspekte neu geregelt. Verschärfte Anforderungen an die Produkte sollen ein hohes Sicherheitsniveau von Spielzeugen gewährleisten und Kinder effektiv vor Gefahren und Verletzungen schützen. Dieser erste Teil ist seit dem 20. Juli 2011 in Kraft und enthält unter anderem strengere Vorgaben für Produktion, Kontrollen und Warnhinweise, welche die mechanische, elektrische und brandtechnische Sicherheit betreffen. Die Sicherheitsanforderungen für Spielzeug und Mindestanforderungen an die Marktüberwachung gelten angesichts des gemeinsamen Binnenmarktes EU-weit. Hierzu gehört, dass der Hersteller vor dem Inverkehrbringen eine Sicherheitsbewertung durchführen muss. Er muss die Gefahren analysieren, die physikalisch, mechanisch, chemisch oder elektrisch vom Spielzeug ausgehen können, sowie die Gefahren durch Hygienemängel, Entzündbarkeit und sogar Radioaktivität einschätzen. Es gilt ein prinzipielles Verbot, krebserregende oder erbgutverändernde oder fortpflanzungsgefährdende Stoffe in Spielzeug zu verwenden. Allerdings dürfen diese Stoffe unter bestimmten Voraussetzungen verwendet werden, wenn der Grenzwert, der in Gemeinschaftsrechtsakten festgelegt wurde, eingehalten wird. Der Einsatz von 55 allergenen Duftstoffen ist aus Gründen des gesundheitlichen Verbraucherschutzes verboten. 11 weitere Duftstoffe müssen gekennzeichnet werden, wenn sie im Spielzeug vorhanden sind. In einem Konformitätsbewertungsverfahren weisen Hersteller nach, dass das Spielzeug die Sicherheitsanforderungen der Richtlinie erfüllt. Das kann durch die Anwendung harmonisierter Normen erfolgen. Werden keine harmonisierten Normen angewendet, erfolgt eine EG-Baumusterprüfung durch eine „Benannte Stelle“, also eine Prüfung des Spielzeuges und der technischen Dokumentation durch einen unabhängigen Dritten.

STRENGERE ANFORDERUNGEN

Im Vergleich mit der alten Richtlinie enthält die Novelle strengere Anforderungen an die Produktion von Spielzeug sowie schärfere Kontrollpflichten für Hersteller und Importeure. Spielzeug darf künftig nicht mehr fest mit Lebensmitteln verbunden sein, um für Kinder die Gefahr des versehentlichen Verschluckens zu verringern. Für einzelne Spielzeugkategorien sind künftig jeweils spezifische Warnhinweise vorgeschrieben. Diese müssen mit dem Wort „Achtung“ beginnen, in deutscher Sprache verfasst und gut lesbar sein. Der zweite Teil der Richtlinie, der die Grenzwerte für die in Spielzeug verwendeten Chemikalien vorschreibt, gilt seit dem 21. Juli 2013 – allerdings nicht in Deutschland, das sich von den in der Richtlinie festgelegten Grenzwerten distanziert – und das aus gutem Grund. Denn Spielzeug darf gemäß der



verschärften EU-Richtlinie teilweise sogar mehr Schadstoffe enthalten als derzeit in Deutschland erlaubt.

DEUTSCHLAND KÄMPFT FÜR NIEDRIGERE GRENZWERTE

In Sachen chemische Spielzeugsicherheit geht Deutschland keine Kompromisse ein. Mit den ab 2013 geltenden Vorschriften werden zwar die zulässigen Grenzwerte für sogenannte kanzerogene polyzyklische aromatische Kohlenwasserstoffe (PAK) und andere krebserregende, erbgut- und fortpflanzungsschädigende Stoffe (CMR-Stoffe) verschärft und theoretisch gilt ein prinzipielles Verbot für die Verwendung von CMR-





Stoffen in Spielzeug. Nach Ansicht des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) reicht das Schutzniveau von Spielzeug in Bezug auf CMR-Stoffe noch nicht aus. Die in der Richtlinie vorgesehenen Grenzwerte für diese Stoffe beruhen auf Grenzwerten, die im Chemikalienrecht festgelegt wurden. Da Kinder jedoch viel empfindlicher reagieren als Erwachsene, sollten für die Festlegung von Grenzwerten für CMR-Stoffe in Spielzeug besondere Anforderungen gelten. Dabei sollten beispielsweise auch Erkenntnisse genutzt werden, die von Materialien gewonnen wurden, die mit Lebensmitteln in Kontakt kommen können. Auch bei den Grenzwerten für Schwermetalle besteht aus deutscher Sicht dringend Nachbesserungsbedarf. Daher hat die Bundesregierung bereits im Januar 2011 einen Antrag bei der EU-Kommission gestellt mit der Forderung, die nationalen Grenzwerte für fünf Metalle – Blei, Barium, Arsen, Queck-

silber und Antimon – sowie Nitrosamine und nitrosierbare Stoffe zu behalten. Im März 2012 erlaubte die EU-Kommission die Beibehaltung der Werte für Nitrosamine und nitrosierbare Stoffe. Der restliche Teil des Antrags wurde abgelehnt. Daraufhin reichte die deutsche Regierung im Mai 2012 eine Klage auf Beibehaltung der höheren deutschen Schutzstandards bei der Sicherheit von Kinderspielzeug am Europäischen Gericht ein.

URTEIL DES EUG: NATIONALE GRENZWERTE GELTEN WEITER

Auf die in dem Rechtsstreit von beiden Seiten genannten Argumente, die die chemischen Details und Bewertungen im Einzelnen betreffen, gehen wir an dieser Stelle nicht näher ein. Wichtig ist allein das Ergebnis, dass Deutschland seine strengeren Grenzwerte für Kinderspielzeug vorerst weiter anwenden darf. Dies hat das Gericht der Europäischen Union in Luxemburg am 15. Mai 2013 im Wege des einst-

weiligen Rechtsschutzes entschieden. Damit kann Deutschland bis zur endgültigen Entscheidung des Gerichts über die Klage sein hohes Verbraucherschutzniveau beibehalten und braucht die Spielzeugrichtlinie der EU in den strittigen Punkten nicht umzusetzen. Die Bundesregierung setzt sich bereits seit Jahren intensiv für sicheres Spielzeug ein und hatte in der Diskussion um die Spielzeugrichtlinie wiederholt auf Verbesserungen gedrängt. Das Bundesverbrauchermministerium hatte deshalb beim Bundesinstitut für Risikobewertung (BfR) in Berlin verschiedene Risikobewertungen für Spielzeug in Auftrag gegeben, um in Brüssel die Notwendigkeit von Verbesserungen der Sicherheit von Spielzeug zu untermauern.

NIEDERLANDE REGEN VERSCHÄRFTE KONTROLLEN AN

Neben Deutschland kämpfen auch die Niederlande für sichereres Spielzeug und machen gegen den Import gefährlicher Spiel-

MACHT MARKEN ZU HELDEN.



DER NEUE SIGNER LINER® 100% MADE IN GERMANY



FANTASTISCH: 4 elegante Schafffarben und 9 prägnante Clipfarben frei kombinierbar.
REVOLUTIONÄR: Ermöglicht auch anspruchsvolle Druckmotive.
RUNDUM GELUNGEN: Innovatives Design und neuartiges Materialkonzept für eine unvergleichlich maßgeschneiderte Markenkommunikation.



PSI 2014

EIN FEST FÜR DIE SINNE

Kreative Aussteller bringen jedes Jahr einen riesigen Pool an Produkt-Ideen nach Düsseldorf. Nirgendwo sonst in Europa gibt es so viele Werbeartikel-Innovationen und -Variationen zu sehen wie auf der PSI. Diese bunte Vielseitigkeit der Produkte wird auf der PSI 2014 nicht nur sichtbar, sondern vor allem erlebbar sein. Zum Beispiel im Gusto, dem exklusiven Tasting Pavilion in Halle 9. Dort gibt es unter dem Motto „Schmecken, Riechen, Genießen“ vieles zu probieren, was die Sinne beflügelt. Nutzen Sie Ihre Chance – hinter oder vor der Probiertheke!

Vielheit und Innovation kennzeichnen die PSI seit jeher: Artikel aus allen nur denkbaren Produktgruppen geben sich ein Stelldichein auf Europas Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft. Die Fülle an Produkten, die Bandbreite des Angebots sucht ihresgleichen – und bringt so manchen Besucher ins Schwitzen. Denn inmitten dieser Vielfalt genau das zu finden, was

das eigene Business voranbringt, ist eine spannende und nicht immer einfache Aufgabe. Sicher hat jeder Händler seinen eigenen Rundgang mit konkreten Zielen geplant. Aber würde er die PSI besuchen, wenn er nicht auch das Neue suchen würde, wenn er nicht neugierig auf frische Ideen und nicht offen für Überraschungen wäre?

PRODUKTINSZENIERUNGEN ALS INSPIRATIONSQUELLE

An diesem Punkt setzt die Überlegung des PSI Messteams an, dem Messebesucher auf der ganzen PSI immer wieder besondere Möglichkeiten zu bieten, spezielle Produkte kennenzulernen, auf die er womöglich bei seinem Routinegang gar nicht gestoßen wäre. Deshalb gibt es auf der PSI

2014 – von der Mall bis in jede Halle hinein – originelle Produktpräsentationen, die nicht nur zum Schauen, sondern auch zum multisensorischen Erleben einladen. Denn Werbeartikel sind modische Lifestyle-Produkte, ideal, um sie aufmerksamkeitsstark zu inszenieren! Dem Handel viele unterschiedliche Inspirationsquellen und Anregungen für die eigene Kreativität zu bieten, gehört zu dem Hauptpunkten des neuen PSI Messekonzepts. Die lebendige, modewusste und dynamische Branche soll sich im Erscheinungsbild und den Präsentationsformen widerspiegeln.

NICHTS GEHT ÜBER PROBIEREN

Schon die Mall vor Halle 9 wird zur schicken Lounge, in der man erste Produkteindrücke sammeln und Messeatmosphäre schnuppern kann. Weiter in Halle 9 erwartet den Besucher ein besonders Highlight: Gusto heißt treffend eine herausgehobene, exquisit gestaltete Ausstellungsfläche, auf der acht Gusto-Partner an zwei modernen, top ausgestatteten Theken ihre Produkte zum Probieren anbieten können. Für welche Aussteller könnte diese Präsentationsform interessant sein? Für alle, die Produkte im Portfolio haben, die zum oben genannten Motto „Schmecken, Riechen, Genießen“ passen: also Kulinarisches im weitesten Sinne, Süßes, Würziges ... Denn es gibt kaum eine effektivere Möglichkeit, die Aufmerksamkeit des Besuchers zu wecken, als ihn probieren zu lassen! Wer lässt sich nicht gerne zu einem kleinen genießerischen Stopp einladen, vor allem, wenn es etwas Leckeres zu kosten gibt? Für alle, die neugierig geworden sind: Die acht Gusto-Partner erhalten neben der voll eingerichteten Präsentationsfläche außerdem kostenlose Online- und Printeinträge, ein Marketing- und Pressepaket sowie zwei kostenlose Ausstellerausweise. Dabei zu sein, lohnt sich also in vielerlei Hinsicht.

MIT ALLEN SINNEN ERLEBEN

Multisensorische Produktpräsentationen wie das Gusto haben sehr hohen Aufmerksamkeitswert und wissenschaftlich erwiesene, außerordentlich intensive Werbewirkung. Denn Werbeartikel werden über mehrere sensorische Kanäle unmittelbar wahr-



Messe als multisensorisches Erlebnis: Alles, was gut schmeckt, duftet und die Sinne anspricht, kann im Tasting Pavilion Gusto probiert werden.

genommen und dadurch als Realität erfahren, zu der man eine emotionale Beziehung aufbauen kann. Das multisensorische Potenzial von Werbeartikeln ist enorm: Sie überzeugen nicht nur visuell durch ihr Design sowie durch die haptische Wahrnehmung ihrer fühl- und tastbaren Eigenschaften, sondern auch durch Geschmack, Klänge und Düfte. Je mehr Sinne angesprochen werden, desto stärker die Wirkung der Botschaft, die sie transportieren, und desto glaubwürdiger und sympathischer werden Werbeartikel erlebt. Die multisensorische Dimension von Werbeartikeln in Form origineller Präsentationsmöglichkeiten in die Messe einzubinden, trägt neuesten Erkenntnissen Rechnung und macht die Messe zum Schauplatz interaktiven Erlebens. In diesem Konzept gibt es nur eine Win-win-Situation: Aussteller können das Besucherinteresse mit Leichtigkeit auf ihre Produkte

lenken und sie dem Handel nahebringen. Besuchern helfen multisensorische Präsentationen, Neues und Ungewöhnliches zu entdecken und zu probieren. Anmeldung und Kontakt: Tel. +49 211 90191-600, sales@psi-messe.com. <

GUSTO, DER TASTING PAVILION IN HALLE 9 G 28

Die Teilnehmer nach Kategorie/Produkt

Bremer HACHEZ:	Schokolade
Kolb Import & Export:	Tee
Zuckerbäcker:	Süßigkeiten
Die Olive und mehr:	Öl/Essig
Sanders Image Tools:	Alkoholfreie Getränke

Zwei Plätze sind noch frei!

(Stand Mitte August)

Information und Anmeldung beim PSI Sales Team, Tel. +49 211 90191-600, E-Mail: sales@psi-messe.com



PSI hatte zum Grillen im Düsseldorfer Volksgarten geladen. Ein schöner und informativer Abend, an dem viel diskutiert wurde.



NEUHEITENPLATTFORM PSI FIRST VORGESTELLT

PSI FIRST BBQ: CHILLEN, GRILLEN, INFORMIEREN

Die PSI als Messe der Innovationen, auf der echte Produktpremieren zu Trendsettern werden – um dieses zentrale Ziel des Messekonzepts 2014 umzusetzen, hat PSI die Premierenplattform PSI First entwickelt. Bei einem Grillabend im Düsseldorfer Volksgarten stellte PSI einem Kreis interessierter Aussteller die Idee vor, ausgewählte Produkte tatsächlich zum ersten Mal auf der PSI zu präsentieren. Eine Chance für Aussteller, ihre Innovationskraft zu zeigen.

Ein sonniger, warmer Sommerabend, eine Seeterrasse inmitten üppigen Grüns und ein verführerischer Duft vom Grill – das machte schon Laune, kaum hatte man die Location „Bootshaus“ im Düsseldorfer Volksgarten betreten. Über 30 Gäste waren der Einladung des PSI zu einem lockeren Grillabend gefolgt und nutzten den

Anlass zum Talk unter Kollegen wie auch zum Gedankenaustausch mit PSI Chef Michael Freter sowie zahlreichen Mitarbeitern des Messe- und Sales Teams. Im Mittelpunkt vieler Gespräche stand die PSI 2014: eine gute Gelegenheit für Aussteller, mit ihren Ansprechpartnern Fragen zum künftigen Messeauftritt sowie den erwei-

terten Messe-Angeboten zu besprechen. Seitens des PSI lag der Fokus des Abends auf der neuen Premierenplattform PSI First, die ein wichtiger Bestandteil des Messekonzepts 2014 ist.

NEUHEITEN EXKLUSIV FÜR DIE PSI
In seiner Ansprache begrüßte PSI Geschäftsführer Michael Freter die Gäste und fasste

die Eckpunkte der neuen Messestrategie zusammen: „Die PSI steht für Innovation, Emotion, Kreativität und Trends. Darauf wollen wir uns nun wieder besinnen und die Produkte selbst wieder verstärkt in den Fokus des Messegesehens rücken. Deswegen haben wir uns nicht nur für jede Halle besondere Produktpräsentationen ausgedacht, sondern es soll auch wieder mehr echte Produktpremieren auf der PSI geben. Dafür haben wir die Premierenplattform PSI First entwickelt.“ Mit PSI First ist ein Programm mit eigenem, werbewirksamem Label geschaffen worden, das einer limitierten Anzahl Aussteller die Möglichkeit gibt, ausgewählte Neuheiten exklusiv auf der PSI vorzustellen. Wie kann man sich das vorstellen? Insgesamt 50 Aussteller verpflichten sich, dass eines ihrer Exponate wirklich noch nirgendwo anders zu sehen war, auch nicht auf Roadshows, Hausmessen oder In-house-Präsentationen – das Produkt hat seinen allerersten Auftritt auf der PSI.

VIELE VORTEILE FÜR AUSSTELLER

Im Rahmen von PSI First erhalten Aussteller dafür ein umfangreiches Marketing-

und Werbepaket von PSI, um die betreffenden Produkte zu promoten. Die Vorteile für die Aussteller liegen auf der Hand: Eine Premiere ist immer ein großer Auftritt, der garantiert beachtet wird. Das gilt auch für Produktpremieren, vor allem, wenn das Interesse der Besucher direkt auf das neue Produkt gelenkt wird. Von dort ausgehend erreicht die Aufmerksamkeit des Besuchers auch das gesamte Umfeld, also das übrige Produktportfolio und die Leistungen des Unternehmens, das sich als besonders innovativer Aussteller profilieren kann. Eine tolle Sache, fanden die Gäste, und diskutierten die Idee mit PSI Mitarbeitern und ihren Branchenkollegen.

DIE PSI ALS PREMIERESHOW

Michael Freter stellte PSI First in einen größeren Zusammenhang: „In wirtschaftlich angespannten Zeiten ist es besonders wichtig, sich auszutauschen und gemeinsam zu überlegen, wie man sich optimal für die Zukunft aufstellt. Deswegen sind wir im intensiven Dialog mit den Mitgliedern. Die Inszenierung der Messe, die Sonderschauen und die Bündelung aller Akti-

vitäten auf dem Messegelände, darunter auch die PSI After Work Party – dies alles sind Konsequenzen des Veränderungsprozesses, in dem sich Branche und PSI gleichermaßen befinden. Die Claims unserer neuen Werbekampagne ‚Time to surprise‘ und ‚Style your Business‘ bringen diese Veränderungen exemplarisch zum Ausdruck.“ Eminent wichtig sei es, dass die PSI wieder stärker als Premierenshow wahrgenommen wird. „PSI First bietet eine Möglichkeit, die Innovationskraft und Kreativität der Branche eindrucksvoll zu demonstrieren und damit die Messe zum Must-see-Event für die ganze Branche zu machen“, erklärte Freter.

Die entspannte Runde aus Firmenvertretern und PSI Mitarbeitern fand in der urlaubsmäßig anmutenden Atmosphäre bis spät Nachts genügend Gesprächsthemen und verbrachte einen angenehmen, unterhaltsamen Abend bei bester Bewirtung und allem, was zu einem Grillabend dazugehört.



PSI Geschäftsführer Michael Freter erklärte die Vorteile der PSI Premierenplattform PSI First für Aussteller.



because You care...

*Beste Werbekosmetik
zu Ihren Diensten !*

*Testen Sie unsere Sonder-
Weihnachts-Duftkompositionen:*

- Apfel & Zimt

- Vanille

- Orange blossom





KEINER WIRD SIE VOR
DER PSI SEHEN: DIE
PRODUKTE DER AUSSTEL-
LER IM PSI-FIRST CLUB
MIT DEM LABEL . DER
VORHANG FÜR SIE GEHT
ERST AM 8. JANUAR 2014
IN DÜSSELDORF AUF. ES
HEISST DANN: PREMIERE
EXKLUSIV AUF DER PSI.
WER NICHT DABEI IST,
WIRD SIE NICHT SEHEN.



LM ACCESSOIRES UND
DIE MARKE <REFLECTS>
STEHEN FÜR QUALITÄT
UND IDEENREICHTUM.
BESONDERE PRODUKTE
ZU KREIEREN UND UN-
SEREN KUNDEN EINEN
AUSSERGEWÖHNLICHEN
SERVICE ZU BIETEN, DAS
IST VON JEHER ZIEL UND
LEIDENSCHAFT. AUCH AUF
DER PSI IN DÜSSELDORF.

1



MEINHARD MOMBAUER
LM ACCESSOIRES GMBH

„ES IST
GUT,
DER ERSTE
UNTER DEN
ERSTEN ZU
SEIN – BEI
PSI FIRST.“



NEUE IDEEN UND LANGFRISTIGE BEZIEHUNGEN ZUM KUNDEN, DAS BILDET DEN KERN DER XINDAO FIRMENPHILOSOPHIE. WEN WUNDERT'S, DENN XINDAO WIRD AUS DEM CHINESISCHEN ÜBERSETZT MIT „NEUER WEG“. UND DIESEN NIEDERLÄNDISCHEN WEG GIBT ES SEIT 27 JAHREN.

2



ALBERT VAN DER VEEN
CEO XINDAO

„ALLTÄGLICHES GIBT'S ÜBERALL. BESONDERES ZU SUCHEM, IST GELEBTES XINDAO.“

3



TRADITION UND
MODERNE. ELEGANZ
UND FUNKTION. UN-
SER WIEDERERKEN-
NUNGSWERT AUF DER
PSI: TECHNIQUE MEETS
DESIGN! DAS IST AUCH
UNSER Credo.



KARIN UND PETER PFROMMER
NESTLER-MATHO

„W I R
L E B E N
U N S E R E
P R O D U K T E
U N D
L I E B E N
S I E – D A S
M E R K T M A N .“



STARKE MARKEN SIND BEI
UNS ZUHAUSE. MIT IHNEN
INDIVIDUELLE WERBUNG
ZU GESTALTEN, DARIN
SIND WIR SPEZIALISTEN.
UNSERE FRUCHTGUM-
MIS UND BONBONS AUS
EIGENER, ZERTIFIZIERTER
PRODUKTION BEREITEN
DEN WEG FÜR WIRKUNGS-
VOLLE, SYMPATHISCHE
WERBEBOTSCHAFTEN.



FRITZ HAASEN
KALFANY SÜSSE WERBUNG

„WIR
WERDEN
SIE ZUR
PSI ÜBER-
RASCHEN.
NICHT
NUR MIT
PSI FIRST.“

4

5



ALS MARKE STEHT TROIKA FÜR DIE VERWANDLUNG AKTUELLER TRENDS IN DURCHDACHTE FUNKTIONELLE PRODUKTE – STETS MIT DEM AUGENMERK AUF STIMMIGES DESIGN UND KREATIVITÄT. DIE KOLLEKTION STECKT VOLLER IDEEN, DIE BEGEISTERN.



LIUDGER BÖLL
TROIKA GERMANY

IN JEDEM
DETAIL
STECKT
FREUDE.
DIE FREUDE
AM SCHENKEN.
TROIKA IST
FIRST.



STARKE TASCHEN KENNT
MAN VON UNS. VIELES
MEHR ZEIGEN WIR AUF
DER PSI. INNOVATION
UND BODENSTÄNDIGKEIT
HABEN HALFAR BE-
KANNT GEMACHT. UNSERE
PRODUKTE SIND NAH
AM KUNDEN UND TROTZ-
DEM WEIT WEG VOM ÜB-
LICHEN – EBEN HALFAR.



PETER LESEBERG
HALFAR

„W I R
VERKAUFEN
K E I N E
TASCHEN
SONDERN
W E R B E -
ERFOLGE.“

6



STARKE MARKEN VERPFLICHTEN. TOPPOINT IST EINE DAVON. DESSEN SIND WIR UNS IMMER BEWUSST. NICHT NUR IM VERKAUF, BESONDERS IM EINKAUF. QUALITÄT ENTSCHEIDET, NICHT DER ÄUSSERE SCHEIN. NUR WENN FUNKTION UND DESIGN „HEIRATEN“, GIBT ES GUTE PRODUKTE.



BAS LENSEN
TOPPOINT

„ ÜBER 80
JAHRE
ERFAHRUNG
UND IMMER
N O C H
SCHARF AUF
N E U E S. “



BERGAMO UND LEMGO. KREATIVITÄT UND WERTARBEIT. PAARUNGEN, DIE ÜBERZEUGEN. LEDIBERG PROFITIERT VON DEN WELTWEITEN KENNTNISSEN UND ERFAHRUNGEN IM UNTERNEHMEN. SIE SIND TREIBSTOFF FÜR DYNAMIK UND INNOVATION – UND SIE SIND FIRST.

8



THOMAS HERTRANFT
LEDIBERG

„WIR ZEIGEN, WAS SCHÖNE KALENDER UND NOTIZBÜCHER KÖNNEN.“



„WIR WERDEN SIE ZUM
STAUNEN BRINGEN.“ DAS
GILT AUCH FÜR DIE PSI
2014. MEHR ALS 2000
ARTIKEL WARTEN DAS
GANZE JAHR ÜBER AUF
IHREN EINSATZ. SCHNELL,
EFFEKTIV UND TERMIN-
GERECHT, DAS BRAUCHT
DER MARKT, DAS BIETET
I N S P I R I O N .

9



SÖNKE HINRICHS
INSPIRION

„QUALITÄT
UND PREIS,
DARIN
SIND WIR
SPITZE.“



ÜBER 200 MILLIONEN
WERBEARTIKEL VERKAUFT
ELASTO FORM JÄHRLICH.
DAMIT GEHÖRT DIE FIRMA
ZU DEN FÜHRENDEN WER-
BEMITTEL-LIEFERANTEN IN
EUROPA. KREATION, PRO-
DUKTION, VEREDELUNG
UND LOGISTIK SIND SEINE
STÄRKEN. DARAUS ER-
WACHSEN KOMPETENZ UND
ZUVERLÄSSIGKEIT.

1

0



MARCUS SPERBER
ELASTO FORM

„NACH DER
PSI HAT DAS
PARADIES
EINE VER-
LOCKUNG
MEHR: UN-
SER FIRST
PRODUKT.“



WEIHNACHTSWUNDERLAND PRODUKTE FÜRS FEST DER FESTE

Wieder einmal kommt Weihnachten früher als gedacht. Und da sich die Branche allmählich aufs Fest der Feste einstellt, wird es auch für uns höchste Zeit, in unserem „Weihnachtswunderland“ auf den folgenden Seiten zahlreiche fantasievolle Anregungen für werbe-festliche Gaben zu geben.

Dass Weihnachten nicht vom Weihnachtsmann erfunden wurde, daran sollte anlässlich dieses Festes und des damit einhergehenden, oft allzu schrillen Verkaufsrums immer mal wieder erinnert werden. Denn je mehr die Weihnachtszeit sich nähert, desto süßer tönen nicht etwa die Glocken, sondern umso lauter schallen die Kämpfe an der Konsumfront – ganz im Gegensatz zur eigentlichen Botschaft des Festes: dem „Friede auf Erden“. Die religiöse Wurzel als Feier der Geburt Jesu Christi gibt auch in einer zunehmend säkularisierten Welt den Anlass für willkommene Feiertage. So zelebrieren Christen und Nichtchristen Weihnachten heute meist als Familienfest mit gegenseitigem Beschenken. Dieser Brauch wurde von Martin Luther als Alternative zur vormaligen Geschenkssitte am Nikolaustag propagiert, um so das Interesse der Kinder auf Christus anstelle der Heiligenverehrung zu lenken. Ob nun mit religiösem Hintergrund oder ohne: Die Weihnachtsgaben zeigen die Wertschätzung des Gebers gegenüber dem Beschenkten. (Übrigens: Der Weihnachtsmann selbst ist keine Erfindung der Coca-Cola Company. Die Figur des rot-weiß gewandeten Rauschebartmanns existierte bereits im 19. Jahrhundert.)





DUFTE IDEE

Die Duftkerze Glow von Giving Europe ist das ideale Präsent zur Weihnachtszeit. Durch die geschlossene Verpackung und die Ummantelung der Metalldose wirkt die Kerze edel und wird zu einem echten Hingucker. Erhältlich ist sie in den drei weihnachtlichen Düften Vanille, Kaffee und Zimt. Durch die kleine Form eignet sich der Artikel auch besonders gut als Dekoration zur Weihnachtszeit. Die Werbeanbringung erfolgt auf dem Deckel mit Lasergravur.

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

UNWIDERSTEHLICHE VERSUCHUNGEN

Die kleinen, aber feinen Schokoladentäfelchen von Dreimeister aus erstklassiger Vollmilchschokolade zergehen auf der Zunge und werden schnell zu köstlichen Werbeträgern. Ob mit Städtmotiven, einem Logo oder ganz persönlichen Grüßen versehen – den Wünschen des Kunden sind keine Grenzen gesetzt. Die praktische Klarsichtbox mit 24 Täfelchen eignet sich auch ideal als Adventskalender.



44886 • DreiMeister Spezialitäten Hans Schröder GmbH & Co. KG • Tel +49 2922 87730
gondro@dreimeister.de • www.dreimeister.de

SÜSSER RUDI

Wenn man den Aussagen der Experten aus dem Hause Nestler-matho Glauben schenken darf, dann sollte der Artikel Süßer Rudi zum Renner des bevorstehenden Weihnachtsfestes werden. Dabei geht es um ein Weihnachtskörbchen, gefüllt mit

50 Gramm Qualitätstee mit dem klangvollen Namen Winterzauber und 80 Gramm feinem Christstollen. Die Lieferung erfolgt in transparenter Folienverpackung mit roter Schleife. Die Maße sind 12 x 16,5 x 17 Zentimeter, das Gewicht beträgt 258 Gramm. Eine Werbeanbringung wird per Etikett (92 x 52 Millimeter) auf den Trespaphanbeutel aufgeklebt.

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





RENTIERE FÜR VEGETARIER

Die drei festlichen Rentiere von MM Brown bestehen aus jeweils vier Elementen mit Vollmilch-, Zartbitter- und weißer Schokolade. Besonders zu Weihnachten sorgt das außergewöhnliche Produkt für viel Aufmerksamkeit, Überraschung und vor allem für einen einzigartigen Schokoladengenuss.

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

TROCKENE WÄRMFLASCHE

Das Weizen-Duftkissen von Multiflower mit einer Füllung aus Weizen und wohlriechenden Kräutern bietet vielfältige Verwendungsmöglichkeiten, zum Beispiel als „trockene“ Wärmflasche. Das Körnerkissen ist direkt zum Überreichen in einer schönen Geschenkbox verpackt. Bei der Werbeanbringung lässt sich ab 250 Stück zwischen dem Standardmotiv und einer individuellen Gestaltung wählen.

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



SCHÖN VERPACKT

Da es beim Verschenken auch um die Verpackung geht, präsentiert sich der neue Christmas-Special-Katalog 2013 von Inspirion optisch als Weihnachtspaket. Das Cover in knalligem Kaminrot ist mit Geschenkpapier und Schleifenband verziert. Diese Gestaltungselemente setzen sich auch auf den Innenseiten fort und vermitteln eine weihnachtliche Atmosphäre. Dagegen überzeugt die integrierte Picoworld Christmas Selection von Topico – am Ende des Kataloges – mit kühler Eleganz. Die weiße Winterwelt zeigt vereiste Naturstillleben in frischen Pastelltönen. Der Weihnachtskatalog im handlichen Format 21 x 26 Zentimeter macht Lust aufs Geschenke-Stöbern und lädt zum Weihnachtsshopping geradezu ein.

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

UMA®

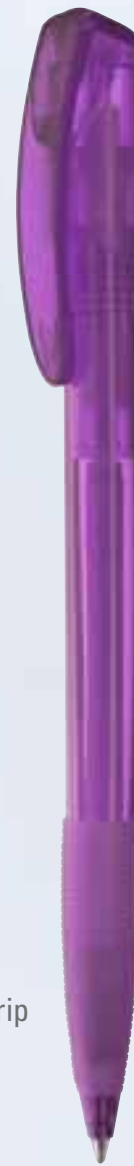
Die Handschrift
der Werbung



MATCH transp.
0-0078 T



MATCH grip
0-0079



MATCH grip
transp.
0-0079 T



www.uma-pen.com

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

Jetzt Muster anfordern unter <http://www.uma-pen.com/match> !



SANTA CLAUS IS SWIMMING TO TOWN

Die Quietschentchen von mbw haben sich für das bevorstehende Weihnachtsfest schön gemacht. Die Engelente beispielsweise wird in drei Farben (Weiß, Gelb und Blau) und zwei Größen (sechs und acht Zentimeter) angeboten. Die Santa-Ente mit Weihnachtssocke und Zuckerstange gibt es in der Abmessung von sechs Zentimetern. Exklusiv nur bei mbw erhältlich: die Weihnachts-Ente in zwei Größen (sechs und acht Zentimeter) und als Schlüsselanhänger (rund fünf Zentimeter). Dieses Modell unterliegt einem europaweiten Geschmacksmusterschutz. Alle Enten stammen aus einer BSCI-/ICTI-zertifizierten Fabrik. Selbstverständlich sind alle Vinylartikel phthalatfrei und werden gemäß der EN 71 produziert.

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

SCHÖN UND DELIKAT

Auch bei Magna sweets ist man schon wieder weihnachtlich gestimmt. Zu den Klassikern aus den vergangenen Jahren kommen dieses Jahr auch einige neue Leckereien mit unter den Weihnachtsbaum. Zum Beispiel wurde das Mandelsortiment mit delikaten Zimt-Macadamiamandeln erweitert. Das Weckglas und das Nostalgieglas aus dem Hauptsortiment gibt es jetzt mit speziellen Weihnachtsfüllungen. Ein echter Hingucker ist auch das Xmas Bag, eine trendige Papiertüte in zwei verschiedenen Farben und Größen, die mit Mandeln oder Lebkuchenspezialitäten gefüllt ist. Die Werbeanbringung erfolgt in Form eines Kartonreiters.

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



-Anzeige-

AUGEN WERDEN LEUCHTEN

Adventskalender haben eine lange Tradition – Grund genug für den Schraubwerkzeugspezialisten Wera, einen Adventskalender anzubieten, der 24 völlig kalorienfreie Artikel enthält: hochwertiges Profi-Werkzeug, das dem Hand- und Heimwerker – oder dem, der es mal werden will – zeigt, wie viel Spaß das Schrauben machen kann, wenn man echtes Profi-Werkzeug verwendet.



Die ungewöhnliche Idee richtet sich an alle, die schon lange vor Heiligabend ein besonderes Geschenk suchen. Auch für Werkstatt und Betrieb eignet sich der Wera-Adventskalender als festliche Einstimmung. Die Abmessung ist 56 x 45 Zentimeter.

48078 • Wera Werk
Tel +49 202 4045144
matuschek@wera.de • www.wera.de

BRUGO
A PERFECT DEGREE OF TASTE™



Fallen Sie auf!

Modernes Design
trifft
innovative Technik

BRUGO Thermobecher
mit Ihrem Logo

ThT Trend & Trade GmbH
Gutenbergring 67b
22648 Norderstedt
www.brugomug.de - kontakt@brugomug.de - +49 (0)40 23 53 26 77

Wera
Werkzeug aus Ideen



Wera. Werkzeug aus Ideen.

Viele Anregungen finden Sie in der Wera Werbeartikel-Broschüre

Aktion Herbst-Winter 2013/14.

Bitte bestellen Sie Ihr persönliches Exemplar telefonisch oder per E-Mail bei:

Wera Werk
Herr Adam Matuschek
Fon: 0202-4045-144
E-Mail: matuschek@wera.de

Stilvolle Trendsetter



Gute Produkte sichern Erfolge. Seit Jahrzehnten steht unser Name für hochwertige und innovative Qualitätsprodukte. Bei der Zusammenstellung Ihrer Kollektion beraten wir Sie gerne.

Art. 256410

Herbertz Einhandmesser mit Klinge aus Qualitätsstahl AISI 420 und Teilsägezahnung, Pakkaholzgriff mit Edelstahlrahmen und Gürtelclip. Ein stilvoller Begleiter mit einer Gesamtlänge von 17,9 cm.



Art. 107600

Herbertz Multitool mit Zange, acht weiteren praktischen Werkzeugen, Leichtmetallgriff mit edlen Pakkaholzeinlagen, ledernem Gürtelutui und Bits. Ein robuster und vielseitiger Begleiter in edler Optik.





WEIHNACHTEN MIT PFLEGEFFEKT

Die große Werbefläche auf der Klappkarte und die lange Nutzungsdauer des Lippenpflegestiftes von KHK Lipcare sind die entscheidenden Vorteile dieser Produktkombination. Als persönliche Pflegeprodukte werden Lippenpflegestifte von Männern und Frauen besonders in der kalten Jahreszeit gerne genutzt. Dabei steht der individuelle Aufdruck häufig im Fokus. Für noch mehr Aufmerksamkeit und viel Platz für Werbeaussagen sorgt die Lipcare Greeting Card. Mit 4c-Offsetdruck kann diese passend zur Jahreszeit auch als Weihnachtskarte eingesetzt werden. Alle Lippenpflegeprodukte von KHK sind von höchster Qualität und unterliegen strengen Prüfungen, unter anderem durch das Institut Fresenius. Sechs verschiedene Rezepturen stehen zur Verfügung, individuelle (Weihnachts-)Aromen gibt es auf Anfrage.

46131 • KHK GmbH • Tel +49 221 9854730
 info@lipcare.de • www.lipcare.de

MESSBARE WERBUNG IM ADVENT

Auf den ersten Blick „nur“ eine robuste Einkaufstasche – auf den zweiten Blick ein Werbemittel mit schlauem Konzept. Wie sich praktischer Nutzen einer Tragetasche aus Papier mit einer gezielten Verkaufsförderung für das Weihnachtsgeschäft verbinden lässt, beweist Bags by Riedle mit seiner Adventskalender-Tasche. Ausgestattet ist das hochwertige Produkt mit 24 Adventskalendertürchen. Nach dem Öffnen verbergen sich dahinter abtrennbare Wert-Coupons wie Gutscheine oder Ermäßigungen. Möglich sind aber auch Gewinnspiele aller Art. Die Gestaltung erfolgt individuell und anlassbezogen. Werbung wird so messbar durch die Einlösung der Wertcoupons. Die Adventskalender-Tasche empfiehlt sich nicht nur als Weihnachtspromotion für ein werbetreibendes Unternehmen, sondern ebenso als Gemeinschaftspromotion für Werbegemeinschaften.

45202 • Bags By Riedle • Tel +49 7139 9315200
 info@riedle.de • www.riedle.de



KONZENTRIERTE NATUR

Die Trockenfrüchte von Plantanas sind ein wahrer Genuss für alle, die sich bewusst ernähren und fit bleiben wollen. Pflaumen aus Kalifornien, Apfelringen aus Südtirol, Bananenstücken aus Südamerika oder Datteln aus Nordafrika – die Packungen bieten Delikatessen aus den besten Anbaugebieten der Erde in Tafelqualität. Dadurch, dass sie auf dem höchsten Reifegrad geerntet und sofort getrocknet werden, bleiben sowohl Vitamine und Mineralien als auch Duft und Geschmack in vollem Umfang erhalten. Erhältlich in vielen verschiedenen Verpackungen, zum Beispiel Dosen, Glanzbeutel, Polybeuteln oder Karton. Alle Verpackungen können nach Wünschen des Kunden gestaltet werden.

47992 • Plantanas Group GmbH • Tel +49 7306 926230
 info@plantanas.de • www.werben-mit-tee.de



EFFEKTIVE UND NÜTZLICHE WERBEPRODUKTE, DIE ZEIGEN, DASS SIE NACHHALTIGKEIT UND SOZIALE VERANTWORTUNG ERNST NEHMEN



MADE IN
THE EU

**Tissue-Boxen, Tissue-Packs und Servietten erhältlich
mit entweder FSC®- oder PEFC™-Zertifikation.**

Die Garantie für Produkte aus nachhaltiger Forstwirtschaft, wo neue
Bäume zum Schutz und Erhalt der Umwelt angepflanzt werden.

Consuma-IssueTissue b.v.
Laan van Meerdervoort 21A
NL-2517 AC The Hague
The Netherlands

Tel.: +31 70 363 09 18
Fax: +31 70 360 55 70
info@issuetissue.com
www.issuetissue.com



ÜBERRASCHEND ANDERS

Mit ihrer neuen Veredelungsart Velvety sorgt die Firma Mahlwerck für Überraschungen: Das als hart und hochglänzend bekannte Porzellan kann nun zum samtig-weichen Handschmeichler werden. Dieses Porzellan fühlt sich unbeschreiblich weich und griffig an, dennoch gleiten die Finger ohne jeden Widerstand sanft darüber. Mit Velvety erhalten Tassen und Becher ein ungeheuer attraktives mattes Aussehen. Somit wird auch eine schlichte weiße Tasse ästhetisch aufgewertet. Zur Veredelung bieten sich zahlreiche Verfahren an, zum Beispiel Logogravuren oder Bedruckung.

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



-Anzeige-

PSI
2014
8th – 10th JANUARY
DÜSSELDORF
STYLE
YOUR
BUSINESS
MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

FORMVOLLENDETES FEST

Bei ADV PAX Lutec laufen die Vorbereitungen auf das Weihnachtsfest 2013 auf vollen Touren. So wurde das Programm um drei neue Formen in ansprechendem Design erweitert. Für leckere, selbstgebackene Plätzchen und andere Naschereien gibt es nun ein Lebkuchenhaus mit Eindruckdeckel (180 x 120 x 58 Millimeter). Die Dose im 4-c-Offsetdruck-Design vermittelt ein weihnachtliches Gefühl, macht Freude und ist ein Muss für alle, die Süßes lieben. Auch der neue Stern im Weihnachtsdesign passt perfekt ins Programm und ist mit dem großen Lebkuchenherz plus Weihnachtsgruß auf dem Stülpedeckel ein echter Hingucker. Speziell für die Weihnachtszeit gibt es auch eine große Scharnierdeckeldose im Ritterdesign (310 x 232 x 132 Millimeter). Alle weihnachtlichen Dosen sind bereits in kleinen Stückzahlen und zu attraktiven Preisen im Online-Shop zu haben.

46850 • ADV PAX Lutec Vertriebs GmbH • Tel +49 7123 380070
 info@adv-pax.de • www.adv-pax.de



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



CHRIST-BAUMELNDE BOTSCHAFTEN

Mit den neuen Christbaumkugeln von Der Zuckerbäcker bekommt der Weihnachtsbaum dieses Jahr eine besonders individuelle Note im Corporate Design des werbenden Unternehmens. Die acht Zentimeter großen Kugeln werden ganz individuell bedruckt und sind so der ultimative Eyecatcher für die Weihnachtszeit. Das Besondere: In ihrem Inneren befindet sich eine süße Füllung mit 36 Gramm Fruchtgummibäumchen. Der Aufdruck eines Werbelogos auf dem Beutelchen rundet das Gesamtbild ab. Hat sich der leckere Inhalt des Baumschmucks in der Firma erst herumgesprochen, wird man den Tag des Baumplünderns nicht abwarten können.

48449 • Der Zuckerbäcker GmbH • Tel +49 7131 8996146
corinna@der-zuckerbaecker.de • www.derzuckerbaecker.de

TEEGENUSS ALLEIN ODER ZU ZWEIT

Für geschmackvollen Tee genuss sorgt eine besondere Innovation von Sanders: Das Premium-Geschenk-Set BIO Tee-Sticksals mit mundgeblasenem Thermoglas und Untertasse gibt es sowohl einzeln als auch im Doppelset mit zwei Teegläsern. Das doppelwandige Thermoglas lässt den Tee während der Zieh- und Genussdauer nicht erkalten und macht mit seiner außergewöhnlichen Optik Eindruck. Der Tee scheint im Glas zu schweben. Dazu geliefert wird eine passende Glasuntertasse. standardmäßig werden die TeaSets mit einem Einleger im Premium Selection Design geliefert. Auf Wunsch kann dieser Einleger auch komplett individualisiert werden. Die neun Tee-Mischungen der BIO Tea Sticks sowie alle anderen Zutaten kommen aus kontrolliert biologischem Anbau.

46551 • Sanders Imagetools GmbH & Co. KG • Tel +49 9401 607980
welcome@imagetools.com • www.imagetools.com



DA FREUT SICH JEDER BARISTA

Einen neuen Thermobecher aus der Erfolgskollektion Aroma von koziol stellt das Unternehmen jetzt vor: So schön wie das Original, so praktisch wie nie, heißt es dazu und in der Tat, die unzerbrechliche Version des beliebten Coffee to go hat Potenzial zum Must-have. Dank flexiblem Verschlussring sitzt der Deckel wie angegossen auf der Tasse und ermöglicht vollen Trinkgenuss. Der handschmeichelnde Becher aus isolierendem Material bringt guten Stil und noch bessere Laune in verschiedenen Farbvarianten auf die Straße. Der freundliche Barista um die Ecke wird sich über ein weiteres Lächeln am Morgen freuen.

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

Bildkalender Glanzfolienkaschierung Terminkalender

Großformatdruck Pantone Fotografie **Wir drucken** Heißfolienprägung Design Tampondruck

Werbetechnik **Ihre Kalender.** Pop-Up Werbepläne

Außenwerbung Banner Displaysystem **Werbemittel aus Papier**

Sonderkalender Wire-O-Bindung
Microperforation Fälzelverarbeitung



ECKENFELDER!
Kalender und mehr...

www.eckenfelder.de

NOCH 113 TAGE!

Jetzt mit Ideen für jedes Budget
Weihnachtsumsatz sichern.



HAPPY PEN

Macht nicht nur den Heimwerker
happy: Überraschend, gut und
günstig.

Schnell die Weihnachtslaune
hochdrehen.

ORBIT

Der Designklassiker ist zurück.
Patentiert und prämiert. In fünf
Farben. Ein Klassiker unterm
Weihnachtsbaum.

Made in Germany mit Patent für
einen guten Preis.



COLOURYOURWORK

Die Super-Bitbox für Anspruchs-
volle. Wenn die Freude dauer-
haft und groß sein soll, 32 mal
Profi-Qualität verschenken. Für
gute Kunden, super Leistungen
und echte Kerle.

selter
wirkt ...

Gustav Selter GmbH & Co. KG
Hauptstraße 2-6 • 58762 Altena/Germany
Tel.: +49 (0)2352 9781-0 • Fax: +49 (0)2352 75571
E-Mail: zentrale@selter.com • Internet: www.selter.com



NUSSIGE SNACKS FESTLICH VERPACKT

Die Firma wellnuss ist für die Weihnachtskampagne bestens gerüstet. In einem winterlich bedruckten Baumwollsäckchen warten zwei der insgesamt 14 wellnuss-Premium-Snacks darauf, verschenkt zu werden. Ab einer Auflage von 100 Stück können Kunden auf dem rein weißen Baumwollsäckchen das Bildmotiv individuell gestalten: Firmenlogo, Glückwunsch-Schriftzug oder Bildmotiv – in bis zu vier Druckfarben. Das geschmackvolle Snack-Duo kann individuell zusammengestellt werden, ob als würzige Nuss-, saftige Trockenfrucht- oder verführerische Schokoladen-Komposition. Wer lieber auf „harte Währung“ setzt: Natürlich bietet wellnuss auch weiterhin die edlen Birkenholz-Präsentboxen mit zwei, vier oder acht wellnuss-Premium-Snacks an.

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

kontakt@wellnuss.de • www.wellnuss.de

ZEIGT HER EURE SCHUH'

Das Produkt mit der klangvollen Bezeichnung Traditional Shoe Care Equipment der Firma Frank Bürsten GmbH bietet zum einen den Nutzen einer hochwertigen Schuhpflegebox und zum anderen das edle Aussehen eines Geschenksets speziell für die Weihnachtszeit. Der exquisite Inhalt und die mit schwarzem Schmuckpapier kaschierte Box machen diesen Werbeartikel zu etwas Besonderem. Neben je zwei Glanz- und Cremebürsten mit feinstem Rosshaar finden sich darin zwei Glastiegel mit Schuhcreme von höchster Qualität. Ein Polierruch aus Baumwolle und eine ausführliche Pflegeanleitung vervollständigen das Set. Um dem Werbegeschenk eine persönliche Note zu verleihen, bedruckt es die Frank Bürsten GmbH gern mit den individuellen Wünschen des Kunden.

41853 • Frank Bürsten GmbH • Tel +49 7673 888650

info@frank-brushes.de • www.frank-brushes.de



ES GRÜNT NICHT NUR ZUR ARBEITSZEIT

Graue Büroschreibtische werden mit einer pffigen Idee aus dem Hause Der Zuckerbäcker zur Weihnachtswunderwelt. Ein 21 Zentimeter hohes Kartonbäumchen wird komplett nach Kundenwunsch bedruckt und ist ein besonderer Hingucker für die Festzeit. Um die Vorweihnachtsstunden zu versüßen, befindet sich im Inneren des Bäumchens ein besonderes Geschenk: eine handverlesene Mischung aus bunten Markensüßigkeiten. Ein Brauselutscher bildet die Kugel auf dem Bäumchen. Ob auf dem Bürotisch oder auf der weihnachtlich gedeckten Tafel – das kleine Bäumchen bereitet Freude und ist eine sympathische Überraschung im eigenen Design.

48449 • Der Zuckerbäcker GmbH • Tel +49 7131 8996146

corinna@der-zuckerbaecker.de • www.derzuckerbaecker.de





LIPCARE BY KHK

BESTSELLER ZUM JAHRESENDE DIREKT VOM HERSTELLER IN DEUTSCHLAND

LIPCARE ORIGINAL



SANISTICK



LIPCARE DOMING



POCKETLOTION HAND



Eigene Abfüllung
in Deutschland

Vertrauen Sie nur auf
geprüfte Pflege-
produkte



Produktion nach
Kosmetik GMP

Garantiert nach neuer
Kosmetikverordnung
2013



Persönliche
Werbeartikel für
Männer und Frauen

Lange, ganzjährige
Nutzung

Fordern Sie unseren aktuellen Katalog an:

Hier finden Sie unseren neuen Weihnachtsflyer: www.lipcare.de/news

KHK GmbH
Ringstr. 9-11
D-50996 Köln

Tel. +49 (0) 221 / 985473-0
Fax +49 (0) 221 / 985473-10
e-Mail: sales@lipcare.de



Nr. 260456



Nr. 260456



Nr. 46131



Nr. 102/06



LOGOMATTEN LOGOMATS



Hörsteler Interior Design GmbH

Münsterstraße 2 | 48477 Hörstel

Tel.: +49 (0) 54 54/93 439-0 | Fax: +49 (0) 54 54/93 439-30

Internet: www.hoersteler.de | email: jt.luecke@hoersteler.de



BROTZEIT UND MEHR

Eigentlich ist das Box-Modell „Auf der Pirsch“ von Troika viel mehr als nur eine Lunchbox. Der pfiffige Behälter im Emma-Magoon-Design besteht aus Aluminium und wird durch zwei stabile Bügelverschlüsse dichtgemacht. Das farbige Hirschmotiv auf dem Deckel hebt die Box aus dem bekannten Allerlei ähnlicher Frühstücksboxen hervor und weckt Neugier. Seit 30 Jahren gehört die Lunchbox zu einer zünftigen Brotzeit dazu. Es passt viel hinein und dank dem erwähnten Bügelverschluss lässt sie sich im Nu öffnen und schließen. Kenner verwenden sie auch für Werkzeuge, Kleingeld, Schrauben, Nähutensilien und Ähnliches.

46311 • Troika Germany GmbH • Tel +49 2662 95110

a.bauer@troika.de • www.troika.org

ES SCHNEIT

Schüttle mich! Die sympathische Schneekugel namens Hudiksvall scheint geradezu dazu aufzufordern und niemand kann dem goldigen Schneemann widerstehen. Mit dieser bezaubernden Winterüberraschung (Material Polyresin) kann man jedem Kunden eine kleine Freude machen. Die Werbung bringt der Lieferant – die Easy Gifts GmbH – mittels eines Aufklebers auf der Einzelverpackung an.

47300 • Easy Gifts GmbH • Tel +49 911 81781111

info@easygifts.de • www.easygifts.de





EIN BÄR ZUM WÄRMEN

Das nach Aussage des Lieferanten Lehoff weltweit erste Wärme-Stofftier weist eine Doppelfunktionalität auf, die es innovativ und speziell für Kinder so attraktiv macht: tagsüber als liebevoller Spielkamerad und Kuscheltier, abends als gemütlicher Wärmespender und ideale Einschlafhilfe. Auch bei Muskelverspannungen, Gelenk- oder Bauchschmerzen leistet der kuschelige Kamerad den „großen Kindern“ gute Dienste. Die Energie bekommt das Wärme-Stofftier aus der Mikrowelle, wobei es nach jeder Anwendung stets pilz- und keimfrei ist. Die Artikel sind etwa 30 Zentimeter groß und besitzen ein samtig weiches Fell. Die Füllung besteht aus Hirsekörnern und Lavendelblüten.

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



FLAUSCHIGE ÜBERRASCHUNGEN

Schenken ist auch Werben, wobei oft schon die schöne Geste zählt und das Produkt selbst gar nicht extra veredelt werden muss. Ob Jubiläum, Weltmeisterschaft oder Weihnachtsfest – die passende Verpackung setzt den richtigen i-(dentitäts-)Punkt und unterstreicht die Hochwertigkeit des Geschenks. Zur Verpackung von exquisitem Floringo-Frottier bietet der Hersteller die Varianten Geschenkkarton, Bonbon oder Banderole an. Alle drei Varianten sind nicht nur attraktiv, sondern haben auch viel Praktisches gemeinsam: Sie eignen sich für alle Größen, für jede Menge ab 10 Stück und sind ideal für Schnellschüsse.

44389 • Floringo GmbH • Tel +49 8847 69070
info@floringo.de • www.floringo.de



LOVE
BAVARIA!



GUT TEMPERIERT

Das persönliche GlasThermos von Kolb für unterwegs isoliert doppelwandig und hat einen wasserdichten Schraubverschluss. Sein herausnehmbares Lochsieb (Strainer) hält asiatische Teeblätter und Eiswürfel zurück, wenn man aus dem Glas trinkt oder einen Beach-Cocktail darin schüttelt. Das handliche GlasThermos ist ein Leichtgewicht und hat die richtige City-Größe für Hand-, Herren-, Computer- und Sporttaschen. Ob im Büro oder unterwegs: Man ist jederzeit mit Wasser, Kaffee oder anderen Getränken versorgt, die sich problemlos in der City nachfüllen lassen. Das StrainerThermosGlas ist bis 55 Grad Celsius spülmaschinenfest und kann bereits ab 200 Stück mit einem Logo bedruckt werden. Die Lieferung erfolgt in wertiger Standard-Einzelverpackung.

44062 • Kolb Import & Export • Tel +49 40 2500048

kolb-imex@web.de • www.kolb-imex-global.com

BRENNENDE SCHNEEFLOCKE

Nichts ist romantischer als winterlicher Kerzenschein! Und wer seine Kunden in winterliche Stimmung versetzen will, wird das mit dem wunderschönen Metall-Teelichthalter namens Istra mit Sicherheit erreichen. Der Artikel, zu finden im Sortiment der Easy Gifts GmbH, präsentiert sich in Schneeflockenform. Eine Werbung bringt der Lieferant mittels Lasergravur vorne mittig an. Ein Teelicht ist im Lieferumfang bereits enthalten. Die Lieferung wird einzeln verpackt im Karton vorgenommen.

47300 • Easy Gifts GmbH • Tel +49 911 81781111

info@easygifts.de • www.easygifts.de



PORZELLAN GANZ PERSÖNLICH

Für den Empfänger wird eine Aufmerksamkeit immer dann zu etwas ganz Besonderem, wenn er seinen Namen auf dem Geschenk findet. Doch nicht für jeden Anlass werden gleich die geforderten großen Auflagen benötigt und schließlich erwartet der Empfänger auch Individualität. Genau für diese Anwendung hat Mahlwerck Porzellan eine spezielle Weihnachtsedition mit den Bestsellern Coffee2Go, Snack2Go und Softpad Mug vorbereitet. Obwohl diese Becher aus hochwertigem Qualitätsporzellan schon allein für sich sprechen, fallen sie durch die kreativ ansprechenden Motive noch mehr auf. Auf dem spülmaschinenfesten Dekor lassen sich zusätzlich ab 60 Stück Auflage die Namen der Beschenkten oder das Firmenlogo aufbringen. Personalisierung bedeutet hier: 60 Namen auf 60 Bechern als Innendekor in Handschrift oder als Gravur außen auf dem Motiv.

44833 • Mahlwerck Porzellan GmbH • Tel +49 8031 274724

martin.hauer@mahlwerck.de • www.mahlwerck.de





Stickaktion Preise



Schal Art.1885

Inklusive:

Stick 10 x 5 cm
Stickkarte

150 x 30 cm
280 gr/m2
antipilling Fleece



50 st.	3.15 € p.St.
100 st.	2.85 € p.St.
250 st.	2.59 € p.St.
500 st.	2.49 € p.St.
1000 st.	2.39 € p.St.



Mütze Art.1874

Inklusive

Stick 10 x 4 cm
Stickkarte

280 gr/m2
antipilling Fleece

50 st.	2.89 € p.St.
100 st.	2.19 € p.St.
250 st.	1.89 € p.St.
500 st.	1.79 € p.St.
1000 st.	1.69 € p.St.



Schal Art.1484

Inklusive:

Stick 10 x 5 cm
Stickkarte

140 x 20 cm
Acrylschal



50 st.	3.19 € p.St.
100 st.	2.89 € p.St.
250 st.	2.63 € p.St.
500 st.	2.53 € p.St.
1000 st.	2.43 € p.St.



Mütze Art.1450

Inklusive

Stick 10 x 4 cm
Stickkarte

Acrylmütze

50 st.	2.89 € p.St.
100 st.	2.19 € p.St.
250 st.	1.89 € p.St.
500 st.	1.79 € p.St.
1000 st.	1.69 € p.St.



Druckaktion Preise

Handschuhe Art.1868

Inklusive:

1Fb Druck
max 2.5 x 2 cm
Auf beiden Labeln
der Handschuhe

Touch Screen Gloves
aus Acryl mit Label



100 st.	1.48 € p.St.
250 st.	1.42 € p.St.
500 st.	1.39 € p.St.
1000 st.	1.32 € p.St.

Vorkosten 19.50€



Mütze Art.1455

Inklusive

1Fb Druck auf Label
max 2.5 x 6 cm

Acrylmütze mit Label

100 st.	1.05 € p.St.
250 st.	1.02 € p.St.
500 st.	1.00 € p.St.
1000 st.	0.96 € p.St.

Vorkosten 19.50€





PERFEKT KREDENZT

Eine bewundernswerte neue XD-Kollektion an Weingefäßen, die das Weintrinken noch genussreicher machen als jemals zuvor, hat Xindao entworfen. Ein Meisterwerk auf dem Tisch ist zum Beispiel die Aerato-Rotweinkaraffe. Der Belüfter aus rostfreiem Edelstahl kreiert ein volleres Bouquet, verbesserten Geschmack und sorgt so für einen intensiveren Abgang des Lieblingsweins. Nachdem der Wein in die Glaskaraffe gegossen wurde, kann der Aerator mit einem Stöpsel aus Bambus verschlossen werden. Das ist auch bei der Weißweinkaraffe Gliss der Fall, die den Weißweingenuss noch eleganter macht. Der Behälter aus Edelstahl kann mit selbstgemachten Eiswürfeln gefüllt werden, womit der Wein schnell gekühlt wird. Und zur Abrundung der Kollektion gibt es die (Glaskaraffe mit Licht) Lumm, die für Wasser gedacht ist. Alle Karaffen sind bestens als edles Weihnachtsgeschenk geeignet.

42771 • Xindao B.V. • Tel +31 70 3199900

h.vanhouten@xindao.nl • www.xindao.nl

SMARTE LÖSUNG

Smartphones haben sich längst zum ständigen Begleiter im Alltag entwickelt. Sie kommen auch bei diversen Outdoor-Aktivitäten wie Skaten oder Radfahren oder einfach beim Sightseeing zum Einsatz, sollten dann aber sicher in der Hand liegen. Durch die anpassungsfähige 360-Grad-Winkeleinstellung des sogenannten Finger Holder Stand von Technotrade lässt sich jedes Smartphone praktisch abstellen und ist somit als Media Player oder Wecker beispielsweise auf dem Nachttisch nutzbar. Als Material wurde robustes Polycarbonat eingesetzt, wodurch die Befestigung am Gerät und das Wiederlösen ein Kinderspiel ist. Durch die Silikon-Gel-Einlage ist das nützliche Assesoire beliebig oft verwendbar.

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

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



GENUSS IN DER GOLDBOX

Für jeden Geschmack bietet die Goldbox von Kellermeister Manns eine weihnachtliche Köstlichkeit. Die dekorative Box aus Stahlblech in weihnachtlichem Gold-Design birgt als süße Überraschung je einen 50-Gramm-Beutel köstlicher Nusssterne mit Zimt und einen leckeren Schoko-Weihnachtsmann mit 25 Gramm Gewicht. Als mögliche Werbeanbringungen bietet der Hersteller eine Banderole oder ein Etikett in 4c-Bedruckung, einfarbigem Tampondruck, mit einer Laser-Gravur oder alternativ einem vierfarbig bedruckten Anhänger an.

45384 • Kellermeister Manns GmbH • Tel +49 2045 960477

info@kellermeister-manns.de • www.kellermeister-manns.de

SCHOKOLADEN - MÜNZEN

- als Standard-Euro-Artikel oder als
Spezialanfertigung für die Werbung
- für jeden Anlass der passende Werbeträger



Holland Gebäck GmbH u. Co. KG

Robert-Bosch-Straße 14

41844 Wegberg

Telefon 0049 - 2431 - 5094

Telefax 0049 - 2431 - 72765

www.stereo-holland-gebaeck.de



NEUES LEBEN FÜR DEN LEGO-TEMPEL

Erwecke mit Lego den Tempel des Lichts zum Leben! – Das ist die Botschaft, die Bonus2U mit seinem aktuellen Angebot Ninjaboys – Tempel des Lichts von Lego vermittelt. Der entscheidende Kampf um das Land von Ninjaboys hat begonnen. Gemeinsam mit Sensei Wu und dem goldenen Ninja Lloyd geht es tief in den Tempel des Lichtes. Vorbei an Lord Garmadon und seinen Handlangern bringen die Akteure im Herzen des Tempels die Schwerter der vier Elemente in Position. Sie springen in das Cockpit des goldenen Roboters und kämpfen für die Freiheit von Ninjaboys.

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

DIESE GESCHENKSETS TREFFEN IMMER

Gerade zu Weihnachten sind Präsent-Sets von Eurostyle gern gesehen. Das Notizblocketui inklusive Stift aus der Serie Alba ist ein Beispiel des perfekten Werbemittels für jede Zielgruppe. Aus der gleichen Serie bietet das Unternehmen ein Set aus Kugelschreiber und Visitenkartenetui in den Farben Rot und Schwarz aus lederähnlichem Material an. Wer ein Set aus Leder sucht, wird in der Eurostyle-Kollektion ebenfalls fündig. Geldscheintaschen und Kombibörsen kombiniert mit Gürtel, Schlüsselsetui, Visitenkartenetui oder Schlüsselanhänger sind nicht nur ideale Werbeträger, sondern auch optisch ansprechend und funktional perfekt. Gerne werden auch Sets nach Kundenwunsch zusammengestellt. Natürlich können alle Produkte individuell veredelt werden. Zur Verfügung stehen die Prägung oder eine Lasergravur.

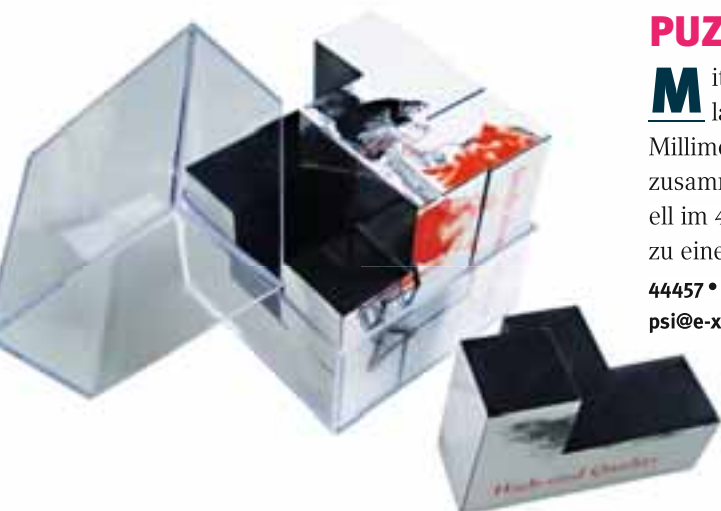
41857 • Eurostyle – Emil Kreher GmbH & Co. KG • Tel +49 921 789520
info@eurostyle.eu • www.eurostyle.eu



PUZZELN HOCH DREI

Mit dem Puzzle Cube aus Kunststoff von e!xact wird es niemals langweilig. Der schwarze Würfel mit einer Kantenlänge von 57 Millimetern besteht aus sechs Einzelteilen, die wieder zu einem Würfel zusammengesetzt werden müssen. Alle sechs Seiten lassen sich individuell im 4c-Offsetdruck mit Fotoqualität bedrucken. Damit wird das Produkt zu einem tollen Werbemittel für jede Altersgruppe.

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





KARLOWSKY®

CORPORATE WEAR FÜR GASTRONOMIE . HOTELLERIE UND KLINIKEN



PERFEKT FÜR JEDEN ANLASS

INDIVIDUELLE BERUFSMODE FÜR MESSEN, EVENTS U.V.M.

TISCH-
MÜSSEN INKL.
DRUCK
UNFARBIG WEISS



KISSEN
INKL.
DRUCK
UNFARBIG WEISS

LATZSCHÜRZEN
BISTROSCHÜRZEN
KOCHJACKEN
TISCHDECKEN
U.V.M.



HAND-
SERVIETTEN INKL.
DRUCK
UNFARBIG WEISS

PERFEKT
GEEIGNET FÜR
MESSEN, EVENTS,
PROMOTION ODER
ALS GESCHENK



KOCH-
JACKEN INKL.
STICK
UNFARBIG WEISS



KOCH-
MÜTZEN INKL.
DRUCK
UNFARBIG WEISS

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

[facebook.com/karlowiskyfashion](https://www.facebook.com/karlowiskyfashion)

WIR HABEN DIE BERUFSMODE FÜR IHR PROJEKT! KURZE LIEFERZEIT, KLEINSTMENGEN, VEREDELUNGEN ODER INDIVIDUELLE PRODUKTION. WIR SIND IHR STARKER PARTNER.



WAS GLITZERT DENN DA?

Ein Bäumchen ist ein traditioneller Schmuck für die Advents- und Weihnachtszeit und sollte daher nirgendwo fehlen. Bei Multiflower gibt es ein solches Accessoire, das sich leicht auf die Fensterbank oder den Schreibtisch stellen lässt, wo seine Sternchen dann im Lichtschein glitzern. Ein Werbegeschenk, das lange Freude bereitet. Es kann als Warensendung (Päckchen) in der Einzelversandkartonage auf dem Postweg versendet oder direkt übergeben werden. Ein Schubler mit einer individuellen Bedruckung ist separat erhältlich.

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



FRÖHLICHE BOTSCHAFTER

Kleine, sympathische Botschafter in der Vorweihnachtszeit, wie die Schlüsselanhänger von Pruner, stimmen den Kunden auf die Adventszeit ein und sind nette Erinnerungen oder ein Dankeschön für die erwiesene Treue. Dabei bringen die Anhänger mehr Sicherheit für die dunklere Jahreszeit, denn sie besitzen ein integriertes LED-Licht, mit dem kein Weg im Dunkeln bleibt. Pfiffig auch der Anhänger mit Melodie. Ob Jingle Bells oder eine ganz persönliche Lieblingsmelodie – auf Knopfdruck spielt die Musik. Ein Layoutvorschlag erstellt Pruner bei Zusendung eines Fotos mit dem gewünschten Motiv. Die Mindestbestellmenge beträgt 500 Stück.

42634 • Pruner Werbemittel • Tel +49 7644 1063
pruner-werbemittel@t-online.de • www.pruner-werbemittel.de

SO EINFACH WIE PLÄTZCHEN BACKEN

Wer fleißig an einem erfolgreichen Weihnachtsgeschäft „backen“ möchte, sollte rechtzeitig im Sortiment von emotion factory nachsehen. Denn mit den Backförmchen-Sets in edlen Weißblechdosen findet sich hier ein Geschenk, mit dem in der Adventszeit stilvolle Anreize für eine Werbung gegeben werden. Die Dosen sind als Zweier- oder Vierer-Set erhältlich und mit individuellem Einleger oder vierfarbigem Digitaldruck lieferbar. Backförmchen in den Konturen Engel, Schneemann, Stern und Baum können dabei als Inhalte kombiniert werden und animieren die Empfänger gleich dazu, die weihnachtliche Back-Küche zu eröffnen. Die Mindestbestellmenge beträgt 250 Stück.

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





HERKA ^{frottier}

DRUCK, EINWEBUNG oder STICK
 10% Preisnachlass auf BIO Ware: GOTS + IVN BEST zertifiziert
 Weiß oder Hoch/Tief Uni ab 1000HT, 500DT, 300BT



HERKA GmbH
 Herkaweg 1
 3851 Kautzen
 Tel.: +43 2864 2317
 oder 2219
 sales@herka-frottier.at
 www.herka-frottier.at



CHRISTMAS

IS COMING!



ARE YOU
READY?



CHECK OUT OUR CHRISTMAS OFFER.
 MORE THAN 60 PRODUCTS.

SŁODKIE  UPOMINKI

KOSMOS B2B Shop

Werben mit Spielen –
spielend werben

Ich könnte Ihr
Spiel sein!



In unserem B2B Shop warten viele unserer Spiele, Puzzles und Bücher auf Sie! Wir produzieren nach Ihren Wünschen komplett individualisiert oder mit Ihrem Firmenlogo!

Für jede Erstbestellung erhalten Sie ein attraktives Überraschungsgeschenk – solange der Vorrat reicht!



Bücher



Experimentierkästen



Puzzles



Spiele

Weitere Informationen finden Sie unter: kosmos.de/b2b

KOSMOS



IN EDLEM WEISS

Mit dem doppelwandigen Edelstahl-Thermobecher von Esbit – edel beschichtet in Polarweiß – kann der Tag gut starten. Einfach Tee oder Kaffee einfüllen und das Getränk ganz bequem unterwegs heiß genießen. Natürlich auch ideal, um kalte Getränke länger kühl zu halten. Die Trinköffnung im Deckel ist per Druckknopf zu öffnen beziehungsweise zu schließen und verhindert, dass etwas daneben geht. Das Fassungsvermögen beträgt ungefähr 375 Milliliter. Der Esbit-Thermobecher macht nicht nur unter dem Weihnachtsbaum eine gute Figur.

48003 • Esbit Compagnie GmbH • Tel +49 40 85310631
esbit@esbit-marketingtools.de
www.esbit-marketingtools.de

ENDLICH PÜNKTLICHE ZÜGE

Die Miniatur-Eisenbahnen des traditionsreichen Herstellers Piko bringen zu jeder Zeit viel Freude ins Haus. Hierfür bietet Piko in verschiedenen Ausführungen attraktive Einsteigersets an, die für große und kleine Eisenbahner besonders zu einem stimmungsvollen Weihnachtsfest gehören. Die Geschenkboxen sind komplett spielfertig mit einer starken Lokomotive und mehreren detailgetreuen Waggons ausgestattet. Die beiliegenden Gleise sowie Netzteil und Trafo komplettieren die schönen Sets. Außerdem bieten die individuellen Gestaltungsmöglichkeiten auf den Modellen eine langanhaltende Werbewirkung für Unternehmen. Später können dann beliebig viele Modelle oder Artikel aus dem umfangreichen Piko-Zubehör ergänzt werden.

45291 • Piko Spielwaren GmbH • Tel +49 3675 897228
promotionn@piko.de • www.piko.de





ELCHTEST MIT THORE

Bei sigikid kann man jetzt den ultimativen Elchtest machen. Hierfür stellt sich Thore zur Verfügung. Man stelle sich vor: klirrende Kälte, knisterndes Kaminfeuer, Tannengrün und knusprige Plätzchen. Sollen doch die anderen über den Stress vor Weihnachten schimpfen, für Thore Tannenzweig könnte immer Adventszeit sein. Am Heiligen Abend geboren, haben ihn Kerzenschein und Tannenduft für immer in den Bann gezogen. Im zarten Alter von fünf Jahren gewann Thore ein Strohsternewettbasteln im schwedischen Uppsala, heute betreibt er überaus erfolgreich einen Onlineshop für typisch schwedische Pfeffernüsse. Thore präsentiert sich in einem Mix verschiedener Stoffe: Cord, Wollstoff, Synthetik und Plüsch. Den Elch gibt es klein (20 Zentimeter) und groß (47 Zentimeter). Die Werbeanbringung erfolgt auf dem Halstuch.

48311 • sigikid • Tel +49 9201 70129

anja.deroni@sigikid.de • www.sigikid.com



SÜSSES AUS DER WEIHNACHTSWERKSTATT

Die Süßwarenspezialisten von Magna sweets haben sich schon in die Weihnachtswerkstatt zurückgezogen und präsentieren eine ganze Reihe leckerer Innovationen. Zu den zahlreichen bekannten Lebkuchenspezialitäten und Zimt-Mandeln gesellen sich dieses Jahr neue Zimt-Macadamia-Nüsse, die einzeln im Flowpack oder zu rund zwölf Gramm im Werbetütchen verpackt und individuell bedruckt lieferbar sind. Das Mini-Weckglas gibt es zu Weihnachten mit Weihnachtsfruchtgummi oder Zimt-Mandeln gefüllt. Neu im Programm ist das Christmas Paperback Mini oder Maxi. Der Standbodenbeutel aus Papier, der mit einer Auswahl an leckeren Füllungen bestellt werden kann, ist mit einem individuell gestaltbaren Kartonreiter zugenäht.

41617 • Magna sweets GmbH • Tel +49 8146 99660

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

Allzeit bereit!



Der Santa- und der Engel-Bert® von mbw® bereiten sich wieder auf Ihren Einsatz vor. Individualisierung per Tampondruck ab 250 St.



mbw®
meine beliebten Werbeträger

www.mbw.sh

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

Fordern Sie Ihr individuelles Angebot bei uns an!



fischertechnik GmbH
 Weinhalde 14-18
 72178 Waldachtal
 Germany

Telefon +49 74 43/12-43 95
 Fax +49 74 43/12-45 91
info@fischertechnik.de
www.fischertechnik.de



COVER CARD ALS TRUMPFKARTE

Zur Weihnachtszeit präsentiert i.p.a. Sweets mit der Cover Card einen attraktiven wie aufmerksamkeitsstarken Eyecatcher. Die Karte in Tannenbaum-Form verfügt über eine Halterung für die mit süßen Genüssen oder auch edlen Gewürzen befüllten Reagenzgläser. Sie können mit einem ein- bis vierfarbigen Aufdruck versehen werden. Ob süß oder würzig – die Kunststoff-Reagenzgläser in den Cards verbinden aromatischen Wohlgeschmack mit einer guten Prise Werbewirkung. Natürlich können auch die Reagenzgläser individuell veredelt werden. Ab einer Abnahmemenge von 500 Stück sind Tampondrucke, ab 3000 Stück auch Werbeanbringungen im Siebdruck realisierbar. Dabei stehen maßgeschneiderte Köstlichkeiten für den Apothekenbereich ebenso auf dem Programm wie aufmerksamkeitsstarke Appetizer.

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



FILZ FÜRS FEST

Filz wohin man schaut. Gerade zu Weihnachten findet sich dieses beliebte Material überall. Ob das Säckchen am Adventskalender, das Engelchen am Baum oder eben das Besondere für den Kunden: Filz von Halfar darf nicht fehlen. Dabei ist er nicht einfach nur festlich, sondern überzeugt durch Ausstrahlung, weichen Griff und hochwertige Anmutung. Mit seinen drei neuen Filztaschen sorgt Halfar dafür, dass Filz praktisch immer Saison hat. Mit den Farben Braun meliert, Rot und Marine schlägt der Shopper ModernClassic neue Töne an. Ebenso puristisch präsentiert sich auf den ersten Blick die neue Business tasche ConnectClassic. Auffällig ist das quadratische Format und der große Überschlag. Er bietet gestickten oder gravierten Logos viel Raum.

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



TROIKA®

Handschrift

Finden Sie unter mehr als 25 Modellen für jeden Geschmack und jede Zielgruppe das perfekte Motiv und kombinieren Sie es mit dem Stylusaufsatz.

PIMP MY PEN



COMBI STYLUS

Kombination aus Tintenroller und Eingabestift für iPad, iPhone und andere Tablet PCs mit Touchscreen, Metall, glänzend, schwarze TROIKA 5888 Mine (Made in Germany), in schwarzer Metallbox, inkl. Ersatzmine

Motiv hier: "WORLD IN YOUR HAND" PEN10/SI



TINTENROLLER

- Edelstahlspitze mit Keramikugel
- garantiert schmierfreies Schreiben
- trocknet innerhalb von 3 Sekunden



STYLUSAUFSATZ

- weiche Stylusspitze aus Silikon
- punktgenaues Arbeiten auf Touchscreens
- für alle TROIKA Tintenroller erhältlich



Weitere Informationen finden Sie unter:
www.troika.org/pimpmypen



GROSSER MALSPAß FÜR KLEINE KÜNSTLER



Der Kaffeebecher Happy X-mas von Giving Europe ist zur Weihnachtszeit ein ganz besonderes Geschenk. Der Becher aus Keramik besitzt ein Weihnachtsmotiv, welches individuell gestaltet werden kann. Dazu sind fünf Malfarben und ein Pinsel im Lieferumfang enthalten. Mit diesem Präsent ist für großen Malspaß gesorgt, nicht nur bei kleinen Künstlern.

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

VIVA ITALIA

Die italienische Tüte von Beyrau enthält alles, was ein exzellentes italienisches Nudelgericht ausmacht. Neben Sugo all'arrabbiata und feinsten Nudeln sind außerdem gutes Meersalz und Pfefferkörner individuell abgepackt und bieten genügend Platz, um noch ein Rezept aufzudrucken. Dazu ist auch das Gesamtpaket mit einem Label bestückt, welches schon ab kleiner Stückzahl sowohl auf der Vorder- als auch auf der Rückseite individuell bedruckt werden kann. In derselben Aufmachung gibt es nun auch eine Energie- und eine Wellness-Tüte und zum Weihnachtsfest eine festliche Überraschungstüte.

48157 • Beyrau & Rex GbR • Tel +49 4821 7796390
service@beyrau-rex.de • www.beyrau-rex.de



COOLER LOOK

Unter der Artikelnummer 6020 kann bei der Krüger & Gregoriades GmbH die Armbanduhr Cool Watch geordert werden, ein perfektes Geschenk für das bevorstehende Weihnachtsfest. Die bunte Uhr mit Silikonarmband steht in acht trendigen Farben zur Verfügung: Schwarz, Weiß, Blau, Grün, Gelb, Orange, Türkis und Pink. Im Inneren sorgt ein modernes Quartz-Uhrwerk für Ganggenauigkeit. Auch nachts ist die Zeit durch die drei Leuchtzeiger und das grün fluoreszierend Zifferblatt gut ablesbar. Eine SR626SW-Knopfzelle ist im Lieferumfang enthalten. Die Verpackung erfolgt in einer hochwertigen Geschenkbox.

47203 • Krüger & Gregoriades Im- + Export GmbH • Tel +49 40 73102180
info@kg-hamburg.de • www.kg-hamburg.de

Neue Weihnachtsartikel klassisch und edel im Design



- Nikolausstiefel mit Socken und Nüssen
- Weihnachtskarte mit Kristall-Baum aus Holz
- weitere neue Artikel in unserem Weihnachtskatalog 2013



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

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



mousepad / deskpad sous-main / signaturepad

custom size & shape / min. order 100pcs
 fast production time / fullcolor print
 made in Croatia



PROMOFACTORY
 by intermax

+385 1 232 0 232 info@promofactory.co
www.promofactory.co



Frottier erleben



FLORINGO®

umfangreiches Lagersortiment
 zertifizierte Qualität
 kompetente Beratung

Floringo GmbH
 Äußere Kreuzäcker 2
 82395 Obersöchering

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



NOSTALGISCHES IM MINIFORMAT

Die Mini-Nostalgiedose von Magna sweets bietet nicht nur in der Farbwahl eine Vielfalt an Möglichkeiten, sondern auch bei den Füllvarianten sowie den Veredelungstechniken. Außer den klassischen Farben Blank, Weiß, Silber und Mattsilber gibt es die beliebte Box nun auch in der Trendfarbe Mattweiß. Die Werbeanbringung erfolgt über Direktdruck auf der Dose, eine formschöne Lasergravur oder eine Prägung. Die Füllmöglichkeiten reichen von Vivil Friendships über Pfefferminzherzen zuckerfrei bis zu Kaugummi und Mini-Schokolinsen. Das Produkt ist schon ab einer Menge von 280 Stück erhältlich.

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

GENUSS IN SECHS VARIANTEN

Mit dem Kaffeeautomaten De'Longhi Primadonna Exklusive ESAM 6900.M von der IT2U-Marke Bonus2U wird das Kaffeetrinken zum vollendeten Genuss. Ob mit Freunden, Kollegen oder in der Familie, hier ist für jeden etwas dabei: Cappuccino, Latte machiato, Caffé Latte, Long-Coffee, heiße Milch und Trinkschokolade, sind wählbar über die praktischen Direktwahlta-
 sten. Der Vollautomat ist sowohl für Kaffeebohnen als auch für Kaffeepulver geeignet, bietet individuell einstellbare Mahlgradstufen und fünf voreingestellte Kaffeestärken. Des Weiteren umfasst die ESAM 6900.M unter anderem ein extragroßes TFT-Farbdisplay für intuitive Bedienung, das bereits patentierte Milchaufschäumungssystem und eine Energiesparfunktion.

48374 • IT2U GmbH • Tel +49 511 64688516
 stefan.oberchelp@bonus2u.de • www.bonus2u.de



GANZ VON DER ROLLE

Auch zu den Festtagen gibt es bei Profino die MYdrap-Servietten von der Rolle mit Weihnachtsmotiven, entweder als Tischset (48 x 32 Zentimeter) oder als Lunchserviette (20 x 20 Zentimeter). Lieferbar sind sie in Rot aus Baumwolle, mit Schneeflocken- und Weihnachtsbaummotiv sowie in Naturfarben aus Leinen. Die MYdrap-Servietten sind die optimale Dekoration für den festtäglich gedeckten Tisch und können bis zu sechsmal gewaschen werden.

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





HIER SPIELT DIE MUSIK

Jingle bells, jingle bells, jingle all the way ...” – bei diesen Klängen kommen festliche Gefühle ins Büro und die hektische Vorweihnachtszeit steht für einige Momente still. Zusammen mit einer emotionalen Werbebotschaft wird die kleine Drehorgel von emotion factory zum attraktiven Give-away zu Weihnachten und

sollte alle Zielgruppen begeistern. Die Banderole um das kleine Instrument kann komplett individuell gestaltet werden, bereits ab 250 Stück im vierfarbigen Digitaldruck. Die Maße sind 4,5 x 3,8 x 2,4 Zentimeter, das Gewicht beträgt etwa 42 Gramm.

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



PRÄSENTE ELEGANT VERPACKT

Zum Start der Weihnachtssaison haben die Verpackungsspezialisten aus dem Hause Kröll wieder neue weihnachtliche Ideen entwickelt. So gibt es in diesem Jahr die elegante, hochwertig verarbeitete Papiertragetasche Elegance mit kurzer Kordel und Kartonbodeneinlage mit verschiedenen weihnachtlichen Motiven. Besonders Weihnachtssterne, Kugeln, Rentiere sowie verschneite Winterlandschaften liegen im Trend. Daneben gibt es zahlreiche Varianten festlicher Verpackungen, angefangen bei Geschenkschachteln und Weinverpackungen bis hin zu Geschenkpapieren und Geschenkbändern in vielen Farben und Größen. Für eine persönliche Note sorgen Weihnachtstaschen mit eigenem Motiv und Logo.

48698 • Kröll Verpackung GmbH • Tel +49 89 7451360
diana.kroell@werbetaschen.de • www.werbetaschen.de



FrISCHE Ideen in Plüsch!

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



**Crazy
Birds!**

Die schrägen Vögel von SEMO –
originell, verrückt & liebenswert.



Promotion!

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

TRIGON Deutschland GmbH

Kränkelsweg 28 · D - 41748 Viersen
Tel. 0 21 62 - 53 00 8-0 · Fax 0 21 62 - 53 00 8-20
E-mail: info@semo.de • www.semo.de



LIEBEVOLLE UMARMUNG

Die Fleecedecke Rentier von Kundenpflege ist ein innovatives und zugleich nützliches und dekoratives Geschenk zu Weihnachten. Die Decke ist 100 x 75 Zentimeter groß, besteht aus 100 Prozent Polyester und ist mit einem weihnachtlichen Motiv bedruckt (Qualität: 180 Gramm pro Quadratmeter). Ein besonderer Hingucker ist das knuddelige Rentier, das die Decke liebevoll umarmt und in einer Rolle zusammenhält. Eine Werbeanbringung ist per Etikett möglich. Weitere Decken, innovative Wellness-Sets und Streuartikel sind auf der Website von Kundenpflege zu finden.

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



FESTLICHE GENÜSSE

Die Zeit vor Weihnachten ist eine Zeit der Vorfreude und mit leckeren Plätzchen wird das Warten zum Genuss! Passend dazu gibt es das Plätzchenausstecher-Set Tasty von elasto form. Das Set besteht aus sechs weihnachtlichen Edelstahlformen (Stern mit Schweif, Glocke, Schneemann, Engel, Christbaum und Lebkuchenmann) zum Ausstechen. Verpackt sind diese in einer edlen Metallbox mit Sichtfenster. Veredelt wird die Box im Tampondruck, mit einer Lasergravur oder vollflächig im fotorealistischen UV-Digitaldruck.

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

-Anzeige-

PSI 2014
8th – 10th JANUARY
DÜSSELDORF

STYLE
YOUR
BUSINESS

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions

Süße Werbung schenken!

Werbewirkung
schmeckt!

Qualitätswerbeartikel vom zertifizierten Hersteller

BUSINESS Adventskalender

Kraft Foods

FERRERO



My M&M's®
die einzigartigen
Schokolinsen

- Ihr Bild
- Ihr Logo
- Ihre Botschaft



Wir informieren Sie gerne!
Vertriebs-Hotline: 07643/801-25, -26, -479, -550
Vertrieb über Werbemittelfachhandel.

Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG
Holzmattenstraße 22, D-79336 Herbolzheim

www.suesse-werbung.de

SALZ FÜR SAMTWEICHES HAUTGEFÜHL

Entspannung und Wohlbefinden sowie die Regeneration von Geist und Körper – das gelingt mit einem wohltuenden Bad mit Badesalz. Wellness-Spezialist i.p.a. cosmetics lässt die Kunden mit diesem Badesalz in eine Wohlfühl-Badewelt eintauchen. Die hochwertigen Inhaltsstoffe sorgen für ein samtweiches Hautgefühl und ein intensives Wellness-Erlebnis, das aktiviert, den Kreislauf anregt, entspannt und die Muskeln lockert. Attraktiv verpackt im Reagenzglas, macht das Salz eine tolle Figur. Natürlich kann dieses Reagenzglas mit einem vierfarbigen Etikett dekoriert werden. Im Inneren finden 18 Gramm Salz Platz. Gerade genug für ein entspannendes Bad, das alle Sinne anregt. Die reichhaltige Auswahl an Verwöhnprodukten des Unternehmens unterliegt ständigen Qualitätskontrollen und genügt höchsten Ansprüchen.

42567 • i.p.a. cosmetics GmbH • Tel +49 2521 83000
info@ipacosmetics.de • www.i-p-a.de



BADEZIMMER ALS WELLNESS-TEMPEL

Aus dem winterlichen Badezimmer macht Francos Image – Cosmetics & More einen entspannenden Wellness-Tempel und garantiert mit hochwertigen, dermatologisch getesteten Kosmetikprodukten Kunden- und Imagepflege vom Feinsten. Mit seinen handgemachten Massageseifen zollt das Unternehmen dem Thema Nachhaltigkeit Tribut und setzt auf natürliche Inhaltsstoffe, die frei von tierischen Fetten und Konservierungsmitteln zu 100 Prozent aus natürlichen Ölen hergestellt werden. Neben der Variante „Ziegenmilch“, die sich insbesondere für empfindliche Haut eignet, bietet der Hersteller passend zu Weihnachten ein sinnliches Dufterlebnis mit der Variante „Schokolade“ an. Diese Massageseife ist für alle Hauttypen geeignet. Weitere Duftrichtungen sind auf Anfrage erhältlich.

47463 • Francos GmbH Image – Cosmetics & More • Tel +49 2521 8255112
info@francos-gmbh.de • www.francos-gmbh.de



KRAWATTEN MIT STIL

Mit einer Kollektion hochwertiger Seidenkrawatten und -tücher sorgt Club Krawatte Crefeld für ein geschmackvolles, stimmiges Erscheinungsbild und einen professionellen Auftritt nicht nur zur Weihnachtszeit. Spezialisiert auf textile Accessoires für Werbeartikelmarkt und Unternehmensauftritt bietet das Krefelder Traditionsunternehmen mit individualisierten Krawatten, Tüchern und Schals Sonderanfertigungen im Corporate Design. Die Produktion der Kollektion erfolgt überwiegend in Krefeld in einer der modernsten Jacquard-Webereien Europas. Mit eigenem Designatelier und innovativen Veredelungstechniken werden individuelle Konzepte umgesetzt und werbenden Unternehmen auf den Leib geschneidert.

43606 • Club Krawatte Crefeld • Tel +49 2151 7812990
service@club-krawatte.de • www.club-krawatte.de



EVERYWHERE FOR EVERYONE

TOPPOINT®

Ein großartiges

FUSSBALL-FEST..!



16337
SONNEN-
SCHUTZ EVA
MIT LÄNDERFAHNE



16384
BRASILIANISCHER
FEDERKOPFSCHMUCK



16343
FUSSBALL

16347
GETRÄNKE-
TRÄGER



16386
PVC
COWBOYHUT



16348 SCHAL

Auf zur WM nach Brasilien!

Endlich, es ist fast so weit: die Weltmeisterschaft findet nächstes Jahr wieder statt und diesmal geht es nach Brasilien. Unsere Kollektion besteht auch dieses Jahr wieder aus den bekanntesten, populärsten und originellsten Fanartikeln um unser Team zu unterstützen. Wie wäre es zum Beispiel mit einem Fußball, einem Getränketräger, oder brasilianischem Federkopfschmuck in Deutschlandfarben? Fast alles ist möglich!

Wir holen uns den Titel! An unserem Outfit soll es jedenfalls nicht scheitern!

Wir haben diese Artikel nicht auf Vorrat. Unsere Trading Abteilung kann sie jedoch gerne für Sie besorgen. Bei weiteren Fragen nehmen Sie gerne Kontakt mit unseren Verkaufsteam auf.



BRASILIEN WM 2014

Lensen Toppoint
Stationsweg 14a,
NL - 7691 AR Bergentheim
T +49 - 5921 - 819 930
F +49 - 5921 - 819 933
I www.toppoint.com

PLZ 0,1,2,3: Karolin.Berens@toppoint.com
PLZ 4 & 5: Vanessa.Schlimbach@toppoint.com
PLZ 6,7,8,9, AT & CH: Gerold.Prenger@toppoint.com

Das komplette Sortiment auf www.allesfuerdiemannschaft.de



AUF DEM RICHTIGEN KURS

Mit hochwertigen, nostalgischen Messinstrumenten aus der Armada-Serie gibt Kasper & Richter insbesondere Nautik-affinen Kunden ein besonderes Schmuckstück zum Jahresende an die Hand. Jeder Kompass, jede Sonnenuhr und jeder Sextant ist handgefertigt und somit ein Unikat. Mit dem Peilspiegelkompass Trinidad oder dem Sextanten Ventura schlägt das Herz jedes Seemanns höher. Eine Werbeanbringung kann direkt am Gerät auf einem Messing-Plättchen oder auf Wunsch auch zusätzlich außen auf der Holz-Geschenkbbox ebenfalls auf einer Messingplatte erfolgen. Weitere Modelle mit den verschiedensten Funktionen und die gesamte Armada-Serie hält das Unternehmen parat.

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

DEKORATIVER PLATZ FÜR DIE PRESSE

Produkte aus hochwertigem deutschen Wollfilz nach Oeko-Tex-Standard 100 sind eine Spezialität im Programm bei Bühring. Zu den aktuellen Neuheiten zählt der Zeitungshänger Journal, der an zwei Metalllösen aufgehängt werden kann. Für Zeitungen oder Zeitschriften stehen drei tiefe, nach oben offene Steckfächer zur Verfügung. Ergänzend kann das Smartphone griffbereit in einem weiteren Steckfach untergebracht werden. Eine Vielzahl von einfarbigen oder melierten Standardfarben lässt (fast) keine Wünsche offen. Die Lieferung erfolgt flach zusammengelegt in handlicher Größe lose im Karton. Eine Werbeanbringung kann optimal rechts neben dem Fach für das Mobiltelefon als Siebdrucktransfer oder Stick platziert werden. Der Artikel wird in Deutschland projektbezogen produziert, individuelle Wünsche können hierbei berücksichtigt werden.

40807 • Gabriele Bühring • Tel +49 4154 795400
vertrieb@buehring-shop.com • www.buehring-shop.com



TEXTILE GESCHENKIDEEN

Wenn die Tage kürzer werden, der Duft von Zimt und Nelken durch die Häuser zieht und die Geschäfte in den Innenstädten zu einem Lichtermeer werden, steht die schönste Zeit des Jahres vor der Tür: Weihnachten. Zeit, den Kunden und Geschäftspartnern kleine Aufmerksamkeiten zukommen zu lassen und Danke zu sagen. Zum Beispiel mit einer Geschenkidee von Myrtle Beach, der bekannten Hausmarke von Daiber. Unter anderem versüßt in dieser Saison der neue X-Mas Advent Calendar den Advent. Die 24 kleinen Taschen aus rotem Polyesterfilz mit weißen Zahlen lassen sich individuell befüllen und bringen Weihnachtsflair in jedes Büro. Oder wie wäre es mit der neuen Knitted X-Mas Sock, die ab sofort nicht nur den heimischen Kamin schmückt? Das komplette Sortiment kann auf der Website von Daiber abgerufen werden.

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

X-MAS TIME

NEW


Da kann Weihnachten kommen: Mit den textilen Geschenkideen von Myrtle Beach zaubern Sie garantiert ein Lächeln in die Gesichter der Beschenkten und weihnachtliches Flair in Büro und Zuhause. Weihnachtszeit ist Geschenkzeit: Danken Sie Ihren Kunden und Partnern in diesem Jahr mit **Knitted X-Mas Socks** in Rot und Weiß, der **Felted X-Mas Bag** mit Weihnachtsmann-Motiv oder dem neuen **X-Mas Advent Calendar** mit Platz für viele kleine Überraschungen. Weitere Promotion-Ideen für die Weihnachtszeit finden Sie im Hauptkatalog 2select 2013 sowie unter www.daiber.de.



SPEKULATIUS FÜR ALLE

Spekulativus ist wohl das am weitesten verbreitete Weihnachtsgebäck mit einer besonders großen Fangemeinde. Bei Kellermeister Manns wird man diesem Anspruch jetzt mit einer hochwertig gestalteten Blechdose gerecht. Die Dose ist nicht nur ein ideales Präsent für das ganze Büroteam, sondern auch auf dem Meetingtisch oder am PoS ein gern gesehener „Gast“. Gefüllt ist die Dose aus Weißblech mit 150 Gramm allerfeinstem Spekulativus und einer dekorativen Retro-Gebäck-Spitze. Als mögliche Werbeanbringungen bietet der Hersteller eine Banderole oder ein Etikett in 4c-Bedruckung, einfarbigen Tampondruck, eine Laser-Gravur oder alternativ einen vierfarbig bedruckten Anhänger an.

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

DIE AUGEN ESSEN MIT

Konfiserie-Paletten erweisen sich vor allem in der Weihnachtsbäckerei als unverzichtbare Helfer zum Transportieren von Keksen und Pralinen, zum Verstreichen von Crèmes, zum Glatziehen von Tortendecken und vielem mehr. Um die unterschiedlichen Einsatzgebiete optimal abdecken zu können, bietet triangle eine Vielzahl unterschiedlicher Paletten an: gerade, gewinkelt und in unterschiedlichen Längen und Breiten, mit verschiedenen Griffen. Ein Firmenschriftzug oder -logo kann auf Wunsch angebracht werden. Der Artikel ist lose oder in einer attraktiven Verpackung erhältlich.

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



FESTLICHE GRÜSSE FÜR JEDEN ANLASS

Weihnachtspräsente werden seit jeher mit einer festlichen Weihnachtskarte überreicht. PSI Mitgliedern bietet Papier Preuninger jetzt die Möglichkeit, eine komplette Kollektion dieser Weihnachtskarten für den Businessbereich in ihr Programm aufzunehmen. Das Angebot umfasst über 250 Weihnachtskarten in hochwertiger Qualität und Spitzendesign in unterschiedlichen Preislagen. Ein Großlager garantiert schnelle Lieferung auch noch kurz vor Weihnachten, verspricht der Hersteller. Außerdem bietet man kostenlose, neutrale Kataloge und Musterkarten an. Ein Eindruckservice ermöglicht es, ohne viel Aufwand fertig eingedruckte Karten zu liefern.

48757 • Papier Preuninger GmbH & Co. • Tel +49 7452 84040
info@preuninger.com • www.preuninger.com



PSI 2014

8th – 10th JANUARY
DÜSSELDORF



**TIME TO
SURPRISE**

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com



FORMEN NACH MASS

Kunststoffartikel in Sonderformen nach Kundenwunsch sind seit vielen Jahren ein aktuelles Thema im Bereich Kunststoffbearbeitung bei der Hermann Flörke GmbH. Maßgeschneiderte Kunststoffartikel werden individuell hergestellt und mittels Tampon-, Sieb-, oder UV-Digitaldruck veredelt. Pünktlich zum bevorstehenden Weihnachtsfest stellt das Unternehmen den Radiergummi Santa vor. Wie auch die anderen Modelle im Sortiment wird der Santa-Radiergummi auf TPE-Basis gefertigt, ist recycelbar und umweltfreundlich ohne PVC-Weichmacher hergestellt. Die Standardfarbe Weiß ist ab einer Auflage von nur 200 Stück bis vierfarbig bedruckbar.

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



-Anzeige-

PSI 2014
8th – 10th JANUARY
DÜSSELDORF

STYLE
YOUR
BUSINESS

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions

GEZIELT SPIELEN

Passend zur alljährlich in England stattfindenden Darts-Weltmeisterschaft stellt b & a, Inhaber der Marken Promotionkicker und Keltik-Darts, seine individualisierbaren Turnierscheiben aus Sisal vor. Die Wettbewerbsscheiben sind 40 Millimeter stark und vier Kilogramm schwer. Sie werden digital nach Kundenvorlage bedruckt. Auf Wunsch werden die beiliegenden Spielregeln im Kunden-CI angepasst. Bei der Weihnachts-Dartscheibe kann übrigens völlig unbedenklich auf Kugeln geschossen werden. Made in Germany bedeutet hier nicht nur High-End, sondern auch kürzeste Lieferzeiten und kleinste Stückzahlen. Abgerundet mit den passenden Pfeilen und den personalisierten Flights wird der Kundengeschmack perfekt getroffen.

48898 • b & a Vertriebs GmbH • Tel +49 7062 978910
gauger@b-und-a.com • www.promotionkicker.de

 **DreamPen**[®]
Producer of ballpens

Clip4You



www.dreampen.com

WARMER FINGER

Wohlig warme Werbung in stilgerechter Verpackung stellt Spranz, der Spezialist für Designprodukte ohne Designzuschlag, mit der neuen Gelwärmflasche als Handwärmer vor. Der handliche Wärmespender ist einfach per Knick zu aktivieren und sorgt für rund 30 bis 45 Minuten für angenehme Temperaturen in der kalten Jahreszeit. Der Hitzeschutz in Form einer ansprechenden Textilhülle sorgt für optimale Wärmeverteilung. Die Gelwärmflasche ist wiederverwendbar und phthalatfrei.

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



STIMMUNGSVOLLE HIGHLIGHTS

Diese drei Highlighter, neu im Sortiment von Lehoff, dürfen zu Weihnachten in keinem Wohnzimmer fehlen. Durch das gefrostete Glas tauchen die Teelichter jeden Wohnraum in stimmungsvolles Licht. Sie sind auch schön einzusetzen, um das Badezimmer bei einem wärmenden Schaumbad in das richtige Licht zu tauchen. Die Füße sind aus Edelstahl und somit rostfrei. Die Lieferung erfolgt geschmackvoll verpackt in einem Geschenkarton, eine schöne Geschenkidee nicht nur zum Weihnachtsfest. Die Highlighter sind 15,5; 18,0 und 20,5 Zentimeter hoch.

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



RENNER KNACKT DIE NUSS

Da wird es rasant unter dem Weihnachtsbaum: Der neue Nut Racer von Troika ist ein Nussknacker der ganz besonderen Art. Er kommt im schnittigen Rennwagen-Design von Axel Groß daher und ist nicht nur für ambitionierte Schrauber ein hilfreiches Tool. Der Nussknacker aus stabilem, verchromtem Metallguss verfügt über eine verlängerte Schraubfunktion im Heck zum Knacken auch der härtesten Nüsse. Mit einem Gewicht von 278 Gramm liegt der Nut Racer fest in der Hand und vermittelt eine gewisse Wertigkeit. Die Handhabung ist simpel: Nach dem Einlegen der Nuss und einigen Umdrehungen der Schraube springt die Schale auf und gibt köstliche Kerne frei.

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





▶ **PSI
2014**

8th – 10th JANUARY
DÜSSELDORF

**STYLE
YOUR
BUSINESS**

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com



Groß ist die Vielfalt der individuellen Erscheinungsformen des Lanybook. Ebenso groß sind die unterschiedlichen Individualisierungsmöglichkeiten.

LEDIBERG GMBH

MULTITALENT LANYBOOK

Der Einsatz von Notizbüchern liegt voll im Trend und bietet große Chancen zur Präsentation des Firmen CI. Die Spezialisten des Unternehmens Lediberg setzen hier mit dem Lanybook in puncto Qualität und Design völlig neue Maßstäbe.

Die Lediberg GmbH mit Sitz in Lemgo gehört heute zu den großen Kalenderanbietern. Das Herzstück ist ein hochmodern ausgerüstetes Werk im norditalienischen Bergamo. Der globale Erfolg des Unternehmens basiert auf der Zielsetzung, ein starker Partner des Werbemittelhandels zu sein. Die positive Entwicklung und

die damit verbundene solide Wachstumsdynamik seit der Gründung 1989 haben viele unterschiedliche Gründe. Eine wichtige Rolle hierbei spielt das Lanybook.

GROSSE GESTALTUNGSVIELFALT

„Wir lernen von Jahr zu Jahr dazu und versuchen, den Wünschen der Kunden Rechnung zu tragen“, so Maurizio Castelli, CEO

von Lediberg. Der Einsatz der individuellen Pantonefarbe ab einer Menge von 300 Stück sowie die vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten, die das Lanybook bietet, sind überzeugende Argumente, die für den Einsatz von Lanybook als Werbeträger sprechen. „Die Kunden begreifen Lanybook als enorme Chance und erkennen die vielen Gestaltungsmöglichkeiten, die ihnen das Notizbuch bietet, um ihr Image zu kommunizieren. Diese gehen von der individuellen Gestaltung von Lanyband und Lanybutton bis hin zu Werbeseiten, Prägungen oder Bilderdruck auf der Decke“, so Castelli weiter. Ein „absolute Highlight“ ist dabei der hochwertige 3D-Silikondruck, der in Form des Kundenlogos oder eines Claims auf das Lanyband gedruckt wird. Für die Bedruckung des elastischen Bandes besitzt Lanybook zudem ein internationales Patent mit der Patentnummer 2255974. „Wir beraten hier auch gerne unsere Kunden und entwickeln mit ihnen gemeinsam die beste Lösung“, so Thomas Hertraft, Geschäftsführer der Lediberg GmbH.



Maurizio Castelli, CEO Lediberg, und Alexander Quehl, Erfinder von Lanybook (v. l.).

RUNDUM INDIVIDUELL

Der am Lanyband befestigte Lanybutton kann sogar in Form gegossen werden, so dass er das Kundenlogo oder ein Produkt abbildet. Hier stehen verschiedene Materialien wie Metall, Gel Doming oder Rubber zur Auswahl. Bei Bedarf kann auch ein digitales Speichermedium in Form eines USB-Sticks an das Lanyband befestigt werden. Der USB-Stick eignet sich z. B. zum Speichern von Schulungsunterlagen oder Firmenpräsentationen. Auch der Stick kann mit dem Kundenlogo bedruckt oder gelasert werden.

HOHER QUALITÄTSSTANDARD

Durch die Produktion in Italien ist ein sehr hoher Qualitätsstandard garantiert. Hier profitiert Lanybook natürlich von der großen Erfahrung und langen Tradition, die Lediberg als Kalenderhersteller vorweisen kann. Das Lanybook ist wahlweise als Notizbuch oder Kalender, und zwar in den Größen A6, A5, Square, Large oder A4, erhältlich und stellt durch die Langlebigkeit und Nutzung über das ganze Jahr einen optimalen Imagerträger für die Kunden dar.

DAS FLEX-SYSTEM

Um auch den Kunden Rechnung zu tragen, die das Lanybook ab einer Menge von 100 Stück einsetzen möchten, hat Lediberg sich etwas ganz Besonderes einfal-

len lassen. Im Lanybook-Flex-100+-System stehen 11 verschiedenfarbige Standardbänder (7 einfarbige und 4 zweifarbige) zur Verfügung, die je nach Kundenwunsch an das Lanybook angebracht werden können. Die Lanybook-Flex-Variante bietet außerdem den schon gewohnten Benefit in Form des Lanybuttons. Es stehen 6 Standardformen des hochwertigen Metallbuttons zur Verfügung, die je nach Wunsch mit einer Lasergravur oder einem Tampondruck veredelt werden können. Als besonderes Highlight gibt es den Lanybutton auch in Form eines 4-GB-USB-Sticks. Zusätzlich zu Band und Button kann das Kundenlogo oder ein Claim auf das Cover geprägt werden. „Das Flex-System ist überzeugend einfach, schnell zu liefern und bietet dabei doch einen sehr hohen Grad an Individualisierung, was es für viele Kunden immer interessanter macht. Wir sehen hier enorme Wachstumschancen, was Anfragen in geringer Stückzahl und Schnellschüsse betrifft“, betont Maurizio Castelli. Das Lanybook Flex ist in den Größen A6, A5 sowie Large erhältlich.

PREISWÜRDIG

Eine ausgezeichnete Idee verlangt auch nach vielen Auszeichnungen. Lediberg ist stolz darauf, dass das Lanybook viele Jurymitglieder von renommierten Preiswett-

bewerben begeistern konnte. Mit dem „red dot design award“, dem „Designpreis Deutschland“ oder dem „Good Design Award“ ist die Liste schon erstaunlich lang und soll natürlich noch länger werden. „Die Auszeichnungen sind für uns Anerkennung und Ansporn zugleich, wir wollen uns ständig weiterentwickeln und unseren Kunden auch in Zukunft tolle neue Ideen präsentieren“, so Maurizio Castelli.

UMWELTBEWUSST

Ein besonderes Augenmerk legt Lediberg auch auf den Umweltschutz. Jedes Lanybook wird mit FSC-zertifiziertem Papier geliefert. Durch den Kauf von FSC-zertifizierten Produkten wird das Wachstum von verantwortlich bewirtschafteten Wäldern unterstützt. Lanybook bietet einen maximalen Grad an Individualisierung, Qualität und hohen Werbe- sowie Imagetransfer. Somit alles, wonach Werbefachleute heute suchen. <

LEDIBERG GMBH

Alkenbreite 1
D-32657 Lemgo
Tel +49 52 61 606-0
Fax +49 52 61 606-199
info@lediberg.de
www.bzb.lanybook.com

VOM 11. BIS 12. SEPTEMBER 2013 IN WARSCHAU

MARKETING FESTIVAL UND PRINT FESTIVAL



Die beiden Veranstaltungen Marketing Festival und Print Festival, organisiert vom polnischen OOH Magazine, sind eine besondere Kombination von Ausstellungsständen, Schulungen, Präsentationen und Konferenzen. Die Aussteller sind Unternehmen aus dem breiten Spektrum des Werbemarktes: Lieferanten von Werbematerialien, Druckereien, Hersteller von PoS- und Verpackungsprodukten, digitaler Beschilderungen und Lieferanten von Medien und Equipment. Die beiden Events sind auf einen bestimmten Besucherkreis ausgerichtet; ausgenommen sind Personen, die keine Beziehung zum Werbegeschäft haben. Die Organisatoren legen größeren Wert auf die Qualität als auf die Anzahl der Kontakte. Der Ausrichter OOH Magazine behält sich das Recht vor, Personen, die keine Geschäftsbeziehung zur Werbeindustrie haben, den Zugang zur Messe zu verwehren. Während der Messe gibt es einen Wettbewerb, bei dem die „Innovation des Jahres“ und das „Super Gift“ mit einer Reihe von Preisen prämiert werden, die unter www.giftsonline.pl näher vorgestellt werden. Auf der Messe werden zudem die „Diamonds of Advertising“ an Persönlichkeiten verliehen, die polnische Unternehmen vorbildlich unterstützen. Außerdem findet die fünfte Auflage des „POS Stars“-Wettbewerbs mit einer Präsentation der eingereichten Beiträge statt. www.festiwalmarketingu.pl

Die beiden Veranstaltungen Marketing Festival und Print Festival, organisiert vom polnischen OOH Magazine, sind eine besondere Kombination von Ausstellungsständen, Schulungen, Präsentationen und Konferenzen. Die Aussteller sind Unternehmen aus dem breiten Spektrum des Werbemarktes: Lieferanten von Werbematerialien, Druckereien, Hersteller von PoS- und Verpackungsprodukten, digitaler Beschilderungen und Lieferanten von Medien und Equipment. Die beiden Events sind auf einen bestimmten Besucherkreis ausgerichtet; ausgenommen sind

NEUE PARTNERSCHAFT

BRANDCHARGER PRÄSENTIERT SKROSS

BrandCharger und Skross haben eine Kooperation begonnen, um die Qualitäten ihrer Unternehmen zu bündeln: ausgezeichnete Werbematerialien und Swiss-designed Reise-Adapter. „Mit der Zusammenführung von BrandCharger und den renommierten Reiseadaptern von Skross ist eine starke Partnerschaft geboren“, sagt James Ung, Vice President Worldwide Marketing von BrandCharger, und ergänzt: „Wir arbeiten mit Skross zusammen, um elektrische Anschlussfähigkeit auf ein ganz neues Level zu bringen.“ Die patentierten Reiseadapter und USB-Ladegeräte von Skross sind rund um den Globus einsetzbar. BrandCharger stellt die „weltweit sichersten und kompaktesten Reisebegleiter“ nun exklusiv für den Werbematerialienmarkt zur Verfügung. Die Produkte von Skross haben schon viele Auszeichnungen erhalten und Skross war einer der ersten Hersteller mit voller BSCI-Akkreditierung. Mehr Informationen bei: James Ung, james@brandcharger.eu – www.brandcharger.eu



KÖSSINGER AG

WECHSEL IM VERTRIEB

Andrea Steinbauer, seit dem 1. Oktober 1999 Verkaufsberaterin und später auch stellvertretende Vertriebsleiterin der Kössinger AG, hat das Unternehmen Ende Juni verlassen, um sich nach insgesamt 14



Andrea Steinbauer, Robert Boenigk.

Jahren Betriebszugehörigkeit außerhalb der Werbemittelbranche neu zu orientieren. Die Kössinger AG verliert mit ihr eine bei Kunden und Kollegen allseits äußerst beliebte Mitarbeiterin. Robert Boenigk übernimmt ab sofort das bisherige Vertriebsgebiet von Andrea Steinbauer. Mit ihm kehrt ein bekanntes Gesicht zurück in den Kössinger-Vertrieb. Robert Boenigk arbeitete bereits in der Zeit von 2001 bis 2003 im Vertrieb für die Kössinger AG. www.koessinger.de

XINDAO

NEUER IM SALES TEAM



Andreas Goldhahn

Das deutsche Sales Team des niederländischen Werbematerialienlieferanten Xindao wird durch Andreas Goldhahn verstärkt. Zusammen mit André van Offeren und Sebastian Tatzel wird Andreas

Goldhahn die Kunden im PLZ-Gebiet 7,8 und 9 betreuen. Damit steht den Kunden nun ein ausgewogenes Team zur Verfügung, das die Servicequalitäten weiterhin verbessert. Tel. +31 70 31999-56 Deutschland@xindao.nl

**WECHSEL IN DEN RUHESTAND
MICHAEL MÜHLEN
SAGT „DANKE!“**



Michael Mühlen

Michael Mühlen, ein allgemein bekanntes und gleichsam beliebtes „Urgestein“ der Branche, zuletzt noch im Außendienst für die Unternehmen Maximex, Solingen, und Multiflower, Bammental, tätig, hat sich Ende August

2013 in den wohlverdienten Ruhestand verabschiedet. Auch auf diesem Wege möchte er sich bei all seinen Kunden für die langjährig vertrauensvolle Zusammenarbeit bedanken. <

**MID OCEAN GERMANY GMBH
SELCUK ZENGİN WIEDER
AUF LIEFERANTENSEITE**



Selcuk Zengin

Mit Selcuk Zengin als neuem Back Office Manager des in Koblenz ansässigen Mid-Ocean-Germany-Teams verstärkt Christof Achhammer, Country Manager für Deutschland, Österreich und die

Schweiz, die kundenorientierte Neuausrichtung von Mid Ocean Brands im deutschsprachigen Raum. Selcuk Zengin, der auf über 17 Jahre Erfahrung in der Werbemittelbranche zurückblicken kann, war zuletzt sechs Jahre bei Plan Concept in Essen sehr erfolgreich im Vertrieb tätig. Er leitet seit dem 1. Juni das Büro in Koblenz und wird alle internen Angelegenheiten koordinieren.

www.midoceanbrands.com <

**PHARMA-WERBEVERBOT
GWV INTERVENIERT**

Ungeachtet aller seitens der Werbeartikelbranche vorgetragenen Bedenken und Einwände haben der europäische Verband der Arzneimittelhersteller, European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA), sowie dessen Mitgliedsverbände und Mitgliedsunternehmen am 24. Juni einen Transparenzkodex verabschiedet, der unter anderem ein vollständiges Verbot des Einsatzes von geringwertigen Werbemitteln ab Juli 2014 vorsieht. Gegen diesen Transparenzkodex haben der Gesamtverband der Werbeartikelwirtschaft (GWV) und alle ihm angeschlossenen Mitglieder inzwischen bei der Europäischen Kommission sowie beim Bundeskartellamt Beschwerde eingelegt. Unter Darstellung kurzer Rechtsausführungen wurde den beiden Kartellbehörden das aus Sicht der Branchenverbände aus dem Beschluss resultierende wettbewerbsbeschränkende Verhalten zur Kenntnis gebracht. Hierbei wurde auch auf die ersten Daten zu den Auswirkungen der Novellierung verwiesen, die mit der jüngsten Konjunkturerhebung des Kölner Instituts für Handelsforschung IfH ermittelt wurden.



BUNDESKARTELLAMT AKTIV

Das Bundeskartellamt hat sich der Angelegenheit angenommen und um Vorlage aussagekräftigerer Daten gebeten, um den Sachverhalt bzw. die Wirkungen des Verbotes, die in der Bundesrepublik oberhalb der für eine Spürbarkeit erforderlichen Schwelle von 10 Prozent liegen sollten, nachvollziehen zu können.

ENGAGEMENT DER BRANCHE GEFORDERT

Die Werbeartikelbranche ist nun dazu aufgefordert, innerhalb weniger Wochen eine fundierte ökonomische Analyse der Marktauswirkungen vorzunehmen, die dem Bundeskartellamt eine eingehende Prüfung der aus dem Transparenzkodex resultierenden Beeinträchtigung ermöglichen. Zu diesem Zweck müssen die gemessen am Gesamtumsatz mit der Pharmaindustrie erzielten Umsätze ermittelt werden. Hierzu wurden mithilfe des der Kölner Universität angeschlossenen Instituts für Handelsforschung alle PSI Mitglieder in Deutschland befragt. Sollte das Bundeskartellamt feststellen, dass die Werbeartikelbranche durch das Verbot empfindlich getroffen wird, und die vom Gesamtverband vorgetragenen Bedenken teilen, stünden die Aussichten gut, dass das Verbot aufgehoben werden könnte. Dies wiederum setzt voraus, dass sich möglichst viele Unternehmen an der Online-Befragung beteiligen. Deshalb rufen der GWV und die ihm angeschlossenen Mitglieder alle Marktteilnehmer nochmals dazu auf (falls noch nicht geschehen), an der Erhebung mitzuwirken. www.gww.de <

PLAN CONCEPT DR. LICHTENBERG

20 JAHRE IM WERBEARTIKELGESCHÄFT

Gemeinsam mit etwa 200 Besuchern feierte der Essener Werbeartikelhändler Plan Concept Dr. Lichtenberg am 26. Juli sein 20-jähriges Jubiläum. Mitarbeiter, Geschäftspartner, Kunden, aber auch Freunde und langjährige Weggefährten stießen bei Bier und Cocktails mit den beiden Geschäftspartnern Christoph Ruhmann und Stephan Speckbruck auf die alten und die neuen Zeiten an. Mit leckerer Currywurst und zu rockigen Liedern der Katsche-Kruse-Allstar-Band ließen es sich die Gäste und Gastgeber so richtig gut gehen. Am 26. Juli 1993 wurde die heutige Plan Concept Dr. Lichtenberg GmbH gegründet. Mittlerweile beschäftigen Christoph Ruhmann und Stephan Speckbruck 38 Mitarbeiter und haben Niederlassungen in Münster, Wuppertal und Stuttgart. www.werbeartikel.tv



SUTHOR

MARIA STOBBE VERABSCHIEDET SICH NACH 60 JAHREN

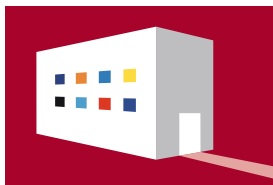
Alle Mitarbeiter und viele ehemalige Betriebsangehörige der Suthor Papierverarbeitung GmbH & Co KG waren Ende Juni nach Lobberich in die Burg Ingenhoven gekommen, um im Rahmen



Bei der Verabschiedung (v. l.): Ralf Stobbe, Maria Stobbe, Edmund Suthor, Kevin Suthor.

WELCOME HOME 2013

JETZT AUCH IN WIEN UND ZÜRICH



WELCOME HOME 2013
Werbeartikel neu erleben
9 FIRMEN - 8 EVENTS
26.11. bis 12.12.2013 **Mehr**

DIE TERMINE:

26.11.2013	Wien, Eventlocation Studio44
28.11.2013	Dietikon/Zürich, Eventlocation Reppisch Hallen
03.12.2013	koziol »ideas for friends GmbH, Erbach
04.12.2013	Gustav Daiber GmbH, Altstadt
05.12.2013	Taufkirchen/München, Eventlocation Die Alte Gärtnerei
10.12.2013	Fare Guenther Fassbender GmbH, Remscheid
11.12.2013	Halfar System GmbH, Bielefeld
12.12.2013	Hamburg, Eventlocation Edelfettwerk

Die neun Branchenspezialisten Daiber, Fare, Geiger, Halfar, Jung, koziol, LM Accessoires, MBW und Senator kündigen die Erweiterung ihrer erfolgreichen Eventserie ins benachbarte Ausland an. „Unsere Kunden in Österreich und der Schweiz sind wichtige Partner, mit denen wir intensive Geschäftsbeziehungen pflegen. Wir führen die Eventserie Welcome Home seit 2010 erfolgreich in Deutschland durch. Leider ist der Weg zu uns nach Hause dann doch für viele dieser Kunden zu weit. Da war es eine logische Konsequenz, früher oder später auch nach Wien und Zürich zu gehen“, sind sich die Veranstalter einig. Aus diesem Grund wird die Schau mit über 300 Neuheiten zum Anfassen, Ausprobieren und Schmecken 2013 auch in attraktiven Eventlocations am 26. November in Wien und am 28. November in Zürich Station machen. Selbstverständlich wird es auch dort die Möglichkeit geben, am attraktiven Welcome-Home-Bonusprogramm teilzunehmen. Die Buchungen für alle Welcome Home Events sind unter www.welcome-home-2013.de/anmelden.php möglich.

www.welcome-home-2013.de

eines feierlichen Abends Maria Stobbe (geb. Suthor) in den verdienten Ruhestand zu verabschieden. Nach 60 Jahren Betriebszugehörigkeit und vielen Jahrzehnten als Geschäftsführerin und Mitgesellschafterin zieht sich die 79-Jährige nun auf eigenen Wunsch aus dem aktiven Geschäftsleben zurück. Im Namen des Unternehmens und der Mitarbeiter bedankte sich Geschäftsführer Ralf Stobbe für die geleistete Arbeit in den sechs Jahrzehnten. Lobend erwähnte Ralf Stobbe besonders die stets mit Weitsicht getroffenen Entscheidungen von Maria Stobbe und Edmund Suthor zur positiven Entwicklung des Unternehmens. Nachdem sich Edmund Suthor Ende März 2013 als Geschäftsführer aus dem aktiven Dienst in die Beraterrolle zurückgezogen hat, ist sein Sohn Kevin Suthor, der im Unternehmen auch schon über zehn Jahre tätig ist, nachgerückt. Das neue Geschäftsführer-Duo Ralf Stobbe und Kevin Suthor hat es sich zur Aufgabe gemacht, gemeinsam das im Jahre 1928 von den Großeltern gegründete Unternehmen in der dritten Generation erfolgreich in die Zukunft zu führen. www.suthor.de



Neue Zielgruppen im Blick

IHR KONTAKT IN DIE PBS-BRANCHE:

BusinessPartner **PBS**
Die Zeitschrift für Handel und Industrie

PRINT: BusinessPartner PBS ist eine der führenden Fachzeitschriften für Handel und Industrie in der PBS- und Bürobranche im deutschsprachigen Raum

ONLINE: Umfassendes Internet-Angebot inklusive Online-Newsletter unter www.pbs-business.de

BEI FRAGEN STEHEN WIR GERNE ZUR VERFÜGUNG:

Werner Stark (Chefredaktion)
0611-36098-19
werner.stark@pbs-business.de

Torsten Wessel (Anzeigenleitung)
0611-36098-70
torsten.wessel@pbs-business.de



Der neue Tower-Adventskalender birgt viel Werbe-Power.

GIVE-AWAYS IM TOWER-KALENDER:

Bankenwesen: Sparschwein
 Heizung/Sanitär: Mini-Wärmflasche
 Automobil: Modell-Auto
 Gastronomie: Kaffeetasse
 Energie: Taschenlampe
 Tourismus: Kompass
 Versicherung: Taschenrechner
 Textil: Krawatte, Socken
 Bauwesen: Arbeitshandschuhe
 Verlagswesen: Taschenbuch oder Fibel

te digitale Druckzentrum, in dem auch eine Vielzahl von Folien (z. B. für Fruchtgummi), Dosen oder Kartonagen hergestellt wird. 35 Mitarbeiter, in der Weihnachts-saison gut doppelt so viele, sorgen mit einem Ensemble hochmoderner digitaler Druckmaschinen dafür, dass der hohe Qualitätsanspruch der Kunden und Handelspartner erfüllt und übertroffen wird.

TOWER MIT WERBE-POWER

Im erst kürzlich erschienenen Weihnachtskatalog 2013 der Jung Bonbonfabrik findet sich eine besondere Neuheit, mit der der Werbeartikelhandel begeisterte Kunden und damit große Nachfrage erwarten darf. Dieses Highlight ist der Tower-Adventskalender mit gleich fünf Werbeflächen, befüllt mit 24 Ritter-Sport-Quadretis, die aus allen vier Seiten des vollflächig und individuell bedruckbaren Turms entnommen werden können. Neben starker Markenschokolade und beeindruckendem Format besitzt der patentrechtlich geschützte Tower-Adventskalender einen weiteren Vorteil: Er bietet sich förmlich als Geschenkverpackung an. Denn in der Mitte findet sich ausreichend Platz, ein weiteres zielgruppengerechtes Präsent oder Gadget mit festlicher Botschaft als „Add-on“ beizufügen. Die Werbemöglichkeiten für jede Branche und jedes Unternehmen sind nahezu unbegrenzt. Muster des Tower-Adventskalenders sowie die neuen Verkaufsunterlagen (auch neutral) können ab sofort beim Jung-Beraterteam angefordert werden. www.jung-europe.de <

MIT 185 JAHREN INNOVATIV WIE EH UND JE

EWIG „JUNG“

Einen ganz besonderen Geburtstag feiert das Unternehmen Jung Bonbonfabrik aus dem baden-württembergischen Vaihingen in diesem Jahr. Der Süßwarenspezialist, gegründet 1828 von Christoph Friedrich Jung, darf auf 185 Jahre Unternehmensgeschichte zurückblicken.

Vor 50 Jahren erfanden die damaligen Tüftler des Unternehmens beispielsweise das bedruckbare Werbe-Bonbon. Dass die heutigen Inhaber und kreativen Produktentwickler Jörg Dennig und Stefan Kühnbrey aber immer noch ein junges und frisches Unternehmen voller Ideen lei-

ten, beweist beispielsweise die Produktneuheit Tower-Adventskalender.

HOCHMODERNE DRUCKMASCHINEN

Der Tower-Kalender wird, wie alle anderen Kalender des Jung-Weihnachtssortiments auch, im thüringischen Arnstadt produziert. Hier befindet sich das ausgelager-

IHRE TEXTIL PARTNER AUS DER TURKEI



GÖRENLER



Lanyards



Kofferguertel



Schlüsselanhänger



Schal & Mützen Sets



Fan Schals



Mützen



Handschuhe
fuer Touch Screen Gerate



Fan Artikels



Brillenputztuecher



Filz Huelsen



Taschen



Kuechensets



Tube Bandanas



Wimpeln



Digital Druck Handtuecher



Digital Druck Bettwaesche



Sticky Mobile Cleaners



Kissen



Stirnbaender



Geschenkbänder



Gürteln



Kalender



Kosmetiktaschen



Handytaschen

**&
mehr**

O.S.B. 1.Kısım R. Tavaslıoğlu Cad. No: 5 20065 Denizli / Turkey Phone: +90 258 242 33 33 (pbx) Fax: +90 258 372 13 62
sales@gorenler.com (ENG) - export@gorenler.com (ENG) - marketing@gorenler.com (DE) - stephanie@gorenler.com (FR)

www.gorenler.com



Moderne Ausrichtung nach neuesten europäischen Trends: Die Bone-china-Fabrik in Indien verwendet zum größten Teil neue deutsche Maschinen.

KERAMIK VON GLOBAL INNOVATIONS GERMANY

PRODUKTION NACH INDIEN VERLEGT

Die Global Innovations Germany GmbH & Co. KG, weltweit tätiger Werbeartikel-Importeur mit Unternehmenssitz in Trier, hat ihre Keramikproduktion nach Indien verlegt. Als Grund nennt der Lieferant den hohen Anti-Dumping-Zollsatz von bis zu 58,8 Prozent, der aufgrund der EU-Verordnung Nr. 1072/2012 vom 14. November 2012 auf die Einfuhr von Geschirr und anderen Artikeln aus Keramik für den Tisch- und Küchengebrauch mit Ursprung in der Volksrepublik China erhoben wird. Dieser entfällt bei aus Indien stammenden Produktionen. „Damit können wir unseren Kunden im preissensiblen Werbemittelbereich weiterhin preisgünstige und dennoch qualitativ hochwertige Keramikprodukte anbieten. Zu diesem Zweck sind

wir persönlich nach Indien gereist, um uns dort von der Qualität der Produkte überzeugen zu können“, erklärt Geschäftsführer Torsten Münich.

ERFOLGREICHE STANDORTSUCHE

Das Global-Innovations-Team begutachtete hierzu mehrere unterschiedliche Standorte, die für ihre Keramikproduktion bekannt sind – unter anderem Ahmedabad, Morbi, Jaipur und Neu Delhi. „90 Prozent der besichtigten Fabriken entsprachen nicht unseren Qualitätsstandards, da die meisten der produzierten Produkte große Mängel aufwiesen und damit für den deutschen Markt absolut ungeeignet waren“, so Münich weiter. „Auch Fabriken, vor allem aus dem Bereich Stoneware, die zunächst einen guten Eindruck auf uns machten, da

die Qualität sehr gut erschien, stellten sich im Nachhinein als sehr unzuverlässig heraus. Allerdings konnten wir auch einige Fabriken finden, die nicht nur herausragende Qualität, sondern auch besten Service anbieten können.“

HOCHWERTIGES AUS BONE CHINA

Eine dieser Fabriken hat sich auf die Produktion von Bone China spezialisiert. Bone China ist ein sehr edles und hochwertiges Porzellan. Es zeichnet sich aus durch seine sehr weiße, brillante Farbgebung und ist im Vergleich zu vielen anderen Weichporzellanen sehr widerstandsfähig. Die ausgewählte Fabrik bietet eigene Kollektionen an und produziert nach Kundenwunsch. Hauptprodukte hierbei sind Tassen, Milchkannen, Tee-Sets, Tafelservice oder Vasen. Torsten Münich: „Die Fabrik ist sehr modern ausgerichtet, entwickelt sich ständig weiter und orientiert sich an den neusten europäischen Trends. Zum größten Teil werden dort neue deutsche Maschinen verwendet. Außerdem werden sämtliche Sicherheitsregelungen und Qualitätsstandards eingehalten. Weiterhin gibt es einen sehr strengen internen Quality Check, bei dem nur beste A-Ware akzeptiert wird.“ Die Fabrik ist zertifiziert nach ISO 9001:2008 und TÜV-geprüft (Materialzertifikat: LFGB). „Die Fabrikmitarbeiter sind sehr gut ausgebildet und arbeiten sehr zuverlässig. Selbstverständlich ist auch die Einhaltung aller sozialer Richtlinien“, bekräftigt Münich.

EIGENE KOLLEKTIONEN

„Im Zusammenhang mit der Entwicklung von Werbemitteln arbeiten wir schon seit über einem Jahr mit Professoren des Fachbereichs Design verschiedener Universitäten zusammen. Diese entwickeln sowohl das Design für neue innovative Werbemittel – gezielt für bestimmte Kunden im Rahmen von Semesterprojekten – als auch eigene Kollektionen im Bereich Tischware aus Porzellan. Hier besteht auch die Möglichkeit, speziell auf den Kundenwunsch ausgerichtete Kollektionen zu entwickeln“, so der Global-Innovations-Geschäftsführer abschließend.

www.globalinnovations.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



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



Exotisches Ambiente für Werbeartikel in Hamburg: Die alte Dressurhalle des Tierparks Hagenbeck.

BWL-NEWSWEEK WEITER AUF WACHSTUMSKURS

ON THE ROAD AGAIN

Die Newsweek, Neuheitenshow des Bundesverbandes der Werbeartikel-Lieferanten (BWL), war auch in diesem Frühsommer wieder mit bewährtem Konzept unterwegs. Vom 4. bis 20. Juni machte die Tour achtfach erfolgreich Station in sieben deutschen Städten.

Nach dem diesmal vorgezogenen Eröffnungstermin Mitte April bei den Nachbarn in Österreich begannen rund 100 BWL-Mitgliedsunternehmen ihre Deutschlandrunde im eindrucksvollen „The Squire Conference-Center“ am Frankfurter Flughafen mit dem gut besuchten Handelstag. Tags darauf startete die Newsweek in ih-

rer Rolle als „schlüsselfertige Hausmesse“ für Werbemittelhändler und -berater am gleichen, schon 2012 bewährten Ort ihre Tour durch sieben Städte der Republik. Die weiteren Anlaufstellen waren ebenso verkehrsgünstig gelegene wie attraktive Locations in Wuppertal (Historische Stadthalle), Hamburg (Alte Dressurhalle Hagen-

beck), Berlin (Eventisland), Ludwigsburg (Reithaus), Nürnberg (Grundig-Stadion) und München (Wappenhalle).

ZUNEHMENDE ATTRAKTIVITÄT

Die reichhaltige Mischung von klassischen Produkten und neuen gegenständlichen Werbeideen lockte diesmal noch mehr Händler mit ihren Kunden als an die Schauplätze der Newsweek 2012. BWL-Geschäftsführer Ralf Samuel freute sich bereits Mitte der ersten Woche über eine „Rekordbeteiligung des Handels“. Schon der Auftakt am 17. April in Wien mit 446 Besuchern (im Vorjahr „nur“ 386) ließ weitere positive Zahlen erwarten. Letztlich konnten die ausstellenden BWL-Mitglieder auch im elften Newsweek-Jahr der Erfolgsgeschichte dieser in ihrer Art einzigen mobilen Hausmesse ein weiteres erfreuliches Kapitel hinzufügen. „Das liegt fraglos an der stetig zunehmenden Attraktivität der qualitativ hoch stehenden Veranstaltung, die sich in-



Produkt-Highlights, Services, Insider-Informationen und intensive Gespräche machten die BWL-Newsweek auch diesmal zum echten Branchentreff.



The Squire Conference-Center am Frankfurter Flughafen erwies sich für den Handelstag als Volltreffer.



ler die Runde. Das könnte beispielsweise gerade für den Handelstag am Frankfurter Flughafen zutreffen“, erklärt Ralf Samuel. Dabei erwies sich die Squire-Location als Volltreffer: 327 (Vorjahr: 300) Fachbesucher von Handelsagenturen an einem Tag (für die gleiche Zahl benötigte man 2011 sogar zwei Tage). „Der Handelstag bot fast schon einen familiären Branchenrahmen und ist auf dem besten Wege zu einer festen Instanz“, so Samuel.

ERFREULICHE BILANZ

Den Besucherrekord der diesjährigen Tour gabs am folgenden Industrietag in Frankfurt mit 581 Besuchern (Vorjahr in Offenbach: 543 Personen) zu verzeichnen. 409 Besucher kamen in diesem Jahr zur Veranstaltung in die Wuppertaler Stadthalle (Vorjahr: 380). Der Abstecher in Deutschlands Norden wiederholte in etwa die guten Zahlen aus dem Vorjahr: Hamburg mit 320 (Vorjahr: 345) und Berlin mit 432 (Vorjahr: 441) Gästen entsprachen dabei den positiven Erwartungen. Ein trotz tropischer Temperaturen deutlicher Besucherzuwachs zum Vorjahr (345 zu 297) durfte in Ludwigsburg registriert werden. Und wie schon vor Jahresfrist sorgte das Frankenland erneut für eine Spitzenquote: Den 415 Besuchern (Vorjahr: 446) in Nürnberg folgten dann tags darauf in München 296 (Vorjahr: 383) interessierte Kunden.

„ECHTER BRANCHENTREFF“

Dementsprechend optimistisch fiel denn auch das Fazit Ralf Samuels aus: „Unter dem Strich erwies sich das Kommunikationsinstrument BWL-Newsweek von Konzept und Umsetzung her einmal mehr als effizient, praxis- und branchentauglich. Auch nach elf Jahren hat die partnerschaftliche Lieferanteninitiative keine Patina angesetzt. Im Gegenteil: Nachfragen, Vorabreservierungen und Buchungen steigen von Jahr zu Jahr. Da macht auch 2013 keine Ausnahme. Die Newsweek mit ihren Produkt-Highlights, Services, Informationen und intensiven Gesprächen hat sich als echter Branchentreff in den Köpfen und Herzen der Branchenprofis fest etabliert.“

www.bwl-lieferanten.de



zwischen überall herumgesprochen hat“, so die Einschätzung Samuels. Dies dokumentieren auch die in diesem Jahr sogar noch etwas gestiegenen Besucherzahlen. Insgesamt folgten den Einladungen der BWL-Lieferanten und ihrer Partneragenturen 3571 Personen (Vorjahr: 3521).

BEWÄHRTE LOCATIONS

„In diesem Kontext kann in Einzelfällen auch der Rückgriff auf bewährte Standorte und Locations hilfreich sein. ‚Gelernte‘ Veranstaltungsorte – so sie ein adäquates Qualitätsprofil aufweisen – rutschen einfacher in die Terminkalender und machen schnell-



Moderne Messe in historischem Ambiente.

MARKE[DING] WIEN 2013

MODERNE MESSE IN HISTORISCHEM AMBIENTE

Auf der m[d]Wien 13, der größten Werbemittelmesse Österreichs, präsentierten rund 100 Werbeartikelhersteller zuletzt im beeindruckenden Ambiente der Wiener Hofburg dem Fachpublikum die neuesten Trends, eine Vielzahl an Markenprodukten und viele weiterführende Werbeideen. Dabei warfen die Aussteller aus der Werbemittelbranche auf rund 3 000 Quadratmetern ihre geballte Beratungskompetenz in die Waagschale.

Im historischen Ambiente der Hauptstadt der Alpenrepublik scheint die Zeit stillzustehen. Pferdefuhrwerke auf Kopfsteinpflaster und klassizistische Gebäude prägen das Stadtbild des ersten Wiener Bezirks. Dass Wien aber bekanntlich auch eine lebendige Unternehmenskultur mit internationaler Ausrichtung pflegt, unterstrichen

zuletzt auch die Initiatoren der markeldingl Wien 2013, kurz m[d] Wien 13.

BEACHTLICHE RESONANZ

Die Eckdaten, mit denen die m[d] Wien 13 aufwartete, konnten sich sehen lassen, wurden jedoch von einem Platzregen etwas getrübt: Im Wonnemonat Mai hatten sich im Kongresszentrum Hofburg Wien 105

Aussteller aus 8 Nationen auf einer Fläche von über 3 000 Quadratmetern versammelt, um rund 1 500 registrierten Geschäftsführern sowie Marketing- und Einkaufsleitern mehr als 10 000 Werbeartikel und Werbemittel zu präsentieren. Schließlich fanden sich am Ende exakt 1 161 Besucher ein und damit knapp 200 Menschen weniger als

im Vorjahr. Doch trotz des rund zweistündigen Wolkenbruchs gegen 15 Uhr – in dieser Zeit wurden gerade einmal 30 Besucher eingeklickt – zeigte sich Veranstalter Martin Zettl am Ende zufrieden: „Die marke[ding] hat sich als die österreichische Plattform für die besten Werbeartikel-Ideen etabliert und ist heute der wichtigste Impulsgeber für die Branche.“ Und das Angebot hielt, was es versprach, und informierte über die neuesten Trends der haptischen Werbung. Die Messe vermittelte den Industriekunden der fünf einladenden marke[ding]-Händlerpartner Schrecks Goodies, Nowak, Ebetshuber, KW Open sowie Forum Werbegeschenke – allesamt aus dem gesamten Bundesgebiet Österreichs – Ideen und Tipps für Incentives und Kundengeschenke. Im imperialen Ambiente einer der schönsten Event-Locations des Landes ließen sich die Entscheidungsträger aus der Wirtschaft von Premium-Produkten internationaler Top-Aussteller inspirieren. Zettl: „Neben vielen anderen stellen auch Markenartikler wie WMF, Zippo, FaberCastell und Victorinox ihre Produkte aus.“ Erstmals dabei waren in diesem Jahr Sigel und Schwarzwolf. Die Kunden des einladenden Händler-Quintetts wurden zudem mit einem VIP-Catering verwöhnt.

DIGITALE ABWICKLUNG FÜR MEHR EFFIZIENZ

Wie modern diese nunmehr zum dritten Mal im Kongresszentrum der Hofburg organisierte Veranstaltung ist, demonstrierte die völlig papierlose Eventabwicklung über das digitale Messeabwicklungssystem dMAS. Die neue Software für Geschäftsabwicklung von artworx beförderte die Messe ins digitale Zeitalter: Mehr als 100 Aussteller und mehrere Tausend erfasste Anfragen – das war das Ergebnis des Einsatzes von dMAS auf der m[dl] Wien 13. Dank des neuartigen Systems lassen sich Anfragen und Auftragserteilungen problemlos digital verarbeiten. Die innovative Software ermöglicht somit Geschäftsabwicklung in Echtzeit. Die Aussteller scannen die codierten Tickets der Besucher am Stand, sehen sofort, mit wem sie sprechen, und sind überdies in der Lage, die Anfra-



Martin Zettl, Organisator der marke[ding].



ge zu erfassen und im selben Moment das Angebot fertigzustellen. „Anfragebücher und -blätter gehören demnach ab sofort der Vergangenheit an, denn der Nutzer erfasst sämtliche Kundenwünsche mittels intelligentem Anfrageformular, das im Hintergrund automatisch ein Angebot generiert“, so Markus Tückmantel, Geschäftsführer von artworx und Entwickler der vor drei Jahren lancierten und unlängst aufwendig upgedateten Software. Wer auf Ausstellerseite bereits im Vorfeld der Messe Vorlagen mit seinen meistgenutzten Artikeln erstellt und eingepflegt hat, konnte per dMAS-Assistenten mittels übersichtlichem und individuell anpassbarem For-

mular mit wenigen Mausklicks die Anfragen der Kunden erfassen, abspeichern und dem eigenen Innendienst zuleiten – und hatte damit bereits am Messeabend mit dem Gros der Nachbearbeitung abgeschlossen.

NEUE MARKETING-MESSE IM SEPTEMBER

Bereits in Wien warf die marke[ding] plus, Österreichs einzige Fachmesse für Promotion, Event und Kommunikation und Weiterentwicklung der marke[ding], ihre Schattenvoraus. An zwei Tagen, vom 17. bis 18. September, werden im modernen Kongresszentrum der Messe Wels zahlreiche internationale Aussteller ihre Produkte und



Immer wieder spannend: Werbeartikel, Markenprodukte und Kommunikationsideen live.



Dienstleistungen präsentieren. Von Marketing, Kommunikation, Online-Marketing, klassische Werbung, Direktmarketing und Druck bis zu Werbeartikeln mit PoS-Mitteln und Werbemöbeln reicht das Angebot. Auch die Bereiche Event-Marketing, Veranstaltungstechnik, Messebau und Catering werden dort vertreten sein. „Das umfassende Konzept baut auf dem bereits erfolgreichen Kern der marke[ding] auf: ein wesentliches Argument für Aussteller, die damit einen klaren Mehrfachnutzen im Kontakt zu potenziellen Kunden sehen“, erklärte der Projektleiter. Mit Wels wurde aufgrund der zentralen Lage im Land sowie der perfekten Infrastruktur rund um

das neue, moderne Messezentrum der passende Standort gefunden, der selbst Unternehmer aus dem nahen Bayern anziehen soll.

VERLEIHUNG DES MARKE[ding] AWARDS

Im Rahmen der marke[ding] plus im September wird zudem in einer feierlichen Zeremonie der marke[ding] award 2013 verliehen. Aus 40 bis Anfang April eingesandten Produkten wählten Besucher der marke[ding] in Wien sowie Online-Voter auf www.markeding.at die jeweils zehn besten Werbeartikel in den Kategorien Neuheit und Mailingverstärker. Damit hatten die Messebesucher die Möglichkeit, mit-

zuentscheiden, wer den marke[ding] award gewinnen soll. Nach der Bewertung durch eine Fachjury, die sich aus Vertretern der Händlerpartner der marke[ding] zusammensetzt, werden in Wels die zehn Sieger in der Kategorie Neuheit 2013 der Werbeartikel des Jahres nach Gesichtspunkten der Kreativität, Innovation und Funktionalität geehrt. In der Kategorie Mailing-Verstärker erreichen zehn Produkte von Unternehmen einen Platz auf dem Podium, die neben der Originalität des Werbeartikels auch die Einbindung in ein Mailing und die Auswirkungen auf die Effizienz am besten umgesetzt haben.

www.markeding.at



► PSI

DER ► PSI WEBSHOP

Neue Kunden, neuer Umsatz.
Ihr neuer Service.



PSI Mitgliedspreis
EUR*
34,-
monatlich

Termine Roadshow

04. & 05.09. Utrecht¹, NL

17. & 18.09. Wels², AT

23.09. Köln, D

24.09. München, D

25.09. Mannheim, D

26.09. Frankfurt / Main, D

Anmeldung unter:

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

¹ Wir sehen uns auf den Leverancierstagen
² Wir sehen uns auf der marke[ding]

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:

XING  

 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.



PSI Marketingschef Daniel Meffert (r.) erläuterte die Vorteile des PSI Webshops.



PSF FORUM 2013

HAPTISCHE ERLEBNISWELT AM VIERWALDSTÄTTER SEE

Am 16. Mai erlebte das PSF Forum, die Werbeartikelmesse des schweizerischen Werbeartikelverbandes Promoswiss, eine weitere erfolgreiche Auflage. Bereits zum dritten Mal in Folge fand die Veranstaltung im historischen Zeugheersaal des Schweizerhofs in Luzern statt.

Mit aktuellen Trends und Innovationen aus nahezu allen Bereichen gegenständlicher Werbung verwandelten 66 Aussteller den imponierenden Raum des Traditionshotels am Vierwaldstätter See für einen Tag in eine haptische Erlebniswelt par excellence. Der 1865 eröffnete, von Leonhard Zeugheer

entworfene Saal, dessen Schmuck und Architektur im Neurenaissance-Stil im Verlauf seiner fast 150-jährigen Geschichte schon viele Persönlichkeiten bewunderten, gab auch diesmal einen glänzenden Rahmen für namhafte Hersteller und Lieferanten der Branche ab. Auch das PSI Netzwerk war mit einem eige-

nen Stand vertreten, an dem Marketingchef Daniel Meffert den Schweizer Werbeartikelhändlern die Vorteile des PSI Webshops erläuterte.

KONZENTRATION AUF DAS WESENTLICHE

Zwar hatten sich weit mehr Unternehmen um einen Platz in der Neuheitenschau be-



Einen durchweg anregenden Tag im Zeichen des Werbeatikels erlebten die Fachbesucher des PSF Forums.



Die glücklichen Sieger: (v. l.) Günter Schmidt, Fare (PromoFritz Bronze); Peter Meier, Swiss Advance (PromoFritz Innovation); Sergio Maurizi und Barbara Hicklin, diewerartikel GmbH (PromoFritz Kampagne); Klaus-Jürgen Oehlmann, Pelikan (PromoFritz Design); Martin Hopp, Moleskine/Exclusive Gifts b2b Distributor (PromoFritz Silber); Sascha Behrendt, WOW Products (PromoFritz Gold).

worben, doch zählt es zum Konzept des PSF Forums, die Auswahl der Aussteller in überschaubaren Grenzen zu halten. Bewusst fokussiert man sich bei Promoswiss dabei auch auf einen Tag, um einen machbaren Durchlauf für das eingeladene Fachpublikum zu gewährleisten. Auch die einheitlich gehaltenen Präsentationstische für die Produkte gehören zum Plan, der gleiche Bedingungen für alle Ausstellenden sichert und bei einigen langjährigen Branchenteilnehmern Erinnerungen an die Anfangszeiten der PSI Messe weckte. Diese „Beschränkung“ aber vermeidet Ablenkung durch etwaig imponierende Standbauten und fordert Aussteller wie Besucher zur Konzentration auf das Wesentliche: die Produkte, ihre Anmutung, ihren Nutzen, ihre Wirkung, ihre Einsatz- und Kombinationsmöglichkeiten auf dem Spielfeld erfolgreichen Marketings.

„SPIELENDE VERKAUFEN“

Das Bewusstsein um die Potenziale gegenständlicher Werbung nicht nur zu wecken, sondern weiter zu vertiefen, ist denn auch eines der Hauptanliegen des Schweizer Verbandes und seiner Aktivitäten. Und das PSF Forum erweist sich als wichtiges Element bei der Umsetzung dieser Verbandsziele. Entsprechend elan- wie planvoll agie-

ren die Promoswiss-Mitglieder auf ihrem Terrain. Praktisches Anschauungsmaterial zur Genüge hierfür lieferte die aktuelle Forums-Veranstaltung. Aber auch für die theoretische Fundierung hatte man wieder gesorgt: Eingebettet ins Pogramm war ein hellsichtiger Fachvortrag zum Thema „Spielend verkaufen“ des Sales-Experten Virgil Schmid, der zahlreiche Anregungen lieferte, wie der Kunde auf emotional-sympathische Art zu überzeugen sei.

PERFEKTE ORGANISATION

Der intensive Tag im Zeichen des Werbeatikels mit vielen verheißungsvollen neuen Geschäftskontakten fand seinen angemessenen Abschluss in einem Galadiner für alle teilnehmenden Aussteller und Gäste des Werbeatikelhandels. Allseits gelobt wurde die perfekte Organisation der Veranstaltung durch die Mitglieder des Promoswiss-Vorstandes unter der Ägide ihres neuen Präsidenten Roger Riwar, der zu Beginn des Abends die Bedeutung der Geschäftsbeziehung zwischen Lieferant und Händler betonte, sich für den Einsatz des neu gewählten Vorstandsteams sowie aller Helfer bedankte und abschließend allseits „entspannte Stunden im Kreis unserer Branche“ wünschte. Während dieser Soiree wurden erneut die Promoswiss-Branchenawards verliehen (siehe eigener Kasten). Die Moderation übernahm Riwar's Vorgänger Marcel Spiess. Für stimmungsvolle musikalische Untermalung sorgte das Trio „Celtic Spirits“.

IM CABRIO AUF 2000 METER

Begonnen hatte der gelungene Promoswiss-Jahresevent allerdings schon am Vortag, an dem die Veranstalter zum traditionellen Ausstellerabend baten. Diesmal ging's hoch

DIE PROMOFRITZ-GEWINNER 2013

Mit dem PromoFritz-Award zeichnet der Verband der schweizerischen Werbeatikelindustrie herausragende Werbeatikel und Kampagnen aus.
 PromoFritz-Award „Werbeatikel des Jahres“ in der Kategorie Gold: WOW Products für den Mini-Lautsprecher „Original BoomBall“
 Silber: Exclusive Gifts B2B für den „Moleskine Rémy Martin Kalender 2012“
 Bronze: FARE für den asymmetrischen Regenschirm „FARE Exzenter“
 Award in der Kategorie „Innovation“: Swiss Advance für ihre Grillgabel made in Switzerland
 Design-Award: Pelikan für den Kugelschreiber „Laser Flex P' 3115“
 Kampagne des Jahres: diewerartikel gmbh mit den Maskottchen „Die Rondos“

hinaus, und zwar mit der ersten Cabrio-Seilbahn der Welt, die über den üblichen Gondelkabinen über ein offenes Oberdeck verfügt und die Gäste aufs knapp 2000 Meter hohe Stanserhorn beförderte. Im dort gelegenen Drehrestaurant gab's zum Abendessen noch einen eindrucksvollen Panoramablick auf darum gruppierte Alpenriesen. www.promoswiss.ch



„Kontakte und Gespräche sind das A und O“



PROMOSWISS-PRÄSIDENT ROGER RIWAR IM GESPRÄCH

Seit März 2013 hat Promoswiss, der Branchenverband der Schweizer Händler und Hersteller von Werbeartikeln, einen neuen Präsidenten. Der 54-jährige Werbeartikelprofi Roger Riwar, zuvor Vize-Präsident und Ressortleiter Finanzen, ist mit seinen mehr als 30 Jahren Erfahrung ein ausgewiesener Branchenkenner. Am Rande des diesjährigen PSF Forums stand er uns für ein Gespräch zur Verfügung, in dem er uns über die Jahresveranstaltung des Promoswiss, die künftigen Pläne des Verbandes unter seiner Ägide und Trends der Branche Auskunft gab.

Herr Riwar, wie sind Sie mit dem ersten PSF Forum unter Ihrer Leitung zufrieden?

Vorab möchte ich festhalten, dass das PSF Forum von einem Team organisiert wird. Thomas Oester und Michael Mätzener, beides langjährige Vorstandsmitglieder von Promoswiss, leisten einen großen Anteil; wir sind ein perfekt eingespieltes Team. Mit der Ausgabe 2013 sind wir sehr zufrieden. Die Zahl der Aussteller konnte leicht erhöht werden. Die Besucherzahlen sind gegenüber dem Vorjahr praktisch konstant geblieben. Die Organisation hat hervorragend funktioniert und die Feedback-Meldungen der Aussteller wie auch der Besucher waren ausschließlich positiv bis enthusiastisch. Auch der traditionell originelle Ausstellerabend am Vortag wurde sehr geschätzt. Mit der weltweit ersten Cabrio-Seilbahn wurden wir auf das 1989 Meter ü. M. hohe Stanserhorn getragen. Die Aussicht zwischen Sonnenschein und Nebelschwaden auf das Schweizer Mittelland

und Luzern war großartig und mystisch zugleich. Ein unvergessliches Erlebnis.

Werden Sie am Konzept der Veranstaltung festhalten?

Ja, auf jeden Fall. Unser PSF Forum ist eben grundsätzlich nicht als herkömmliche Ausstellung konzipiert, sondern wie der Name sagt als Forum. Kontakte und Gespräche sind das A und O unseres Anlasses. Es geht nicht darum, möglichst viele Produkte zu präsentieren, sondern die Novitäten zu zeigen, mit den Schweizer Händlern ins Gespräch zu kommen und gemeinsame Lösungen zu erörtern. Viele Aussteller haben den Charakter unseres Forums erkannt und sind mit Erfolg am PSF dabei.

Gibt es wichtige Anliegen, die Ihnen und Ihren Verbandskollegen besonders am Herzen liegen?

Wir haben einige Kernprojekte angestoßen und werden rasch und zielführend darauf hinarbeiten. Es sind nach unserer Auffassung sehr wichtige Projekte, die die gesamte Werbeartikelbranche in der Schweiz und auch unseren Verband weiterbringen sollen.

Der Verband Promoswiss ist im Gespräch mit der Hochschule St. Gallen, um eine gesamtschweizerische Werbeartikelstudie in Auftrag zu geben. Mit dieser Studie möchten wir die Schlagkraft der Werbeartikel aufzeigen und als Nebenprodukt wieder in die schweizerische Werbestatistik WEMF aufgenommen werden.

Wir arbeiten derzeit einen Bildungs-Lehrgang aus, welcher erlaubt, die kaufmännische Lehre als Werbeartikel-Kaufmann abzuschließen. Dieser Lehrgang soll dann auch in die Marketing- und Kommunikations-Lehrgänge der verschiedenen privaten und institutionellen Ausbildungsanbieter einfließen. Bis zu unserer Mitgliederversammlung im Herbst werden die Arbeiten ziemlich fortgeschritten sein.

Weiter möchten wir als Schweizer Verband auch die Romandie (Westschweiz) erschließen. In der französischsprachigen Schweiz sind wir noch untervertreten. Das ist eines meiner persönlichen Anliegen. Als Schweizer Verband haben wir den Anspruch, in der ganzen Schweiz vertreten zu sein.

Wie definieren Sie Ihre Aufgaben als Präsident von Promoswiss? Haben Sie ein spezielles persönliches Ziel im Rahmen Ihrer neuen Rolle?

Als Teamplayer bin ich natürlich froh, dass wir unseren Vorstand mit Top-Leuten aus unserer Branche besetzen konnten. Bereits vor vielen Jahren haben wir die Händler und Lieferanten in unserem Verband zusammengeführt. Auch im Vorstand sind beide Seiten vertreten. Das hat sich sehr bewährt. Als Präsident sehe ich mich als Moderator und als Botschafter des Verbandes und der Branche. Meine persönlichen Ziele habe ich bereits an der Generalversammlung definiert. Wir streben ein qualitatives Wachstum innerhalb von Promoswiss an. Ein wichtiges Ziel ist, wie vorhin erwähnt, die „Eroberung“ der Westschweiz; und die Wer-



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



Den traditionellen Abschluss bildete ein Galadiner mit Ausstellern, Besuchern und Gastgebern im Schweizerhof in Luzern.



Sehen Sie bestimmte neue Markt- oder Marketingtrends auf dem Gebiet gegenständlicher Werbung?

Ja, leider sind es negative Trends. Ich kann das mit vier Worten zusammenfassen: Immer schneller, immer günstiger. Das ist natürlich kein erstrebenswerter Trend für die Werbearbeitler-Unternehmer. Darunter leiden nicht selten die Qualität und praktisch immer die Marge.

Ansonsten kann ich keine unglaublich innovativen Trends beobachten. Ohne jemandem auf die Füße treten zu wollen: Ein neu gestalteter Eiskratzer mit integriertem Feuerzeug macht noch keinen Winter. Wichtig scheint mir, dass unsere Branche den Fokus auf die Gesamtheit der Kommunikation einstellt. Eine Werbekampagne ohne Einsatz eines geeigneten Werbearbeiters ist mit Sicherheit keine Top-Kampagne. Und ein isoliert und uninspiriert eingesetzter Werbearbeiter wird kaum die hohen Ansprüche unserer Kundschaft erfüllen.

Aus diesen Gründen treiben wir unsere Bildungsprojekte voran. Die Ernte werden wir wahrscheinlich erst in fünf, zehn vielleicht zwanzig Jahren einfahren. Aber vorausdenken hat sich noch immer bezahlt gemacht.

Herr Riwar, vielen Dank für das Gespräch!



Der neue Promoswiss-Präsident Roger Riwar begrüßte die Abendgäste.

beartikel-Branche soll in der Öffentlichkeit so wahrgenommen werden, wie sie es verdient. Weiter suche ich das Gespräch mit den Verbänden der Nachbarstaaten. Viele Probleme und auch Lösungsansätze sind grenzüberschreitend. Ein Termin mit dem VÖW ist bereits fixiert.

Wie schätzen Sie die derzeitige Situation des Schweizer Werbearbeitlermarktes vor dem Hintergrund des aktuellen wirtschaftlichen Umfelds ein? Gibt es hier eidgenössische Besonderheiten?

Als eines der wirtschaftlich stabilen Länder geht es der Schweiz und auch unserer Branche ansprechend. Allerdings stellen wir seit Kurzem fest, dass die Euro- und Schuldenkrise auch unsere Wirtschaft bedrängt. Die Preise sinken, der Druck auf unsere Branche ist gewachsen. Eine Prognose zu wagen, finde ich zu heikel. Da liegen selbst Fachleute dauernd daneben.

Messe [sək'sɛsfʊl]

Pronounced 'successful'. When year after year more than 150,000 exhibitors meet with 85% of all decision-makers in the German economy, you should be there. At German trade fairs. Where deals are actually made. Be part of it! From choosing a trade fair to tried-and-tested planning tools, we will support you.

www.erfolgmessen.de





PROMOTÜRK POWERED BY PSI 2013

WERBUNG FÜR ALLE IN DER TÜRKEI

Promotürk powered by PSI, die 28. Auflage der türkischen Werbeartikelmesse und das wichtigste Meeting der Werbebranche in Eurasien, öffnet in diesem Jahr vom 19. bis 22. September für vier volle Tage in Istanbul ihre Pforten.

Passend zum konjunkturellen Aufschwung der türkischen Wirtschaft und zu den lebhaften Marketing- und Kommunikationsaktivitäten des Landes will die Promotürk powered by PSI Farbe, Vielfalt, Innovationen und neue Ideen in das Cnr-Expo Center / Istanbul Fuar Merkezi, Yesilkoy, bringen. Allein die mittlerweile 28. Auflage der Messe unterstreicht, dass die

Promotürk zu einem festen Datum im Kalender geworden ist, nicht nur für die Werbebranche in der Türkei, sondern auch in Eurasien. Günay Arslan, Projektmanagerin der Promotürk powered by PSI: „Die Ausstellungsteilnehmer sind voller neuen Ideen für 2013 und für die Zukunft. Bis jetzt haben sich über 100 Aussteller angemeldet und wir erwarten noch mehr.“

FRISCHE IDEEN

Den Besuchern präsentiert sich während der Messe ein ideenreicher Querschnitt werbestarker Produkte, darunter Designartikel, Erzeugnisse aus Porzellan, Glas, Leder und Textilien, Papierwaren, Elektronik- und Kosmetikartikel. Schon auf der Promotürk 2012 standen fantasievolle Innovationen im Mittelpunkt. Auch die diesjährige Messe wird auf dieser Ebene punkten. Unter den frischen Ideen der Aussteller von 2013 finden sich die für die türkische Werbebranche typischen 1-Gramm-Gold-Werbegaben, funktionale Kleidungsstücke, Geschenkkartons, Kultobjekte, ökologisch nachhaltige Produkte und viele andere Artikel, die charakteristisch sind für türkische Hersteller.

HANDELSBRÜCKE ISTANBUL

Die Messe 2013 präsentiert sich über vier Tagen in einem betont besucherfreundlichen Ambiente. Ökologisch nachhaltig und elegant gestaltete Stände bieten den Besuchern Zeit für intensive und gewinnbringende Gespräche. Der Messestandpunkt Istanbul als Tor, das Asien und Europa verbindet, ist nicht nur Gastgeber für Besucher aus Asien und Europa, sondern auch für Fachleute aus Nordafrika, Nahost und den GUS-Staaten. Die Stadt, die Kontinente verbindet, gewinnt zunehmend an Bedeutung als multinationaler Wirtschaftstreffpunkt.

FAKTEN DER PROMOTÜRK 2012

An der Promotürk powered by PSI Messe 2012, organisiert von ITE Group Plc. Turkey Office EUF (E International Fairs) und Promotürk, dem Verband der Werbeartikel-Hersteller und -Händler, nahmen rund 170 Aussteller teil. Die Fachbesucher setzten sich zusammen aus Vertretern der Telekommunikations-, Automobil- und Pharmabranche sowie von Banken, der Nahrungsmittelindustrie, Haushaltsgerätehersteller, der Tourismus- und Gesundheitsbranche und vielen anderen. In diesen vier Tagen besuchten 8216 nationale und 765 internationale Fachleute die Messe. Nähere Informationen und Anmeldungen gibt es unter folgenden Links:

www.ite-turkey.com – www.euf.com.tr <



„OPTIMALER ORT FÜR EVENTS DER WERBEARTIKELBRANCHE“



Günay Arslan, Project Manager, ITE Group PLC./EUFA S.

Anlässlich der kommenden Messe sprachen wir mit Günay Arslan, Projektmanagerin der Promotürk powered by PSI.

Frau Arslan, sind Sie mit dem Verlauf der Promotürk powered by PSI Events in den letzten drei Jahren zufrieden?

In den letzten drei Jahren haben wir mit wertvoller Unterstützung von Promotürk, dem türkischen Verband der Werbeartikelindustrie, PSI und dem internationalen Netz der ITE-Gruppe positive Ergebnisse erzielt, insbesondere im Hinblick auf internationale Besucher. Im Jahr 2011 zählten wir 480 internationale Besucher, im Jahr 2012 waren es schon 765 und dieses Jahr hoffen wir auf 1000. Wir freuen uns, dass das Event trotz der wirtschaftlichen und politischen Entwicklungen weiterhin an Bedeutung gewinnt, sowohl für die Aussteller als auch für die Besucher. Darüber hinaus freue ich mich, dass unsere Messe einen typischen

türkischen Stil hat: vibrierend, farbenfroh, orientalisches, westlich – eine Mischung aus allem.

Wie bewerten Sie die aktuelle Situation des Werbeartikelmarkts in der Türkei?

Der Werbeartikelmarkt sollte jederzeit so innovativ und kreativ sein und sich so weiterentwickeln, wie er es gerade jetzt tut. Die türkischen Hersteller und Händler können sich den unterschiedlichen Anforderungen und Herausforderungen anpassen. Istanbul's unmittelbare Nähe zu Europa und Asien, die schnellen Lieferzeiten und die vernünftigen Preise machen sie zu Herstellern und Händlern erster Wahl. Ihr diesjähriges Motto lautet „Wir fertigen für Sie“, was die Nachfrage vereinfacht und Bereitschaft signalisiert.

Welche Empfehlung würden Sie internationalen Besuchern und Ausstellern geben?

Ich würde Ihnen vorschlagen, den pulsierenden türkischen Werbeartikelmarkt zu begutachten und zu testen. Der erste Schritt hierfür wäre der Besuch oder die Teilnahme an der Promotürk powered by PSI.



BSCI FÜR WERBEMITTEL

GLAUBWÜRDIGKEIT IN DER LIEFERKETTE

Wer Werbemittel an Konzerne verkaufen will, kommt an einer Mitgliedschaft in der Business Social Compliance Initiative (BSCI) kaum vorbei. Die Mitgliederzahl der BSCI wächst ständig, ihre Wirkung jedoch ist umstritten. Nun hat die Initiative dazu eine wissenschaftliche Studie vorgelegt.

Die Business Social Compliance Initiative feierte im Juni ihr 10-jähriges Bestehen. Über 1000 Unternehmen und Verbände aus den Bereichen Textil, Nahrung und Konsumgüter haben sich der Initiative der Foreign Trade Association angeschlossen und über 20000 Audits nach dem BSCI-Kodex durchgeführt. Dieser Verhaltenskodex basiert auf den wichtigsten internationalen Übereinkommen zum Schutz der Rechte von Arbeitern – den ILO-Kernarbeitsnormen, den OECD

Guidelines und dem UN Global Compact – und umfasst die folgenden Punkte:

- Vereinigungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen
- Verbot der Diskriminierung
- Verbot von Kinderarbeit
- Entlohnung mindestens in Höhe der lokalen gesetzlichen Mindestlöhne
- Arbeitszeiten entsprechend der nationalen Gesetzgebung, maximal 48 Stunden pro Woche und maximal zwölf Überstunden pro Woche

- Verbot von Zwangsarbeit und Disziplinarmaßnahmen
- Schutz von Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- Umweltschutz
- Soziale Verantwortung
- Managementsysteme sowie eine Anti-Bestechungs- und eine Anti-Korruptionspolitik

Dabei appelliert die BSCI an die Freiwilligkeit der Mitglieder, diese Vorgaben umzusetzen. Die Sanktionsmöglichkeiten sind begrenzt: Wer keine Anstrengungen unternimmt, die Vorgaben umzusetzen, der wird ausgeschlossen. Das passierte im vergangenen Jahr 14 Mitgliedern.

ENTWICKLUNGSORIENTIERTER ANSATZ

Die BSCI vertritt selbst einen entwicklungsorientierten Ansatz: Audits bilden dabei den Ausgangspunkt für Verbesserungen in den Zulieferbetrieben, bei denen die Initiative die Lieferanten ihrer Mitglieder unterstützt. Durch den einheitlichen Kodex und einheitliche Zertifizierungen will sie zugleich Kosteneinsparungen verwirklichen. Zudem will die BSCI einen Dialog mit allen relevanten Stakeholdern führen. NGOs kritisieren die fehlende Transparenz seitens der BSCI, deren Mitglieder wiederum darauf verweisen, dass die Arbeit mit den Zulieferern Vertrauen braucht. Als eine Antwort auf die Kritik von Nichtregierungsorganisationen gehören seit 2011 NGO-Vertreter zum „Steering Committee“ der Handelsinitiative.

WAS BEWIRKT DIE BSCI?

Die aus einem Projekt der Außenhandelsvereinigung des Deutschen Einzelhandels



Susanne Regler, Qualitätsmanagerin bei elasto form.

(AVE) hervorgegangene BSCI hat anlässlich ihres Jubiläums Logistikwissenschaftler der Universität St. Gallen mit einer Studie zu den Ergebnissen ihrer Arbeit beauftragt und diese veröffentlicht. Die wichtigsten Ergebnisse: Zulieferer der BSCI-Mitglieder sitzen danach überwiegend in China, Indien, Bangladesch, Vietnam und der Türkei. Die Zahl der Lieferanten, die dem BSCI-Code of Conduct entsprechen, wächst: Im Nonfood-Bereich waren es zuletzt 60 Prozent, in der landwirtschaftlichen Produktion habe es schlechter ausgesehen. Im Neun-Jahres-Durchschnitt seien 42 Prozent der Zulieferer als „gut“ auditiert worden, mit deutlichen regionalen Unterschieden. So hätten indische Zulieferer vergleichsweise gut und Unternehmen aus Bangladesch und Vietnam mit Entsprechungsquoten von durchschnittlich 40 Prozent vergleichsweise schlecht abgeschnitten. Die größten Fortschritte erzielten Unternehmen aus China mit einer Verbesserung ihrer Entsprechungsquoten von durchschnittlich 18 Prozent im Jahr 2008 auf 62 Prozent im Jahr 2011. Ihren Code of Conduct will die BSCI nun in einer öffentlichen Diskussion weiterentwickeln und stabil und inspirierend für die nächsten zehn Jahre gestalten, wie es in einer Meldung dazu heißt. Veröffentlicht werden soll der neue Kodex im Jahr 2014.

BSCI IN DER WERBEARTIKELBRANCHE
Nachhaltigkeitsgesichtspunkte gewinnen in der preissensiblen Werbemittelbranche zunehmend an Bedeutung. Denn jedes Unternehmen, das seine Kunden beschenkt, will sich selbst damit in gute Erinnerung bringen. Das gelingt nur noch mit solchen Produkten, die verantwortungsbewusst produziert wurden. Dass dabei Brancheninitiativen wie die BSCI eine Hilfe sein können, entdecken immer mehr Hersteller, darunter elasto form. „Den Druck von Kundenseite haben wir gespürt“, sagt Qualitätsmanagerin Susanne Regler von elasto form. Das Unternehmen aus Sulzbach ist mit über 200 Millionen verkauften Artikeln pro Jahr einer der führenden europäischen Werbemittel-Anbieter und seit 2009 BSCI-Mitglied. Die meisten Zulieferer von elasto form sitzen in Fernost, insbesondere in China. Über die BSCI-Mitgliedschaft und die damit auch in der Lieferkette geltenden Standards für den Arbeits- und Umweltschutz, Arbeitszeiten und die Vergütung, hat elasto form seine Lieferanten informiert und abgefragt, inwieweit diese Standards umgesetzt werden. Dabei geht es nicht um eine 100-prozentige Erfüllung aller Anforderungen von Anfang an, sondern darum, dass sich ein Produzent auf den Weg macht und an Verbesserungen arbeitet. Die Einkäufer von elasto form las-

sen sich vor Ort die entsprechenden Maßnahmen und Dokumente zeigen, besichtigen die Fabriken und führen mit den Mitarbeitern der Hersteller Gespräche.

FORTSCHRITTE LOHNEN DIE MÜHE
Mit den Zulieferern werden dort, wo Standards nicht erfüllt werden, Verbesserungen vereinbart. Das ist ein mitunter langer Weg, aber: „Wir haben schon ganz massive Fortschritte gesehen“, sagt Susanne Regler. Wenn ein Zulieferer eine ausreichende Standarderfüllung ausweist, wird er von elasto form zum externen Audit gemeldet. Auch darin werden der Status quo und weiterer Verbesserungsbedarf erhoben. Viele Zulieferer seien bei der Übermittlung der BSCI-Anforderungen im ersten Moment „überrumpelt und bestätigen alles“, so Regler. Bei der Angebotsabgabe steigen manche dann aber zu Preisen ein, die erkennen lassen, dass es an einem Interesse an der Zusammenarbeit unter solchen – nachhaltigkeitsorientierten – Gesichtspunkten fehlt. Verwaltet werden die Audit-Ergebnisse und die Umsetzung der Verbesserungsergebnisse von Susanne Regler und einem Kollegen im Qualitätsmanagement: „Zeitlich ist das machbar.“

www.bsci-intl.org

Die Studie über die Wirkungen des BSCI im Internet: <http://bit.ly/17fe0Z0>

Achim Halfmann, CSR Magazin





GENERATION 2.0

JUNG – MODERN – TRENDIG

Die Generation 2.0 ist die Technik-affine, innovative Generation der Gegenwart, die mit allen neuen Technologien Schritt hält – mit anderen Worten: jung, modern, trendig. Wir haben Ihnen zu diesem Thema eine Auswahl an Werbeartikeln zusammengestellt, die bestens in diesen Bereich passen.

Die Wortschöpfung „Generation 2.0“ lehnt sich an den Begriff „Web 2.0“ an. Web 2.0 ist zwar in aller Munde, doch kaum einer weiß, was damit tatsächlich gemeint ist. Im Wesentlichen bezieht sich dieser Begriff neben spezifischen Technologien oder Innovationen primär auf eine veränderte Nutzung und Wahrnehmung des Internets. Die Benutzer erstellen, bearbeiten und verteilen Inhalte hier in entscheidendem Maße selbst. Die Inhalte werden nicht mehr nur zentralisiert von großen Medienunternehmen erstellt und über das Internet verbreitet, sondern auch von einer Vielzahl von einzelnen, unabhängigen Nutzern, die sich mit Hilfe sozialer Netzwerke zusätzlich untereinander vernetzen. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Online-Enzyklopädie Wikipedia. Soziale Netzwerke gewinnen als Kommunikationskanäle auch für Unternehmen zunehmend an Bedeutung. Laut einer Bitkom-Umfrage nutzt bereits nahezu die Hälfte der deutschen Firmen Social Media. Kunden tauschen sich im Internet über Produkte aus und erwarten ein Kommunikationsangebot vom Anbieter. Dieser Dialog treibt die Entwicklung weiter voran. Um eine Auseinandersetzung mit Social Media kommt heute kein Unternehmen mehr herum.





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 in einen 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 +49 7243 76360
info@raase.de • www.raase.de



GEBALLTE ERLEBNISWELT

Mit der Xbox One beginnt ein neues Spiele- und Entertainment-Zeitalter: Die Xbox One ist ab sofort für den Werbeartikelhandel erhältlich bei Bonus2U, einer Marke von IT2U. Mit den Blockbuster-Spielen einer neuen Generation verschmelzen die Grenzen zwischen virtueller Welt und der Realität. Mehrere Anwendungen können gleichzeitig genutzt oder ohne Verzögerung gezappt werden, ganz gleich, ob es sich um Spiele, Filme, Fernsehen, Musik oder Apps handelt. Der personalisierte Startbildschirm zeigt ausgewählte Favoriten an, während 8 GB RAM und 500 GB Festplatte viel Platz zum Speichern einräumen. Der Kinect-Sensor ermöglicht innovative Stimm-, Gesten- und Bewegungserkennung. Dank der Cloud sind Inhalte und Games zudem immer auf dem neuesten Stand.

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





INDIVIDUELLES PLUG-IN

Die Mainzer TLN Trade Company produziert individuelle USB-Sticks in der Form des vorgelegten Produktes. Damit entstehen individuelle Werbeträger mit großem Werbeeffect. Ab einer Abnahmemenge von 100 Stück realisieren die Rheinhessen Umsetzungen der Produktvorlage aus Kunststoff, Rubber oder Metall. Bei Produktmaterialien, -design sowie dem Einsatz von Markenspeichern mit fünf Jahren Garantie setzt TLN vor allem auf Qualität. Zur Herstellung der USB-Sticks in Wunschform wird vor Produktionsbeginn nach den vom Kunden eingereichten Bildern ein professioneller 3D-Entwurf zur Freigabe erstellt. Die Lieferzeit beträgt rund drei Wochen. Das Gesamtpaket lässt sich mit einer individuellen Verpackung abrunden.

47186 • TLN Trade Company GmbH • Tel +49 6131 69301-15

aida.hakobyan@tlntradecompany.com • www.tlntradecompany.com

SCHÖN GESCHÜTZT

Aus der Troika-Design-Werkstatt ist mit der iPad-mini-Schutzhülle Colori ein praktisches Accessoire aus strapazierfähigem Kunstleder in den Farben Braun sowie Berry auf den Markt gekommen. Dieses 80 Gramm leichte iPad Mini Cover bietet sicheren Schutz, kombiniert mit einem praktischen User-Detail: der Stiftschlaufe für Touchscreen-Stifte. Gestaltet aus innovativem Colori-Material in modernen Farbvarianten, trifft es auf eine entsprechend große Zielgruppe und Fan-Gemeinde. Weitere Infos zu diesem und weiteren Werbeklassikern bei Troika.

46311 • Troika Germany GmbH • Tel +49 2662 9511-0

a.bauer@troika.de • www.troika.org



LICHT UND WARM

Die exklusiv bei Orgahead erhältliche Heiz-Pod-Familie wird ergänzt um den Heiz-Pod Recharge mit LED, einen wirkungsvollen Handwärmer mit Taschenlampe und Aufladefunktion für das Handy. Das 72 Gramm leichte Mehrzweck-Werbemittel ist einfach zu handhaben, schenkt bis zu vier Stunden Wärme, die jederzeit unterbrochen werden kann, und passt in jede Hand- und Jackentasche. Der integrierte Lithium-Ionen-Akku ermöglicht das Aufladen von gängigen Smartphones und Handys per USB-Ladekabel. Das Gerät ist in Silber, Rot-, Grün-, Braun- und Blau-metallic lieferbar. Eine werbliche Individualisierung erfolgt mittels einer Lasergravur. Sonderfarben und Verpackungen sind ab 1000 Stück möglich.

46479 • Orgahead Consulting & Trading GmbH • Tel +49 4102 4698000

anfrage@heiz-pod.com • www.orgahead.de





ZWILLING
J.A.HENCKELS

*Geschenkkideen
die in Erinnerung bleiben*

Für Bestellungen, weitere Informationen & Produktideen wenden Sie sich gerne an:

Kester Bolz Handelsvertretung
Schlachte 35
28195 Bremen

Telefon 0421-5251780
Fax 0421-5251793
E-Mail KesterBolz@aol.com

www.zwilling.com

ZWILLING. Passion for the best.
Since 1731.



SCHNEIDEN, FEILEN, SPEICHERN

Wer einen USB-Stick mit einem Alleinstellungsmerkmal sucht, wird bei den Schweizer Messermachern Victorinox fündig. Hier wird State-of-the-Art-Elektronik in pfiffiger Weise mit praktischen mechanischen Werkzeugen wie Klinge, Nagelfeile, Schere, Pinzette und Kugelschreiber vereint, womit ein einzigartiges Produkt namens Victorinox@work entstanden ist. Victorinox@work ist mit seiner Speicherkapazität von 16 Gigabyte als Schlüsselanhänger ein praktischer Begleiter im Alltag. Von den acht zur Wahl stehenden Gehäusefarben sind zwei transparente Ausführungen zu haben. Mittels Tampondruck sind Veredelungen mit bis zu sechs Farben sowie Fotodrucke möglich.

44281 • Victorinox AG • Tel +41 41 8181211

261@victorinox.ch • www.victorinox.com



DIREKTER DRAHT OHNE DRAHT

Mit der schnurlosen Bluetooth-Tastatur aus dem Angebot von Nestler-matho können Vielschreiber Botschaften auch komfortabel in das iPhone eingeben. Die drahtlose Tastatur verfügt über 78 Tasten und wird einzeln verpackt in einer schwarzen Nylon-Schutztasche ausgeliefert. Sie ist kompatibel mit allen gängigen Bluetooth-Geräten wie zum Beispiel iPad, iPhone oder Smartphones, die auf dem Betriebssystem Android 2.3 oder höher laufen. Das 311 Gramm leichte Accessoire arbeitet mit einer Frequenz von 2402 GHz bis 2480 GHz mit einem Frequenz-Kanal von 1 MHz. Die Werbeanbringung erfolgt in einer Größe von zehn mal fünf Millimetern über den Tasten.

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

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

-Anzeige-

PSI 2014
 8th – 10th JANUARY
 DÜSSELDORF
**STYLE
 YOUR
 BUSINESS**
 MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com
 Reed Exhibitions

Stedman®

Active

Fleece Kollektion

Active Fleece Jacke
für Herren · S-2XL
Art.-Nr. ST5030

Black Opal Scarlet Red Grey Steel

Active Fleece Jacke
für Damen · S-XL
Art.-Nr. ST5100

Black Opal Scarlet Red

**SCHON
JETZT AN
IHRE WINTER-
PROMOTION
DENKEN!**



QR-Code
einscannen und
die komplette
Stedman®
Fleece-Kollektion
entdecken!

Stedman®

www.stedman.eu



BEEINDRUCKENDES SOUNDERLEBNIS

Mit seinem Kopfhörer namens Beat hat Giving Europe einen aus robustem Kunststoff gefertigten Trendartikel für Musikliebhaber im Repertoire. Der Kopfhörer verfügt über verstellbare, weich gepolsterte Ohrmuscheln zur individuellen Anpassung an den Kopf. Das 80 Zentimeter lange Anschlusskabel passt auf alle handelsüblichen Smartphones. Der in Weiß sowie Schwarz erhältliche Musikspender kann per Tampondruck werblich veredelt werden.

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

STIMMUNGSVOLL BELEUCHTET

Herbst- und Winterzeit wecken die Sehnsucht nach heimeliger Atmosphäre: Reflects-Wallasey von LM Accessoires verbreitet in Büro oder Heim die richtige Stimmung. Die kleine, zarte Leuchte aus Glas ist innen teilweise silbern beschichtet, durchgängig LED-beleuchtet und kann an den USB-Anschluss des Computers angeschlossen werden. Sie taucht den Raum schon bald darauf in angenehmes Licht. Mit dem USB-Adapter Reflects-Xico, ebenfalls beim Werbeartikelspezialisten aus Köln erhältlich, kann sie auf Wunsch auch direkt an die Steckdose angeschlossen werden.

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



BOARD FÜR ALLE FÄLLE

E&H Design hat sein Sortiment im Acrylbereich weiter ausgebaut und bietet eine Vielzahl neuer Produkte aus dem widerstandsfähigen Material an. Mit dem Mediaboard gelingt dem Kunststoffverarbeiter ein neuer Clou: Sowohl für Manuskripte als auch für technische Geräte wie Laptop oder Notebook ist das Board gleichermaßen geeignet. Informationen werden über die optimale Position auf dem Mediaboard nicht nur gut sichtbar, sondern zugleich professionell und ansprechend präsentiert.

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



helping you succeed

CLEAN YOUR SCREEN

Mobile cleaner is a unique advertising gadget. It is very useful, and always keeps your smartphone clean and ready to use.



OTHER PRODUCTS FROM B4U

Round badges



Different shape badges



Name badges



Fridge magnet badges



Mobile stoppers



Sticky hooks



Self assemble badges



Badge machines and components





TEAM AT WORK

Elvis schwingt seine Hüften ab sofort nur noch mit Klebeband und Curly zieht mit seinem magnetischen Schopf Büroklammern magisch an: Versehen mit einem Werbeslogan, eignet sich das kleine, pfiffig konzipierte Duo von koziol ideal für einen aufmerksamkeitsstarken Werbeauftritt. Im Set werden Kleberoller Elvis und Büroklammersammler Curly zum Dream-Team auf jedem Büroschreibtisch.

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

GRENZENLOSER SPIELSPASS

Die Sony Playstation 4, für den Werbemittelhandel bei der IT2U-Marke Bonus2U erhältlich, verfügt über ultraschnelle Prozessoren, eine erweiterte Grafikleistung und einen konkurrenzlosen Systemspeicher. Dadurch wird das Spielerlebnis noch schneller, größer und innovativer. Dank der PlayGo-Funktion muss nicht mehr gewartet werden, bis der Download beendet ist: Mit dem Spiel kann bereits begonnen werden, während es noch im Hintergrund geladen wird. Videos lassen sich über den Dualshock 4 Wireless-Controller mit Freunden bearbeiten und teilen. Zudem lassen sich ebenso wie die Games und empfohlenen Inhalte auch TV-Sendungen oder Filme darstellen. Über Wi-Fi Access Points besteht außerdem die Möglichkeit, eigene PS4-Titel auf der PS Vita zu spielen. Weitere Infos auch unter www.bonus2u.de.

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



LEDERNES REISEBÜRO

Eine ansprechende Zweierserie in Form zweier Ledermappen hat der britische Lederproduktspezialist The Leather Business aufgelegt, die speziell als Herberge von iPad, Notizblock und Schreibgerät dient. Das Angebot richtet sich insbesondere an alle, die häufig beruflich unterwegs sind und auf die wichtigsten Anwendungen des Büros auch auf Reisen nicht verzichten wollen. Praktischerweise kann durch den integrierten Aufsteller das iPad auch während der Benutzung in der Mappe verbleiben. Die edlen Ledermappen sind zudem mit einem Reißverschluss verschließbar und können individuell veredelt werden.

46523 • The Leather Business • Tel +44 1299 252099
sales@leather-business.co.uk • www.leather-business.co.uk

NewWave[®] your complete promowear supplier



www.termo.de

HARVEST
sportsWear

Printer
ACTIVE WEAR

D.A.D.
SPORTSWEAR

GRIZZLY
active profile outfit

PROJOB
SWEDISH WORKWEAR

NewWave[®]

CLIQUE
REG. TRADEMARK

TEXAS
bull

CRAFT

Der Klassiker - ^{TEXAS}**bull** Texas-T

Unser Unisex Basic T-Shirt in einer großen Farbauswahl zum attraktiven Preis bei solider Qualität.

Körpernah geschnitten, Nackenband und Kragen mit Elasthan versetzt, verstärkte Schulternähte.

029030 Texas-T
Größen: XS-4XL

Material: 100% Baumwolle, Grammat: 145 g/m²
Farben: 00 weiß, 10 zitronen, 18 blutorange, 35 rot, 38 bordeaux, 57 hellblau, 58 marine, 68 flaschengrün, 92 asche, 95 graumeliert, 99 schwarz

Exklusiv erhältlich bei:

NewWave[®]

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

www.newwave-germany.de



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 ist ein ideales Geschenk für die Mitarbeiter, die vielleicht oft im Außeneinsatz Daten „mitnehmen“ müssen, eignet sich aber natürlich auch einfach als Werbegeschenk.

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

SANFT UMHÜLLT

Für die immer kleiner werdenden Smartphones und Tablet-Computer hat Werbetaschenexperte Halfar eine Reihe von passenden Accessoires im Sortiment, die verschiedenste Werbemöglichkeiten bieten. Die Bielefelder haben nicht nur edle Hüllen aus Filz für die technischen Begleiter, sondern setzen auch besonders hochwertige Veredelungsmöglichkeiten um, etwa per aufwändigem Stick oder dezenter Lasergravur. Da das Unternehmen den kompletten Veredelungs- und Produktionsprozess selbst steuert, ist auch die Individualisierung solch kleiner Taschen umsetzbar. Das heißt, der Filz wird bereits bestickt, bevor die Hüllen in Europa vernäht werden. So kann neben der individuellen Stickerei auch ein Webetikett mit einem Logo in die Naht eingesetzt werden. Ein schönes Detail, das für Aufmerksamkeit sorgt. Die Auswahl an Handy-, Smartphone-, Tablet- und Laptop-Hüllen ist auf www.halfar.com zu finden.

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



BEZAUBERNDDES SMARTPHONE-CASE

Ein Muss für alle Rubik-Fans ist die individuelle iPhone-Schutzhülle im Rubik's-Design auf der Rückseite, erhältlich bei e!xact Internationale Werbemittel. Die Schutzhülle besteht aus Silikon und kann auf 18 Feldern in Weiß oder individuell farbig mit dem Kundenlogo gestaltet werden. Das Silikon-Material ist umweltfreundlich und entspricht den europäischen Sicherheitsstandards. Versehen mit einer individuellen Werbebotschaft auf der außergewöhnlichen Rubik's-iPhone-Schutzhülle, ist dem Kunden die gewünschte Aufmerksamkeit sicher.

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



EIN CHOCOLATIER UNTER UHRMACHERN

Die Geschichte von Camille Bloch beginnt im Jahre 1929, Jahr der Gründung des Unternehmens in Bern. Das Unternehmen entwickelt sich gut und sechs Jahre später zieht die Firma nach Courtelary in eine alte Papierfabrik um.

Während des Zweiten Weltkrieges werden Kakao und Zucker rationiert. Dieser Rohstoffmangel ist der Anfang einer genialen Idee von Camille Bloch: er mischt dem Kakao eine Nuss-Pralinémasse bei und fügt noch ganze Haselnüsse hinzu – die Geburtsstunde des bekannten Ragusa! Noch heute wird Ragusa nach dem Originalrezept hergestellt.

Das Unternehmen wird von Daniel Bloch, Vertreter der 3. Generation, geführt. Jeden Tag verlassen mehr als 15 Tonnen Schweizer Schokolade die Fabrik in Courtelary, dem einzigen Produktionsstandort. Camille Bloch ist innovativ – Ragusa NOIR, Mousse – im Einklang zwischen Tradition und kompromissloser Qualität.

Die Spezialitäten von Camille Bloch werden in die ganze Welt exportiert, hauptsächlich aber nach Frankreich, Italien, Deutschland, Skandinavien, Kanada und die USA.

Chocolats Camille Bloch SA ist ein unabhängiges Schweizer Familienunternehmen und beschäftigt 180 Mitarbeitende. Die Spezialitäten sind Ragusa, Torino, Mousse und mit Likör gefüllte Schokolade. Die Produkte von Camille Bloch können für spezielle Anlässe von Firmen, Organisationen, Verbänden, auf Wunsch personalisiert werden. Für mehr Informationen:

www.camillebloch.ch

UN CHOCOLATIER DANS UNE VALLÉE D'HORLOGER

L'histoire de Camille Bloch débute en 1929, année de la fondation de l'entreprise à Berne. Six ans plus tard, Chocolats Camille Bloch SA connaît une expansion rapide et s'installe à Courtelary dans une ancienne usine de pâte à papier.

Pendant la Seconde Guerre mondiale, le cacao et le sucre sont rationnés. Cette pénurie de matières premières est à l'origine d'une idée géniale de Camille Bloch: mélanger au chocolat une pâte de praliné à base de noisettes et des noisettes entières. Le fameux Ragusa est né et continue d'être fabriqué selon la recette originale.

Le destin de l'entreprise repose aujourd'hui entre les mains de Daniel Bloch, représentant de la troisième génération. Chaque jour, plus de 15 tonnes de chocolat suisse quittent l'usine de Courtelary. Site exclusif de production. Camille Bloch innove – Ragusa NOIR, Mousse – dans le respect des traditions et d'une qualité sans compromis.

Les spécialités de Camille Bloch sont exportées dans le monde entier. De manière plus ciblée dans les pays suivants: France, Allemagne, Italie, Scandinavie, Canada et USA.

Chocolats Camille Bloch SA est une maison familiale, indépendante et suisse. Elle emploie 180 collaborateurs. Ses produits principaux sont Ragusa, Torino, Mousse et les chocolats fourrés à la liqueur. Les chocolats de Camille Bloch peuvent être personnalisés pour des entreprises, organisations, associations, etc. pour des occasions particulières. Pour plus d'informations:

www.camillebloch.ch

Mon Chocolat Suisse

NOTIZBUCH MIT USB-GEDÄCHTNIS

Passend für jedes Budget gibt es das erfolgreiche Notizbuch namens LOG von Arwey, das mit einem USB-Stick ausgestattet ist, jetzt in weiteren interessanten Varianten bei Acar Europe. Ab einer Auflage von 500 Stück ist LOG etwa in der Ausführung mit Primalux-Papier sowie auch mit in Wunschfarbe nach Pantone-Farbpalette eingefärbtem USB-Stick verfügbar. Vollflächige Bildmotive, auch mit besonderen Lackeffekten, machen die Werbung gleichermaßen sicht- und fühlbar. Das in den Größen A4 bis A7 erhältliche Notizbuch gibt es neben Standardausführungen auch mit einem Cover aus hochwertigem Leinen, Leder oder PU. Den Speicherstick gibt es wahlweise in Kapazitäten von 1 bis 16 Gigabyte. Kombinationen von LOG und Stick sind jeweils in den neun Standardfarben frei wählbar und innerhalb kürzester Lieferzeit verfügbar.

48055 • Acar Europe GmbH • Tel +49 6172 1710710
 info@acar-europe.de • www.acar-europe.de



KABELLOSE JUKEBOX

Die Boomaxx und Boomin-Soundbox der Marke MiPow, für den Werbeartikelhandel bei Löw Energy Systems erhältlich, ist eine moderne Jukebox für die kabellose Audio-Wiedergabe. Zusätzlich können die Boxen dank dem integrierten Mikrofon auch als Freisprecheinrichtung zur Telefonie genutzt werden. Durch die Bluetooth-Technologie lassen sich die Boxen mit nahezu jedem modernen Handy, Smartphone, Tablet oder Laptop verbinden. Zusätzlich vervielfältigen die Boom-Boxen ihre Anschlussmöglichkeiten durch eine AUX-In-Buchse, sodass auch andere tragbare Geräte, wie zum Beispiel MP3-Player, per Kabel angeschlossen werden können. Doch nicht nur technisch sind die Boxen der Boom-Reihe von MiPow ein echter Hingucker: Auch die vier angesagten Farben sorgen für einen individuellen Style.

47113 • Löw Energy Systems e.K. • Tel. +49 2181 479100
 info@loew-energy.de • www.loew-energy.de

-Anzeige-

PSI 2014
 8th – 10th JANUARY
 DÜSSELDORF

STYLE
 YOUR
 BUSINESS

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions

DRAHTLOSER MUSIKGENUSS

Freesport heißt der neue Kopfhörer von Topico vielseitig und deutet mit diesem Namen bereits auf das für ihn prädestinierte Einsatzgebiet hin: Er ist wie gemacht für Outdoor-Aktivitäten wie etwa zum Joggen und dank integriertem Mikrofon auch als Headset geeignet. Der kabellose Kopfhörer funktioniert mit Bluetooth Version 2.1. und kann auch ein paar Regentropfen gut aushalten. Die sportlich-ergonomische Form garantiert absolute Bewegungsfreiheit und passt sich Kopf und Ohr perfekt an. Die Player-Funktionen Stop, Vor- und Rückwärts lassen sich direkt am Kopfhörer bedienen. So können während des Musikhörens auch eingehende Anrufe angenommen werden. Dank der integrierten, wieder aufladbaren Batterie kommt der Kopfhörer zirka acht Stunden ohne Strom aus. Ein USB-Ladekabel mit einer Länge von rund 48 Zentimetern ist in der Lieferung enthalten.



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

Die Firma Küller produziert seit
mehr als 100 Jahren Stahlwaren.

Stahlwarenproduktion mit TRADITION

Wir fühlen uns dieser Tradition, wie auch dem
Standort Solingen verbunden -
dem Zentrum der deutschen Schneidwarenindustrie.

Die Firma Küller Stahlwaren wurde 1889 gegründet und produziert
heute in der 4. Generation Taschenmesser. Wir sind seit
40 Jahren spezialisiert auf Taschenmesser für die Werbung.
Als letzte Taschenmesser-Manufaktur in Solingen fertigen wir
alle angebotenen Messer komplett ausschließlich in Solingen.
Wir bieten aus Überzeugung keine Ware aus Fernost an.
Ein moderner Maschinenpark mit eigenem Werkzeugbau
gewährt die „Original Solinger“ Taschenmesserproduktion.

Alte Techniken, modern präsentiert...

wie z.B. die neuen Reliefschalen
- früher in Messing geprägt - werden heute mit
in die Kunststoffform eingearbeitet und bringen
Ihre Werbung sehr effektiv in den Vordergrund.



Qualität
made in Solingen
seit 1889



Auch heute steht der
Name Küller für bestes
Preis-/Leistungsverhältnis.



Küller Stahlwaren · 42599 Solingen · Herzogstr. 79
Tel. 0212 2334766 · Fax 0212 334985 · info@kueller-taschenmesser.de

ECHT!

100%
MADE IN
Solingen
GERMANY



WIR
PRODUZIEREN
TASCHENMESSER

KARL ROBERT
KÜLLER
STAHLWAREN

WWW.KUELLER-TASCHENMESSER.DE



QUALITÄTSMIXER FÜR BACKVERGNÜGEN

Küchengerätespezialist Profino stellt als Premiumgabe für den Werbeartikelhandel den qualitativ hochwertigen Turmix-Handmixer vor: Das Gerät im puristischen Design verweist auf hochwertige Qualität und verfügt über Doppeldraht-Rührbesen und Doppelwendkneithaken, dies in Kombination mit angepasster Motorenleistung, Soft-Touch-Haptik und praktischer Kabelspinne. Der Mixer sorgt für weihnachtliches Backvergnügen und ist ideal geeignet als Geschenk zum Fest der Feste.

47807 • Profino GmbH & Co. KG • Tel +49 2173 101472-0

info@profino.net • www.profino.net



NOTIEREN UND ERINNERN

Trends21 aus München lanciert im Sektor individualisierbare, magnetische Memo-Pads und Note-Pads für den Kühlschrank oder jede andere magnetische Fläche. Das im Standard etwa 18 mal 25 Zentimeter große respektive auf Wunsch in individueller Größe verfügbare Memo Pad wird inklusive Folienstift geliefert und kann sowohl beschrieben als auch abgewischt werden. Das Note Pad kommt inklusive 50 Haftnotizzettel zum Abreißen beim Kunden an. Im Standardmaß ist es sieben mal elf Zentimeter groß, auf Wunsch aber auch in individueller Größe zu haben. Die Veredelung der magnetischen Elemente erfolgt in vierfarbiger Bedruckung, solche auf Papier wird einfarbig umgesetzt. Die Lieferzeit beträgt bei einer Abnahmemenge bis 2500 Stück rund fünf Wochen via Luftfracht. Ab 5000 Stück wird die Fracht auf dem Seeweg transportiert und benötigt zwischen acht und zehn Wochen Lieferzeit.

46993 • Trends21 GmbH • Tel +49 89 54035054

info@trends21.de • www.trends21.de

MOBILE ROCKRÖHRE

Glasklaren Sound für zu Hause und unterwegs bringt der neue BigBass XL mit Bluetooth-Technik, die mobile Rockröhre von der Mobiset-Produktreihe Sound2Go. Der Klangspender überzeugt mit einer sehr guten Ausstattung und einem erstaunlichen Klang. Höchstlautstärken werden ohne Verzerrungen erreicht. Die Bass-Wiedergabe wird durch die patentierte LabyrinthX-Funktion verbessert. Der spritzwassergeschützte BigBass XL ist nur 295 Gramm schwer und in ein hochwertiges Aluminiumchassis in stilvollem Design eingebettet. Eine Antirutschmatte sorgt für festen Halt. Individualisierungsmöglichkeiten auf Anfrage.

47983 • Mobiset GmbH • Tel +49 221 989520

info@mobiset.de • www.mobiset.de



contigo

SPILLPROOF AND LEAKPROOF DRINKWARE



Easy
cleaning



Open



Closed

MORGAN

AUTOSEAL® THERMO PLASTIC MUG

- The shape of a classic coffee mug with all AutoSeal benefits.
- 100% spill and leak proof.
- Drinking made easy! Press to sip. Release to seal.
- Special reservoir designed to 'slurp' your hot beverage.
- Durable thermo-plastic is double-walled for thermal insulation.
- BPA free.

www.mycontigo.com



SUPERIOR PERFORMANCE FOR ACTIVE LIFESTYLES

 **AUTOSEAL®**
TECHNOLOGY

MINIBOX MIT MAXISOUND

Die i-man-Soundstation, bei Krüger & Gregoriades geführt unter der Artikelnummer 6000/6001, besteht aus einem mit leistungsfähigem Bass ausgestatteten Mini-HiFi-Lautsprecher für externe Geräte wie zum Beispiel Handy, MP3-Player, Tablet, Notebook und Computer. Integriert ist zudem ein Radio. Das Gehäuse besteht aus hochwertigem Aluminium und ist in Weiß und Mokka lieferbar. Die Stromversorgung wird über einen Lithium-Akku mit einer Kapazität von 600 mA sichergestellt. Die Akkuladung erfolgt über USB. Voll aufgeladen serviert i-man Hörvergnügen für zirka drei bis vier Stunden. Neben einem USB-Kabel kann auch ein 3,5-Millimeter-Klinkenstecker für Kopfhörer angeschlossen werden. Das in einer edlen Geschenkbox verpackte Soundpaket wird inklusive Trageschleife mit integrierter Antenne sowie USB-, Strom- und Audio-Kabel sowie Tragebeutel geliefert.

47203 • Krüger & Gregoriades Im- + Export GmbH • Tel +49 40 731021-80
info@kg-hamburg.de • www.kg-hamburg.de



MOBIL UND SMART

Moderne Smartphones werden auch für sportliche Aktivitäten genutzt und müssen passend verstaut werden: team d hat eine entsprechende Verpackung, welche die Bedienung des Smartphones durch die Folie erlaubt, ohne es auspacken zu müssen. Das vor allem für Biker, Jogger, Walker, Hiker oder Skater geeignete Produkt lässt auch die Benutzung mit Kopfhörern zu. Angebracht wird es per größenverstellbarem Klettverschluss an Oberarm, Handgelenk, Gürtel oder Rucksackgurt. Der reflektierende Streifen, auf dem eine individuelle Werbebotschaft angebracht werden kann, sorgt für mehr Sicherheit.

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



ALLES AUF EINEN BLICK

Ob das Zimmerfenster geschlossen bleiben muss oder für eine erfrischende Brise geöffnet werden kann, ob der Weg ins Büro mit dem Fahrrad oder doch lieber mit dem Auto zurückgelegt werden sollte – solche Fragen beantwortet die neue Wetterstation von technoline

zukünftig auf einen Blick. Neben einer übersichtlichen Darstellung von Uhrzeit und Kalender lässt sich anhand der aktuellen Innentemperatur- und Luftfeuchtigkeitsanzeige optisch auch ebenso schnell die Luftqualität im Raum erfassen. Mittels Wettersymbolen zeigt die Station zudem die Entwicklung der Wetterverhältnisse in den kommenden Stunden an und informiert zudem über die aktuelle Mondphase. Das klare Design, eingefasst in einen großflächigen, silberfarbenen Rahmen, bietet genügend Fläche für eine individuelle Bedruckung und macht die Station zu einem repräsentativen und funktionalen Werbeartikel für zu Hause oder im Büro.

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

Himmliche Freude



Grüßen Sie Ihre Kunden auf himmlische Weise – z. B. mit unserer leckeren Weihnachtsmandeln oder vielen anderen festlichen süßen Botschaften. Mit Ihrer persönlichen Weihnachtsbotschaft himmlisch verpackt und hochwertig bedruckt. Bestellung jetzt auch auf Erden bei:

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

www.magna-sweets.de



Sweets and more



SMARTER KLANGRIESE

Trotz seiner kompakten Maße bietet der Bluetooth-Lautsprecher von Lehoff satte 2,5 Watt Ausgangsleistung und einen integrierten Lithium-Ionen-Akku. Damit ist er der perfekte Reiselautsprecher zum kabellosen Streamen von Musik von Smartphone, Tablet, Notebook oder anderen kompatiblen Bluetooth-Geräten. Der 1,5-Zoll-Full-Range-Lautsprecher verfügt über einen AUX-Eingang zum Anschluss weiterer Audio-Geräte. Zu den Nahbedientasten zählen die Funktionen Play/Pause, Previous/Next sowie ein Lautstärkereglere. Weitere Infos auf Anfrage.

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

LIZENZIERTES IPHONE-KLEID

A-Solar, niederländischer Hersteller von mobilen Ladegeräten, präsentiert unter der Marke Xtorm eine der ersten von Apple lizenzierten Akku-Hüllen für das iPhone 5 in Europa. Die Hülle dient als echtes Power-Pack für iPhone 5 und ist bei Vollaufladung trotz ihrer geringen Dimensionen in der Lage, das Mobiltelefon innerhalb von zwei Stunden vollständig wieder aufzuladen. Dies ist möglich, da das neu eingeführte Power-Pack über einen eingebauten 2300-mAh-Akku verfügt, womit die Akku-Laufzeit des iPhone 5 nahezu verdoppelt wird. Die federleichte Hülle wiegt nur 55 Gramm und ist in edlem, mattedem Schwarz gehalten. Auf der Rückseite verfügt die Ladehülle über eine Taste zur Anzeige des Akku-Status sowie zur Ein- und Ausschaltung.

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



DIGITALE WERBEMITTEL

Simpludoo bietet seinen Kunden individualisierte Werbespiele für Smartphones nach eigenen Angaben zu weit günstigeren Konditionen als beim Programmieren eigener Apps sonst üblich. Nach Auswahl eines der Standardspiele werden die Formatvorlagen gestaltet, um nach einer Woche das eigene Handy-Spiel zu erhalten. Durch die Standardisierung der Spiele entfallen lange Produktionszeiten und aufwendige sowie kostenintensive Produktionsabläufe. Die fertigen Spiele stehen dann im AppStore oder im Google-Play-Store bereit und können mittels QR-Code als Give-aways auf Messen oder als E-Mailing-Verstärker eingesetzt werden. Zu den Standards gehören neben einem dynamischen Puzzle-Spiel namens Jewel-Game etwa das Memo-Game nach dem bewährten Memory-Prinzip sowie das Cave-Game, ein Jump-and-Run-Spiel, bei dem eine Figur durch eine Höhle rennt und versucht, durch geschickte Sprünge möglichst viele Münzen zu sammeln.

48969 • Simpludoo GmbH • Tel +49 2103 9941067
info@simpludoo.de • www.simpludoo.de





Your body. Your soul. Your rituals.

NEU ab Oktober 2013!



Ancient beauty - Verbraucherpreis €16,50



Hammam treat - Verbraucherpreis €16,50



True happiness - Verbraucherpreis €16,50



Time out - Verbraucherpreis €16,50

Bei uns finden Sie ein umfangreiches Sortiment an Kundengeschenken, Weihnachtspaketen, Treueprogrammen sowie Geburtstags- und Jubiläumsgeschenken.

Wir informieren Sie gerne über die Möglichkeiten und Preise. Trendfactory ist für die Distribution aller Rituals-Produkte im Business-to-Business-Markt in Deutschland zuständig.



COOL UND PFIFFIG

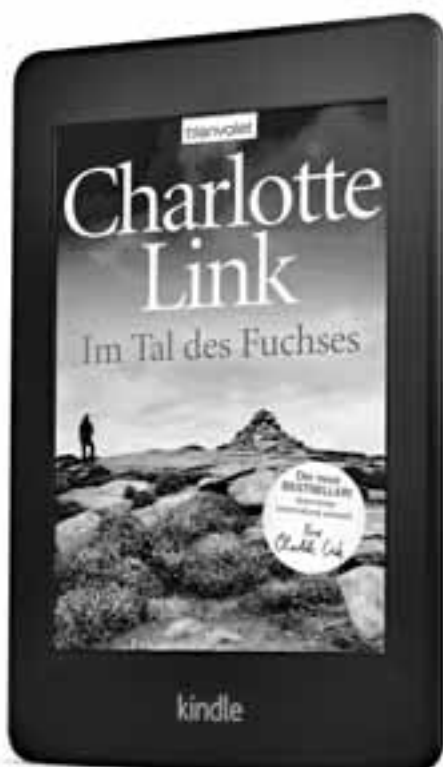
Phone Caps heißen die kleinen, pfiifigen Stecker für die Kopfhörerbuchsen von Handy, Tablet und MP3, die es für den Werbemittelhandel ab sofort bei Sushi Mobile Fashion gibt. Sie schützen gegen Schmutz und Staub, sehen cool aus und verleihen gleichzeitig dem Gerät eine persönliche Note. Gefertigt aus Metall mit funkelnendem Strass oder aus dem Kunststoff Polyresin, sichern sich die Phone Caps immer einen Platz in der ersten Reihe. Die Bochumer realisieren beliebige Formen und Designs, und das bei einer Lieferzeit von rund vier bis fünf Wochen.

48021 • Sushi Mobile Fashion • Tel +49 234 4179913
juergen@mobilefashion.com • www.mobilefashion.com

KONTAKTTALENT

Der Desktop-Power-Plus mit USB-2.0-Hub von Brennenstuhl lässt keine Wünsche offen: Die Station aus dem Sortiment der Tübinger verfügt über zwei permanente 230-Volt-Steckdosen und gleich vier USB-2.0-Hubs, die per mitgeliefertem 1,8 Meter langem Anschlusskabel spielend leicht in Betrieb genommen werden können, um die Kamera, das Smartphone und vieles mehr zur gleichen Zeit mit dem Computer zu verbinden. Für sein attraktives Design erhielt das innovative Multitalent den iF product design award 2013.

41141 • Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. KG • Tel +49 7071 8801171
werbemittel@brennenstuhl.de • www.brennenstuhl.de



JEDE MENGE LESESTOFF

Der Kindle Paperwhite mit WLAN, für den Werbemittelhandel erhältlich bei Lehoff, verfügt über eine kostenlose 3G-Mobilfunkverbindung mit Fallback auf EDGE/GPRS. Genutzt wird das Amazon-Whispernet, um eine drahtlose Netzabdeckung aufzubauen. Dies innerhalb der USA über das Netzwerk von AT&T, außerhalb über Partnernetze. Das Paperwhite-Display mit integrierter Beleuchtung misst 15 Zentimeter, entsprechend 6 Zoll, und sorgt neben hoher Auflösung von 212 dpi auch für schärfste Kontraste. Vom zwei Gigabyte großen internen Speicherplatz stehen zirka 1,25 GB für Nutzerinhalte zur Verfügung: Damit ist der Nutzer in der Lage, bis zu 1100 Bücher zu speichern. Zum Lieferumfang gehören neben dem eReader auch ein USB-w2.0-Kabel und eine Kurzanleitung. Das Kindle-Ladegerät ist separat erhältlich.

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



kaiserstuhl
chocolaterie

Individualisierte Schokoladen-Adventskalender

Kontakt Service-Team:
info@kaiserstuhl-chocolaterie.de
Telefon +49 (0) 7642 90 00 90

www.kaiserstuhl-chocolaterie.de

Musik Schoko-Adventskalender
Artikel-Nr. 84 01



„Sondermotiv und Sondertray“
Artikel-Nr. 80 02





EIGENE KALENDERGESTALTUNG

Seit jeher bedient Geiger den anhaltenden Trend zu bildpersonalisierten Kalendern. Schließlich sorgt ein Produkt mit dem eigenen Namen darin noch immer für Staunen und Freude beim Empfänger. Damit die Personalisierung gelingt, müssen normalerweise Excel-Listen mit Namen gepflegt werden und die Kalender müssen anschließend auch beim richtigen Empfänger landen. Um dabei mögliche Fehler und den hohen Aufwand zu umschiffen, hat Geiger den neuen MagicPix-Gutschein mit Werbeaufdruck ins Leben gerufen: Damit kann der Empfänger im Internet den Wunsch-Kalender selbst konfigurieren, indem er Motive auswählt und den Namen sowie Startmonat bestimmt. Eine besonders persönliche Note erhält das Ergebnis mit einer Widmung auf dem Titelblatt. So wird der Kalender schnell zu einem schönen Geburtstagsgeschenk, einer interessanten Prämie oder der Gratulationsgabe zum Jubiläum.

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

USB-HAFENANLAGE

Wer in Zeiten der Generation 2.0 nach einem modernen USB-Hub 2.0 sucht, wird bei Easy Gifts fündig: Das Gerät namens Rotterdam aus dem Sortiment der Nürnberger verfügt über gleich drei Anschlüsse und besticht durch sein klares und schlichtes Design. Hier haben sich die Konstrukteure bewusst auf das Wesentliche beschränkt, wodurch die individuelle Kundenwerbung gleichzeitig noch stärker in den Vordergrund tritt. Die Werbebotschaft bringt Easy Gifts mittels Tampondruck oben auf dem USB-Hub an. Geliefert wird einzeln verpackt im Karton.

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



BUNTE SPEICHERWELT

Der polnische Spezialist für Elektronikartikel Wilk Elektronik hat seinen Maschinenpark um modernste UV-Digitalhochleistungsdrucker erweitert und bietet seine unter der Eigenmarke Goodram geführten USB-Sticks ab sofort als vollfarbig bedruckte Werbeartikel in den verschiedensten Formen und Ausführungen an. Bedruckt werden nahezu alle Oberflächen, darunter Metallkörper, Kunststoffe, Leder oder auch Holz. Auf diese Weise erhält der Kunde einen völlig individuellen Werbeträger, der beim Endkunden langfristig in Erinnerung bleiben dürfte. Weitere Informationen zu diesen und weiteren Produkten auf Anfrage.

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



STILVOLL UNTERWEGS

Essen und Trinken findet heute nicht mehr nur zu Hause oder im Restaurant statt, sondern immer und fast überall. Die 2Go-Produktfamilie von Mahlwerck Porzellan greift diesen Trend zum modernen, urbanen Lebensgefühl mit ihrem Snack2Go auf und bringt die Esskultur ein Stück weit zurück in unsere mobile Welt: Snack2Go bedeutet, auch unterwegs stilvoll aus Porzellan zu speisen. Eine umweltfreundliche, nachhaltige Lösung für stilvolles Speisen unterwegs, ganz gleich, ob auf den Treppenstufen vor dem Museum, am eigenen Schreibtisch oder auf der Parkbank im nahe gelegenen Stadtpark. Die umweltfreundliche Alternative zu Plastik- und Wegwerf-Geschirr kann bis zu 600 Milliliter Nahrungsmittel beherbergen. Der geschmackvoll gestaltete Snack2Go verfügt zudem über einen zu 100 Prozent wasserdicht verschließenden Deckel. Alle Elemente sind wieder verwendbar und spülmaschinenfest.

44833 • Mahlwerck Porzellan GmbH • Tel +49 8031 274724
martin.hauer@mahlwerck.de • www.mahlwerck.de

Der **LED UV FB3338**
Printer zum unschlagbaren Preis

16.000,- Euro
zzgl. MwSt.

inkl. Software, Schulung und
Verbrauchsmaterial



- Schnelle Einrichtung
- Sofortlieferung von Kleinauflagen
- Hervorragende Druckqualität und Zuverlässigkeit
- Platzsparendes, kompaktes Design
- Druckgeschwindigkeit (DIN A3 bei 1440dpi in 3min)
- Druckfläche von 300 x 595 mm
- Direktdruck auf Materialien mit bis zu 160 mm Stärke
- 4c - weiß - 4c in einem Druckgang möglich
- Nur eine weiße Tinte für alle Materialien
- Offenes Tintensystem (keine teuren Tintenpatronen)
- Einfache Handhabung
- Ein teurer Wartungsvertrag ist unnötig

Noch Fragen?
Setzen Sie sich mit uns in Verbindung

Neoflex Ltd. & Co. KG
Bernecker Strasse 2a
D-95448 Bayreuth
Tel.: +49(0)921 - 1 50 05 11
mail@neoflexprinter.eu
www.neoflexprinter.eu



SPORTLICHE WEIHNACHTSGABE

Speedy, der neue 3D-Fitnessbegleiter von Kasper & Richter, wird durch den Aufdruck eines Werbeslogans auf der Vorder- oder Rückseite zum individuellen Geschenk. Der Pedometer mit integriertem Karabinerhaken ist mit modernster 3D-Sensor-Technik ausgestattet, verfügt über leicht konfigurierbare Funktionen und lässt sich als besonders leichtes und kleines Gerät problemlos am Körper anbringen. Die Messung des Schrittzählers ist dank seines 3D-Sensors sehr präzise und misst nicht nach Erschütterungen. Neben der Zählung von bis zu 99.999 Schritten berechnet Speedy nach Eingabe von Körpergewicht und -größe auch den Kalorienverbrauch. Zudem sind die Dauer des Laufes und die zurückgelegte Distanz in Schritten oder Kilometern ablesbar. Geliefert wird im neutralen Karton.

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



ÜBERZEUGENDES DUO

Als attraktives Geschenkset in edler Verpackung hat Spranz eine hell strahlende, spritzwasser- und überhitzungsgeschützte Classic-LED-Taschenlampe mit ansprechender Doming-Fläche nebst praktischem Edelstahlmesser im Angebot. Der in mattschwarz ausgeführte Griff des Messers eignet sich ideal für die Individualisierung mittels einer Lasergravur. Geliefert wird das Ensemble im Designkarton, inklusive dreier AAA-Qualitätsbatterien. Das Design ist gesetzlich geschützt. Mehr Produkte zu diesem sowie vielen weiteren Themen sind im kostenlos erhältlichen Katalog zur aktuellen Spranz-Kollektion aufgeführt.

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

-Anzeige-

PSI
2014
8th–10th JANUARY
DÜSSELDORF

STYLE
YOUR
BUSINESS

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions

Marketing Festival Print Festival



9-10th September 2013, Warsaw

GIFTS | POS | PACKAGING | OOH | VISUAL&PRINT | SUPPLIERS OF MEDIA & EQUIPMENT

Marketing Festival (before: Gifts Exclusive Fair) and **Print Festival** are unique combination of exhibition stands, trainings, presentations and conferences. The exhibitors are companies from the wide advertising market: suppliers of promotional items, printers, manufacturers of POS and packaging, Digital Signage and the suppliers of media and equipment. The festival is dedicated to the representatives of advertising agencies, printers and marketing professionals.

During the fair will be organized contest on the **Innovation of the Year** and the **Super Gift** in range of prices available in the giftsonline.pl search engine. Will be carried out the fifth edition of **POS STARS** contest for the best displays with an exhibition of submitted realizations.

On the second day of Fair will be training: **MARKETING DURING CRISIS. SHOPPINGSHOW – CONSUMER COMMUNICATION.**

Marketing Festival and **Print Festival** is organized by OOH Magazine.



REENALD KOCH IM GESPRÄCH

DIENTSTLEISTER DES HANDELS

Reenald Koch treibt es in Sachen Werbeartikel rund um den Globus. Der Geschäftsführer von reeko design kennt die Märkte, kennt die Akteure und riecht oft heute schon, was morgen kommt. Er ist Optimist, aber kein blauäugiger. Familie, Firma, Fußball, das sind die drei großen F des Hamburgers. Kreativität und Verlässlichkeit braucht man dabei überall. Damit hat er Firmen groß gemacht, schwierige Zeiten überstanden und vor gut 10 Jahren den Wiedereinstieg in die Branche mit Bravour geschafft. Ausblick und Bilanz.

Wenn Sie am 1. April 2003 gewusst hätten, wie die Branche im Sommer 2013 aussieht, hätten Sie dann damals wieder durchgestartet?

Sagen wir mal so, ich hätte es mir bestimmt zehnmal mehr überlegt. Mir ging es ja gut. Ich musste auch nicht. Ich wollte einfach eine neue Herausforderung. Als ich vertraglich wieder durfte, war ich halt schwer zu halten. Aber mit dem Wissen von heute – na, wer weiß. Wenn Sie jedoch wissen wollen, ob ich es bereut habe, dann

gibt es ein ganz klares Nein. Was ich mache, das mache ich immer mit Freude. Und wenn es schwierig wird, dann wächst sogar die Freude mit. Es ist gut, nein sehr gut, wie es ist.

Langeweile kennen Sie wohl nicht?

Ich will sie gar nicht erst kennen lernen.

Jetzt werden die Zeiten aber nicht einfacher, weder im Markt hierzulande, noch in den Einkaufsmärkten in Fernost.

Das kann man wohl sagen. In Europa gibt es seit 2008 für unsere Branche keinen wachsenden Markt mehr. Vielmehr sind einige Märkte völlig zusammengebrochen. Rund ums Mittelmeer schaut die Krise aus jedem Knopfloch, wie soll dort Wachstum entstehen? Es bleiben die Märkte in Zentraleuropa und im Norden. Selbst in Frankreich wird es immer schwieriger. Da muss man sich nicht wundern, wenn große Unternehmen, die internationale Märkte bedienen, ihre Schwierigkeiten mit der Situation haben.

Sind besonders die Importeure in die gefährliche Zange der Umstände in Europa und Fernost geraten?

Das kann man wohl sagen. Hätten wir in Fernost stabile Verhältnisse wie vor 10 oder 15 Jahren, dann könnten wir manche Krise in Europa besser meistern. Damals hatten wir ausreichende Margen, um auch mal eine Durststrecke zu überstehen. Heute kämpfen wir mit dramatischen Veränderungen.

Was tut am meisten weh?

Die Löhne in China sind massiv gestiegen und werden laut Parteitag in den kommenden Jahren noch mal um 15 bis 20 Prozent steigen. Gleichzeitig steigen die Umweltauflagen und Kontrollen kosten ebenfalls Geld. Das hat besonders in der Metallverarbeitung zu Schließungen von Unternehmen geführt. Hinzu kommt eine Verdoppelung der Mindestmengen beim Einkauf, denn viel fließt inzwischen in den chinesischen Heimatmarkt und da ist man nicht mehr so auf den Export angewiesen. Das zwingt zu höheren Risiken und erfordert mehr Liquidität – und Liquidität kostet bekanntlich auch Geld. Hinzu kommt, dass die chinesische Währung nicht mehr so unterbewertet ist, wie sie es in früheren Zeiten war. Alles Faktoren für eine enorme Kostensteigerung.

Kennen denn Ihre Partner in Fernost die Probleme europäischer Importeure?

Ja, sie sind gut informiert. Aber mit dem eigenen Erstarken des dortigen Marktes sind sie auch sehr viel selbstbewusster geworden. Das liegt auch darin begründet, dass sie sehr viele Rohstoffe haben, die man zur Produktion braucht und die es in der Welt sonst kaum oder oft gar nicht in diesen Mengen gibt.

Kann man da schon von Abhängigkeit reden?

Das ist ein großes Wort. So weit würde ich nicht gehen. Im Handel waren Umstände und Glück immer mal mehr auf der Seite oder mal auf der anderen Seite. Derzeit ist Fernost alternativlos. Aber die Entwicklung

zwingt uns, unsere Aufgaben für die Zukunft zu machen.

Also doch weg von China?

Ich habe gesagt, dass es alternativlos ist und das meine ich so – zumindest für den Metallbereich. Vergleichbare Quantität, aber auch Qualität kriegt man derzeit nirgendwo auf der Welt. Früher stand China meist nur für billig, heute ist das Hightech-Ende aber auch erstklassig – wenn man weiß, wo man es findet. Bei Textil kann man vielleicht nach Malaysia oder Vietnam ausweichen, aber auch dort wird es schwieriger. Grundsätzlich haben diese Länder gar nicht die Menschen-Massen, um eine Fabrikmaschinerie aufzubauen wie die Chinesen.

Froh darüber dürften ja die Menschen in China sein. Sozialstandards und Umweltschutz sind gestiegen und die Ausbeutung wurde zurückgedrängt.

Wie schon gesagt, mit so großen Begriffen bin ich vorsichtig. Vielleicht auch, weil ich so viel von der Welt gesehen habe. Vor 20 Jahren waren die chinesischen Menschen froh, dass sie überhaupt Arbeit hatten und Hungersnöte überwinden konnten. Sicher haben wir damals von der Si-

tuation profitiert. Aber das ist ein Teil des weltweiten Handels – so ist es heute und so war es auch schon früher. Aber als Gegenleistung haben wir auch viel Know-How und Qualitätsstandards dort ins Land gebracht. Das wäre sonst nie in diese Märkte geflossen. Es ist immer ein Geben und Nehmen. Und gesellschaftspolitisch will doch hoffentlich jeder, dass es den Chinesen besser geht und, dass die Umwelt mehr geschützt wird. Aber geschäftlich verbessert es unsere Situation natürlich nicht. Ich könnte die Liste noch länger machen: Zum Beispiel um Container-Kosten, die sich seit 2004 mehr als verdoppelt haben.

Man hat auch den Eindruck, dass nicht mehr so viel Neues – ich meine wirklich Neues aus Fernost kommt.

Auch das stimmt. Früher bestand für die Anbieter ein großer Innovationsdruck. Neues wurde schnell und gut verkauft. Das feuerte die Kreativität der Mutigen an. Heute schlucken die Heimatmärkte viel und die Chinesen erwarten jetzt von uns, dass wir Ideen für neue Produkte einbringen. Produzieren tun sie diese dann, aber sie gehen nicht so wie früher mit eigenen Entwicklungskosten ins Risiko.





Also Probleme auf der ganzen Front?

Das kann man wohl sagen. Aber unsere Zukunft kann ja nicht aus Jammern bestehen. Wir sind es gewohnt, uns im globalen Handel den Situationen anzupassen und das Beste daraus zu machen. Wir müssen halt mehr eigene Innovation bringen, mehr denken, mehr kalkulieren und noch stärker die Risiken im Blick haben. Deshalb brauchen wir ja auch hierzulande verlässliche Partner, damit wir uns auf unsere Aufgabe konzentrieren können. Wir brauchen den soliden Handel und keine fliegenden Händler oder gar Direktgeschäfte. Lassen Sie mich das ganz deutlich sagen: Wir sind der Dienstleister des Handels – und nicht umgekehrt, wie manch einer denken mag.

Nun hört man ja aber auch unzufriedene Stimmen vonseiten der Lieferanten. Demnach ist der Handel nicht flexibel genug und zu wenig marketingorientiert, um die Produkte in ausreichender Stückzahl an den Mann oder die Frau zu bringen.

Was auf der Welt ist schon optimal? Und man weiß ja nie, wer früher da war, die Henne oder das Ei. Haben die Lieferanten auch frühe Fehler gemacht? Wer weiß es? Wir müssten auf jeden Fall heute einen enormen Aufwand treiben, wenn wir den Endverbraucher in der Industrie durch eigene Handelsvertreter bewerben und beliefern wollten. Unvorstellbar, was das personell und finanziell bedeuten würde. Wenn man aber diese Handelspartner hat, was wir sehr schätzen, dann kann man sie nicht von Fall zu Fall einsetzen oder auch nicht. Das ist keine Partnerschaft. Treue hat auch bei ordentlichen Anbietern immer noch einen hohen Stellenwert.

Aber dann kommt das alte Thema wieder hoch, dass auch viele Händler selbst in China einkaufen und nur von Fall zu Fall sich Ihrer Dienste bedienen.

Egoismen gibt es überall. Das hat uns aber nie wirklich geschadet, sicher oft geärgert. Ich denke aber, dass sich 90 Prozent dieser Zeitgenossen blaue Nasen und Augen geholt haben. Solche Geschäfte klappen ja vielleicht ein oder zwei Mal. Dann gibt es Probleme und keine belastbaren Kontakte auf chinesischer Seite. Oder denken wir an Logistik und Qualitätskontrollen. Ich bin mir sicher, dass beide Seiten der Handelsstufen schon negative Erfahrungen gemacht haben, wenn sie auf Abwegen waren.

Aber der Wettbewerb wird härter und oft gehen Geschäfte nur noch über den Preis?

Die erfolgreicheren Händler und Berater merken mehr und mehr, dass es nicht allein über den Preis geht. Es kann in einer Werbebranche nicht der richtige Weg sein, sich über das Argument, der Billigste zu sein, in der absoluten Austauschbarkeit zu positionieren. Dann werden wir zu reinen Beschaffern und das ist dann ein anderes Geschäftsmodell – was auch funktionieren kann, aber mit anderen Rahmenbedingungen und nur in ganz großen Volumina.

Kommen wir zurück auf die Abhängigkeit von China.

Das ist nicht nur Abhängigkeit. Das ist auch Partnerschaft. Lassen Sie uns das nicht so einseitig betrachten. 1972 machte Deutschland noch einen Exportumsatz von 270 Millionen US-Dollar mit dem Reich der Mitte. Heute sind es nahezu 70 Milliarden Euro. Können Sie sich vorstellen, wie viel Arbeitsplätze in dieser Zahl stecken? China ist der wichtigste Handelspartner Deutschlands in Asien. Das sollte uns aber nicht daran hindern, in bestimmten Produktgruppen nach Alternativen zu suchen. Das tun unsere chinesischen Partner auch, wenn sie im Inland mehr Geld für ihre Waren kriegen als auf ausländischen Märkten. Sourcing wird zu einer schwierigen Aufgabe für die Zukunft und wer darin gut ist,

hat automatisch Marktvorteile – vom Händler bis zum Lieferanten. So denke ich, dass wir uns wieder etwas mehr auf Europa und seine Märkte besinnen sollten. Da sind die Weg kürzer, die Qualitäten oft besser und die Handels-Usancen sind europäischer – sagen wir das mal so.

Aber bei Metall und Elektronik dürfte das schwerfallen.

Ja, logisch. Aber wir haben ja sicher über eine Million Artikel in der Branche und ich spreche nur von Chancen, die man suchen und ergreifen muss – nicht von zwinghaftem Handeln. Viele Märkte und Branchen sind in einem Prozess der Neu- oder Umorientierung. Unsere Branche auch. Ausgetretene Pfade werden in Zukunft nicht zum Erfolg führen. Wir müssen diese Herausforderung annehmen, wenn wir morgen und übermorgen Erfolg haben wollen.

Nicht wenige Kollegen träumen aber immer noch von den guten alten Zeiten.

Wem kann man das verdenken? Aber mit Zukunftsfähigkeit hat das nichts zu tun. Bei Nokia hat man auch lange, zu lange von alten Zeiten geträumt. Der Wandel war immer die große Herausforderung des Handels – über Jahrtausende hinweg. Hinzu kommt, dass wir nicht einfach Gebrauchsgüter importieren oder produzieren. Wir müssen kreative Produkte finden, die sich besonders gut für den werblichen Einsatz eignen. Gut und preiswert reicht da nicht. Da spielen Haptik und Sensorik eine Rolle. Werbung muss optisch gut angebracht werden können und darf das Design nicht belasten. Dann sollten es Produkte sein, die möglichst häufig Kontakt mit der Werbung ermöglichen. Wie Sie sehen, ist es ein ganzer Strauß von zusätzlichen Faktoren, die aus einem guten Produkt einen guten Werbeträger machen. Das zu erkennen und dieses Wissen einzusetzen, das macht so viel Spaß – heute, morgen und sicher auch noch übermorgen.

Dann viel Spaß und Erfolg für die nächsten 10 Jahre und danke für das Gespräch. <

Werden Sie Partner im CSR-Netzwerk

- ▶ Gestalten Sie Ihr Unternehmen nachhaltig
- ▶ Hintergrund und Best Practice für Ihre Strategien
- ▶ Aktuelle Informationen, Dialog und Services

Nur 8 Euro
im Monat



ONLINE-SERVICE • QUARTALSMAGAZIN • EVENTS

ZEIT ZU

HANDELN



Kostenloses Leseexemplar bestellen www.csrmagazin.de



Auf Wachstumskurs: Vier neue Mitarbeiter wurden dieses Jahr eingestellt. V. l.: Melanie Malchert, Produktion, Versand, Lager; Alexandra Genua, Grafik, Fotogeschenke; Christine Grzybowski, Finanzen, Vertrieb Polen; Sandra Vavelidis M.A., Geschäftsführerin, und Andreas Vavelidis, Vertrieb.

IN-CRYSTAL

DER SPRUNG INS UNBEKANNTE

Seit 2010 hat sich In-Crystal in Weissach auf die Glasinnengravur spezialisiert. Vor allem mit dem patentierten USB Crystal Drive hat sich das junge Unternehmen einen Namen gemacht. Faszinierend ist, dass der ursprüngliche Plan, einen Fallschirm-Sprungplatz auf Rhodos zu eröffnen, ausschlaggebend für den Erfolg des heutigen Unternehmens war. Dies zeigt einmal mehr, dass auch Umwege zum Ziel führen.

Hinter dem kleinen Unternehmen In-Crystal steckt eine ganz besondere Geschichte, denn eigentlich stand die Herstellung von Lasergravuren in Glas nicht auf dem Plan von Sandra und Andreas Vavelidis. Die beiden Jungunternehmer wollten im wörtlichen Sinne hoch hinaus und einen Sprungplatz für Fallschirmspringer eröffnen. Ort des Geschehens sollte

die Heimat des gebürtigen Griechen werden. Mit jeder Menge Motivation und einem Plan im Gepäck wanderten Vavelidis 2008 nach Griechenland aus, um ihr Hobby dort zum Beruf zu machen. Um den Lebensunterhalt bis zur Eröffnung des Sprungplatzes zu sichern, schafften sich die beiden leidenschaftlichen Fallschirmspringer auf Anraten eines Freundes ei-

nen Laser an und verkauften an Touristen Glas-Schlüsselanhänger mit eingravierten Fotos. Doch die Mühlen in Griechenland mahlten zu langsam für die beiden Existenzgründer. Notwendige Genehmigungen wurden gar nicht oder nur sehr zögerlich erteilt. Hinzu kam die Wirtschaftskrise, die das Land beutelte. Als 2009 der wirtschaftliche Zusammenbruch Griechenlands kam,

ging damit auch der Traum der Vavelidis in die Brüche. Schweren Herzens entschieden sie sich, nach Deutschland zurückzukehren, und wagten in Weissach in der Nähe von Stuttgart den Neuanfang.

ERFOLG MIT USB CRYSTAL DRIVE

Im Keller des Wohnhauses optimierte Andreas Vavelidis, der ursprünglich aus der Baubranche kommt, seine Kenntnisse in der Lasertechnik. Nach eigenen Angaben gravierte er mehrere Tonnen Glas, bis er die Technik perfektioniert hatte. Sandra Vavelidis, studierte Soziologin, übernahm die Buchhaltung, die Auftragsabwicklung und die Kundenkommunikation. Innerhalb kurzer Zeit entwickelte sich das Jungunternehmen zum Experten auf dem Gebiet der Lasergravur. Der Durchbruch gelang auf der PSI Messe 2012, wo In-Crystal neben anderen Produkten den USB Crystal Drive vorstellte. Bei diesem Produkt handelt es sich um einen USB-Stick, in dessen Glaskörper das Logo, ein Schriftzug oder auch ein Foto eingraviert werden kann. Wird der Stick mit einem USB-Port verbunden, leuchtet eine LED auf, die die 3D-Lasergravur besonders hervorhebt. Die USB Crystal Drives kamen sehr gut an und so steigerte sich die Auftragslage des Unternehmens in kurzer Zeit.

COPYCATS ENTGEGENTRETEN

Der Erfolg rief jedoch auch Nachahmer auf den Plan. Seit knapp einem Jahr haben Sandra und Andreas Vavelidis mit Copycats aus Fernost zu kämpfen. Auch die patentrechtlichen Schutzmaßnahmen zeigten bisher kaum eine Wirkung. „Wir haben unsere Anwälte eingeschaltet und Abmahnungen geschrieben. Neben dem wirtschaftlichen Schaden, der uns durch die Fälschungen entsteht, leidet auch der Ruf des Produktes. Die Fälschungen aus Fernost sind von minderwertiger Qualität, sonst könnten sie schließlich nicht zu solchen Dumpingpreisen angeboten werden. Besonders ärgerlich ist jedoch, dass Händler aus der Region die Copycats unterstützen und die billigen Nachahmungen vertreiben“, erklärt Andreas Vavelidis.



Von der Vorlage wird im PC ein 3D-Modell erstellt, eine sogenannte Punktwolke. Der Laserstrahl schmilzt die einzelnen Punkte im Glas, so dass eine dreidimensionale Gravur entsteht.

TECHNISCHES KNOW-HOW GEFRAGT

Die Herstellung einer Lasergravur erfordert einiges an technischem Know-how. Am Computer wird eine sogenannte Punktwolke erstellt, ein 3D-Modell des Logos oder Fotos, das graviert werden soll. Der Laserstrahl schmilzt die einzelnen Punkte im Glas, sodass eine dreidimensionale Gravur entsteht. Neben den USB Crystal Drives bietet In-Crystal ebenfalls die Glasinnengravur für Büroartikel, Pokale und Awards, aber auch PC-Zubehör an.

POSITIV IN DIE ZUKUNFT

Trotz der Schwierigkeiten mit Fälschungen lassen sich die beiden Jungunternehmer nicht unterkriegen. Das Unternehmen wächst stetig. Das kleine Büro mit Lager und Produktionsstätte in Weissach ist längst zu eng geworden. Mittlerweile wurden vier Mitarbeiter eingestellt. Auch das Produktportfolio wird um weitere schicke Glasar-

tikel erweitert. Gemeinsam mit der Firma Herzog Products GmbH werden ab September neue Artikel der Linie „Glas und Technik“ vorgestellt. Es soll noch nicht zu viel verraten werden, aber zwei Highlights werden die power bank und die PC-Maus aus Glas. Wer das junge Unternehmen kennt, hätte nicht gedacht, dass der ursprüngliche Plan einmal ein ganz anderer war. Wer nicht wagt, der nicht gewinnt – eine Lebensweisheit, die auf Sandra und Andreas Vavelidis von In-Crystal wohl ganz besonders zutrifft. <

KONTAKT
 In-Crystal
 Tel. +49 7044 9168160
 info@in-crystal.de
 www.in-crystal-werbemittel.de



DAS NEUE VERWALTUNGS- UND FERTIGUNGSGEBÄUDE

Produktions- und Logistikfläche: 2 504 m²

Bürogebäude Erdgeschoss: 170 m²

Bürogebäude Obergeschoss: 388 m²



Geschäftsführer Alexander Dirscherl (r.) und sein Bruder Dennis Dirscherl (Grafische Leitung) freuen sich über das neue Gebäude.

15 JAHRE CD-LUX GMBH

NEUES FIRMENGEBÄUDE IN BETRIEB GENOMMEN

Der CD-LUX GmbH beschenkt sich zum Jubiläum selbst. Kürzlich wurde das neue Produktions- und Verwaltungsgebäude des Adventskalender-Experten im Industriegebiet Cham-Wilting in Betrieb genommen. Damit investiert das Unternehmen in die Zukunft des Standorts und der Region.

Es ist ein Beweis für die gute Arbeit des CD-LUX-Teams und die hohe Innovationskraft des Unternehmens, dass unsere Produkte verstärkt nachgefragt werden. Dank einer zukunftsorientierten strategischen Ausrichtung erkennen wir weiterhin hohe Marktpotenziale, die eine solche Investition, wie den jetzt eröffneten Neu-

bau, sinnvoll machen“, so Geschäftsführer Alexander Dirscherl.

DREI MILLIONEN EURO INVESTIERT

Auf 3062 Quadratmetern wurde ausreichend Platz geschaffen, um die saisonell sehr hohe Nachfrage nach CD-LUX-Produkten, wie z. B. Werbe-Adventskalender oder individuelle Business-Präsente, künf-

tig ohne Wartezeiten bedienen zu können. „Unsere Mitarbeiter erhalten ein modernes Arbeitsumfeld, in dem Kreativität und Produktivität optimal gefördert werden. Durch den großzügigen Eingangsbereich gelangt man in den zweistöckigen Verwaltungstrakt. Daran angeschlossen ist die hauseigene Druckerei, der Produktionsbe-

Innovative Adventskalender von CD-LUX.



Das Team der Verwaltung ist bereits eingezogen. Die Produktion folgt nun im September.

reich sowie Lager- und Logistikflächen. Moderne Besprechungs- und Schulungsräume stehen ebenso zur Verfügung wie eine freundlich gestaltete Cafeteria“, erläutert Dirscherl. Zusammen mit dem „alten“ Werk II in Katzbach hat sich das Unternehmen flächenmäßig vervierfacht.

NACHHALTIGKEIT WIRD GROSSGESCHRIEBEN

Das neue Gebäude wurde von dem Chamer Architektenbüro Josef Kurbel umgesetzt. „Wir haben unglaublich rasch alle Genehmigungen erhalten, die Planung vorangetrieben und den Bau erfolgreich durchgeführt. Ein neues Gebäude mit sensibler Einrichtung in einer Gesamtzeit von nur neun Monaten fertigzustellen, spricht für die Kompetenz und hochmotivierte Teamarbeit aller beteiligten Mitarbeiterinnen, Mitarbeiter und Firmen“, sagt Dirscherl und betont, dass der bisherige Standort des Unternehmens in Cham-Katzbach als wichtiger Bestandteil im Produktionsprozess weiterhin bestehen bleibt. Und die

Sonne erzeugt soviel Strom, wie das Unternehmen benötigt: Mit Inbetriebnahme der 250-kW-Anlage auf dem Dach des Gebäudes ist für die CD-LUX GmbH ein großer Schritt auf dem Weg zum angestrebten Ziel eines vorbildlich nachhaltigen Unternehmens getan. Dank exponierter Südlage liefert die Anlage bereits über Plan Strom. „Wir produzieren mit der neuen Solaranlage mehr als den kompletten eigenen Stromverbrauch. Damit ist unsere Betriebsstätte CO₂-neutral“, freut sich Dirscherl.

UMFANGREICHES PROGRAMM

In der Firma CD-LUX GmbH weihnachtet es das ganze Jahr über. Kein Wunder: Das Chamer Unternehmen hat sich zu einem der führenden europäischen Adventskalender-Anbieter entwickelt. Nicht weniger als 60 verschiedene Ausführungen hat man im Programm. Und jedes Jahr kommen neue hinzu. „Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, unsere Kunden mit auffälligen und ungewöhnlichen Produkten zu begei-

stern“, betont Geschäftsführer Alexander Dirscherl. Noch während die letzten Adventskalender ausgeliefert werden, startet schon wieder die Produktfindung für die bevorstehende Weihnachtssaison. Kundenwünsche und Ideen werden gesammelt, die Mitarbeiter besuchen als Trendscouts internationale Messen und versuchen auch dort, die neuesten Farb- und Weihnachtentwicklungen aufzuspüren.

INNOVATIVE PRODUKTE

Die Adventskalender-Experten haben laut eigenen Angaben Europas breitesten Adventskalender-Programm. Dabei zeigen sich die Chamer bei der Entwicklung als besonders innovativ: Die jüngste Neuentwicklung ist der Adventskalender „The Cube“, ein besonders vielseitiger Adventskalender in Würfelform. „Man hat auf sechs Seiten die Möglichkeit, seine Werbung optimal zu platzieren“, so Dirscherl. Neben dem „kleinsten Schoko-Adventskalender der Welt“ haben die Kreativköpfe der Firma auch den Adventskalender aus der Dose kreiert.



Der kommunikative Lounge-Bereich.



Süße Werbemittel und Premium-Kundenmailings.



Das freundliche, helle Betriebsbüro.

FEINSTE MARKENSCHOKOLADE
 „Chancen erkennen, hinterfragen und immer wieder querdenken“, lautet die Erfolgsdevise der Firma. Hatte man seit Gründung im Jahr 1997 zunächst ausschließlich Handelsketten und Discounter mit Standard-Kalendern beliefert, entdeckte im Jahr 2000 die Werbemittel-Industrie die „süßen Begleiter“ durch die Vorweihnachtszeit als interessantes Werbemittel. Das Unternehmen schnürt für potenzielle Auftraggeber ein interessantes Angebotspaket. „Wir können dem Werbemittelhandel neben dem individuellen Produktzuschnitt die Befüllung mit feinsten Markenschokolade (z. B.

Lindt & Sprüngli, Sarotti, Milka) und eine hohe Verarbeitungsqualität garantieren“, so Dirscherl. Nicht zu vergessen die Flexibilität, die bei CD-LUX gewährleistet ist. Schoko-Adventskalender werden bereits ab 100 Stück nach Wunsch des Kunden bedruckt und ausgeliefert.

NICHT NUR AN WEIHNACHTEN
 Innovative Werbemittel das ganze Jahr: So setzt man bei CD-LUX nicht mehr nur auf das Weihnachtsgeschäft. Das Sortiment wurde um Kalender für das Osterfest sowie süße Werbemittel für das ganze Jahr erweitert. Zu den Highlights zählen z. B. individuelle Schokoladentäfelchen und fei-

ne Premium-Schokolade, individuell verpackte Pralinés, Werbe-Äpfel, Werbe-Fruchtgummi und vieles mehr. Die neueste Entwicklung ist ein exklusives Sortiment individueller Mailingverpackungen mit süßer Beilage. Den Partnern im Werbemittelhandel bietet das Unternehmen umfangreiche Services, wie z. B. unverbindliche Gestaltungsvorschläge, neutrale Händlerkataloge sowie einen kostenlosen personalisierten Online-Blätterkatalog. Der neue Adventskalender-Katalog mit zahlreichen Neuheiten kann ab sofort bei CD-LUX angefordert werden. www.cd-lux.de <

FYVAR, Association of Manufacturers, Wholesalers, Importers and Distributors of Promotional Products

Product Search Engine 2.0

Nombre o referencia: Familia: Subfamilia: Precio:

Buscador / Directorio Familias



Alimentación y Bebidas



Artículos de fumador



Automovil



Calendarios



MyReklam



FyvarPress
FyvarNews

RoadShows
7th anniversary



Fyvar Quality



*More than
500 members*

Collaborating with:



29-31.01.14 (Madrid)

8-10.01.14 (Düsseldorf)

The only
spanish-portuguese
members of



www.fyvar.com



STEPHAN SPECKBRUCK UND CHRISTOPH RUHRMANN

DAS PERFEKTE TEAM

Mit jeder Menge Energie, einer gehörigen Portion Zuversicht und dem Mut, auch kreative Ideen umzusetzen, haben sich Christoph Ruhrmann und Stephan Speckbruck mit Plan Concept Dr. Lichtenberg zu einem der größten Werbeartikelhändler Deutschlands entwickelt. Dass sie genau dort sind, wo sie heute sind, ist nicht nur ihrem fachlichen und unternehmerischen Können geschuldet. Ihr ausgeprägtes Verständnis von Teamarbeit und nicht zuletzt einige glückliche Zufälle kommen als Erfolgsfaktoren hinzu. Ihr unwiderstehlicher Ruhrpott-Charme macht das Duo zu etwas Besonderem. In diesem Jahr feiern sie ihr 20-jähriges Firmenjubiläum. Ein guter Grund, einmal hinter die Kulissen zu schauen.

Ins Zentrum des Ruhrgebiets, nach Essen, führen uns unsere diesmaligen Porträtpartner. Seit mehr als zwölf Jahren sind Christoph Ruhrmann und Stephan Speckbruck gemeinsam erfolgreich in der Werbeartikelbranche tätig. Dass man in dieser Branche wirklich Geld verdienen kann, haben die beiden Geschäftsführer von Plan Concept Dr. Lichtenberg anfangs nicht geglaubt. Doch Zeit und Erfahrung haben sie eines Besseren belehrt. Heute verbinden beide mit Luxus jedoch weit mehr als das große Geld. Sie können Prioritäten setzen und sich Freiheiten nehmen, aber die Firma ist sozusagen immer dabei: „Selbstständig ist man immer und die Firma geht einem auch bei einem entspannten Familienausflug nicht ganz aus dem Kopf“, stellt Christoph Ruhrmann fest.

KURZ ENTSCLOSSEN ZUM ERFOLG

Eher zufällig kam Ruhrmann in die Werbeartikelbranche. Dass hier eine erfolgreiche Karriere auf ihn warten würde, daran dachte er mit 22 Jahren nicht im Geringsten. Seine Ausbildung machte er in der elterlichen Konditorei und arbeitete im Anschluss auch dort als Konditor. Eigentlich schien alles in trockenen Tüchern zu sein, bis ein Freund ihm vorschlug, in die Werbeartikelbranche einzusteigen. Als der Freund nach kurzer Zeit die Zusammenarbeit wieder auflöste, machte ihm das Verkaufen schon so viel Spaß, dass er sich sozusagen übers Wochenende überlegte, sich einen Gewerbeschein zu besorgen und auf eigene Faust weiterzumachen. Nach etwa einem Jahr Selbstständigkeit brachten Veredlung und Vertrieb, später auch die Produktion von Mousepads die junge Firma einen großen Schritt weiter. Der Schub war sogar so groß, dass er aufhören musste, in der Konditorei zu arbeiten. Seine ersten Kunden kamen aus der Pharmabranche. Er ist eher der Visionär der beiden heutigen Geschäftspartner.

SIE WISSEN, WAS SIE KÖNNEN

Auch Stephan Speckbruck kam auf einem kleinen Umweg zur Werbeartikelbranche. Er ist ebenfalls gelernter Konditor, doch das ist ein echter Zufall: Die Wege der heutigen Partner haben sich nicht in ei-

ner Konditorei, sondern erst später gekreuzt. Auch Speckbruck hat mehrere Berufe, denn er absolvierte zusätzlich eine dreijährige kaufmännische Ausbildung in der Werbeartikelbranche, daran schloss sich ein Studium bei der Deutschen Angestellten-Akademie zum Kommunikationswirt an. Ein Zubrot verdiente er sich zwischendurch mit Jobs als Koch oder Kellner. Während Ruhrmann sich gerne mitreißen lässt, selten zögerlich ist und hier und da das Risiko nicht scheut, hat Stephan Speckbruck das Große und Ganze im Blick und schläft gerne mal eine Nacht darüber, bevor er weitreichende Entscheidungen trifft. Was beiden gemein ist: Sie wissen, was sie können, was sie machen und wie viel dies wert ist.

ERFOLGSREZEPT: TEAMARBEIT

1998 kreuzten sich im geschäftlichen Umfeld zum ersten Mal die Wege der beiden gebürtigen Essener. Ruhrmann betreute Speckbruck als Kunden. 2001 entschieden sie sich, ihre Zusammenarbeit zu intensivieren und Stephan Speckbruck stieg als Co-Geschäftsführer in das Unternehmen ein. Gestartet sind sie mit drei Mitarbeitern. Seit Beginn haben sie versucht, Plan Concept Dr. Lichtenberg, damals nur Plan Concept, so breit wie möglich aufzustellen. Daraus entwickelte sich eine Eigendynamik, die bis heute anhält. Speckbruck und Ruhrmann beschäftigen momentan 38 Mitarbeiter, haben Niederlassungen in Münster, Wuppertal und Stuttgart und blicken in diesem Jahr auf erfolgreiche 20 Jahre im Werbeartikelhandel zurück. Ein hundertprozentiges Erfolgsrezept gibt es für Ruhrmann und Speckbruck nicht. Sie verlassen sich auf ihr Bauchgefühl und lassen sich auch gerne mal überraschen. Die Aufgaben sind klar verteilt. Ruhrmann und Speckbruck ergänzen sich perfekt als Unternehmer. Schnell wird deutlich, dass ihre gute Teamarbeit sie unter anderem zum Erfolg geführt hat. Die Schwächen des anderen werden ausgeglichen und die Stärken ergänzt.

ÜBERNAHME DR. LICHTENBERG

Ein wichtiger Schritt in den vergangenen 20 Jahren war die Übernahme des Werbe-

artikelunternehmens Dr. Lichtenberg. Vor etwas mehr als vier Jahren hatte Martin Anuth, damaliger Geschäftsführer des Unternehmens, einen tödlichen Unfall. Ruhrmann und Speckbruck entwarfen ein Konzept, wie es möglich sei, 90 Prozent der Mitarbeiter zu übernehmen. Eine Zerstückelung des Unternehmens wollten sie verhindern und auch der Name sollte als Qualitätsmerkmal beibehalten werden. Kurzum wurde an den Firmennamen Plan Concept Dr. Lichtenberg angehängt und die Firma um 13 Mitarbeiter bereichert. So manche Kuriosität haben die beiden in den vergangenen Jahren auch schon erlebt. Etwa als eine Ladung von 100 000 Taschenrechnern zwei Mal die Zahl Sieben im Ziffernblock aufwies. Auch eine untergegangene Textilienlieferung bereitete Ruhrmann und Speckbruck Sorgen. Kurzerhand setzten sich die beiden ins Flugzeug und brachten 20 Kartons bestückt mit Textilien selbst zum Kunden nach Lanzarote. Heute können Ruhrmann und Speckbruck darüber lachen, damals forderte diese Begebenheit einige schlaflose Nächte.

QUALITÄT SICHERN

Welche beruflichen Ziele gibt es noch, wenn man schon fast alles erreicht hat? Mit jedem erfolgreich abgewickelten Auftrag, mit jeder Herausforderung, die man gemeistert hat, und mit jeder Chance, die man vielleicht auch mal verpasst hat, wachsen die Ziele, darin sind sich Ruhrmann und Speckbruck einig. In Zukunft möchten sie sich noch breiter aufstellen, in dem, was sie anbieten. Der Full Service, den sie seit 2003 leisten, soll vertieft und der bisher schon sehr erfolgreiche Online-Shop noch weiter ausgebaut werden. Ziel ist es, 20 Prozent des Umsatzes im Internet zu erwirtschaften. Außerdem möchten sie das Unternehmen mit der Qualitätsmanagement-Norm ISO 9001 zertifizieren lassen – nicht nur um die Transparenz betrieblicher Abläufe zu erhöhen, die Kunden noch zufriedener zu machen oder um Kosten zu senken. Mit der Zertifizierung möchten Ruhrmann und Speckbruck einmal mehr zeigen, wie sehr ihnen ihr Lebenswerk mit allen Mitarbeitern am Herzen liegt. Eini-

CHRISTOPH RUHRMANN IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Zum Glück schläft meine Tochter noch.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn sich wie alles von selber ineinanderfügt und ich abends mit einer gewissen Übermotivation das Büro verlasse.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Meine Kinder.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Meine Kinder.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Meine Schwäche für Autos.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

Beim Oldtimerfahren.

Vier Wochen Zwangsurlaub – wohin geht's?

Nach Sylt.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für meine Familie und Autos.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Ja.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn er reklamationfrei zu verkaufen ist.

Der beste, den Sie je bekommen haben?

Buntstifte! Schon konnten meine Frau und ich in Ruhe unseren Kaffee austrinken.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit Werbeartikeln?

Wenn sie nicht verfügbar sind!



ge der Mitarbeiter sind seit Beginn dabei. Die Schwestern von Christoph Ruhrmann wie auch seine Ehefrau und sein erwachsener Sohn arbeiten im Unternehmen und Stephan Speckbrucks Bruder ist ebenfalls mit an Bord. Man kann also von einem echten Familienunternehmen sprechen und in den vergangenen 20 Jahren haben alle ihren Teil dazu beigetragen, aus Plan Concept Dr. Lichtenberg ein erfolgreiches Unternehmen zu machen.

DER AUSGLEICH ZUM JOB

Doch wie lässt sich ein solch erfolgreiches Berufsleben mit dem Privatleben vereinbaren, ohne dass eins von beidem auf der Strecke bleibt? Mittlerweile sind Ruhrmann und Speckbrucks in der glücklichen Lage, sich die Zeit, die sie für ihre Familien brauchen, auch zu nehmen. Christoph Ruhrmann hat einen erwachsenen Sohn aus einer früheren Beziehung und mit seiner jetzigen Ehefrau hat er zwei kleine Kinder. Im Urlaub und wenn er mit seiner Familie zusammen ist, kann er den Akku wieder aufladen. Auch Stephan Speckbrucks genießt seine freie Zeit gerne im Kreise seiner Familie mit seiner erwachsenen Tochter und seiner Lebensgefährtin. Und zwei weitere große Leidenschaften teilen die beiden Essener. Sie lieben Oldtimer und verbringen gerne ihre Zeit am Nürburgring, aber auch gegen ein gutes Fußballspiel im Stadion haben die beiden eingefleischten BvB-Fans nichts einzuwenden. Ein guter Ausgleich zum Job gerade in stressigen Zeiten sei wichtig. Denn nur dann könne der Spaß an dem, was man tut, bestehen bleiben, da sind sich beide Unternehmer einig. Ihr großes Ziel haben sie erreicht: Sie blicken auf eine sehr erfolgreiche Zeit im Werbeartikelhandel zurück. Konkrete Pläne oder Ziele gibt es für die kommenden 20 Jahre nicht. „Aber unsere Vision ist noch nicht abgeschlossen. Wir möchten das, was wir uns aufgebaut haben, aufrechterhalten und weiter ausbauen“, erklärt Stephan Speckbrucks. „Mal schauen, was die Zukunft bringt. Jeder Tag birgt Überraschungen und im Rückblick würden wir alles genauso wieder machen“, ist sich Christoph Ruhrmann sicher. Ein schönes Resümee der letzten 20 Jahre. <

Look at me!



RIEDLE



Oft kopiert, nie erreicht.

Die Riedle Formtasche.

.....

Mit figürlich gestanzten Werbetaschen kennen wir uns bestens aus. Wir waren es schließlich, die diesen auffallenden Werbeträger schon vor 20 Jahren entwickelt haben. Und bis heute steht RIEDLE für innovative Taschenideen in Spitzenqualität. Profitieren Sie von einem Werbeträger mit hoher Nachkauftrate und werden Sie so zum Immer-wieder-Verkäufer. www.riedle-bags.de/formtasche

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



MIT POSITIVEN WERTEN ÜBERZEUGEN

Wer käme schon auf die Idee, einen hilfreichen Stadtplan oder eine Radwanderkarte wegzuerwerfen? Vermutlich niemand, denn auch im digitalen Zeitalter von Navi und GPS bewahrt man Freizeitkarten als Andenken gerne auf. Sie werden wiederholt genutzt, unter Freunden und in der Familie weiterverschenkt und verliehen. Freizeitkarten von Publicpress sind ein nachhaltiges Werbemittel mit hohem Nutzwert. Sie betonen vor allem den regionalen Bezug eines Unternehmens, transportieren aber auch Werte wie Ökologie, Aktivität und Familienfreundlichkeit. Aus über 500 Freizeitkartentiteln, Wander- und Reiseführern können Kunden ihren passenden Titel auswählen, der sich zusätzlich individuell gestalten und als Werbefläche nutzen lässt. Möglich ist der Logodruck auf dem Cover, ein komplettes Branding des Covers, individuelle Veränderung von Cover, Informations- und Tourenteil sowie der Kartografieseite.

48027 • Publicpress Publikationsgesellschaft mbH • Tel +49 2942 988700
 info@publicpress.de • www.publicpress.de

FRISCHE BRISE AM ARBEITSPLATZ

Gerade in den heißen Sommermonaten mit stickiger Luft im Büro ist der Bedarf an einer kleinen Abkühlung riesengroß. Was ist da willkommener, als die stetige Brise am Arbeitsplatz, wie sie der bewegliche Metall-Ventilator mit USB-Anschluss aus dem Sortiment von Nestler-matho zu verströmen vermag? Die Rotorblätter sind aus Aluminium gefertigt, das Gerät selbst aus Eisen. Mit einer Leistung von 2,5 Watt und einer Spannung von DC5V bietet der einfach an den USB-Slot am Rechner anzuschließende und startbereite Ventilator genügend Leistung für erfrischende Momente. Eine Werbeanbringung auf dem einzeln verpackt gelieferten Produkt ist mittig in einer Größe von 25 Millimetern Durchmesser möglich.

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



GEL FÜR DIE PERFEKTE LINIE

Eine Bereicherung des aktuellen Angebotes bei DreamPen ist die neue Gel-Tintenfüllung. Sie kann in jedem Modell aus dem Angebot von DreamPen verwendet werden. Die Gel-Tintenmine wurde auf der Grundlage der besten Eigenschaften von flüssigem Tintengel und Pigmenten erstellt, sodass die Farben noch intensiver und lebendiger erscheinen. Sie ist dazu absolut wasserfest, betont der Hersteller. Gel-Tinte verschmiert nicht, die Mine kann nicht austrocknen und die Schrift verleiht ein einzigartiges Gefühl von Leichtigkeit und Mühelosigkeit. Glatte und gleichmäßige Linien sind das Ergebnis. Jede Mine wird mit einer winzigen Wachskappe vor dem Austrocknen gesichert.

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

MULTIFUNKTION AM SCHLÜSSELBUND

Ein multifunktionaler Werbeträger für den alltäglichen Gebrauch stellt ArtLine Manufacture mit ihrem neuen 4-in-1-Tool vor. Die vier Funktionen des nützlichen Streuartikels begeistern Männer und Frauen gleichermaßen. Das Vorderteil wird als Einkaufschip genutzt, während unterseitig ein Mindestprofil-Messgerät für Pkw-Reifen mit den entsprechenden gesetzlichen Marken angebracht ist. Die gesamte Oberfläche ist vollflächig für Werbeanbringungen nutzbar und der Minikarabiner sorgt dafür, dass der kleine Helfer als Schlüsselanhänger immer dabei ist.



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

BETONT SPORTLICH

Zum zweiten Mal in diesem Jahr erweitert Hanes seine erfolgreiche Cool-DRI-Sportkollektion. Bereits zu Beginn des Jahres wurden drei neue Cool-DRI-Athletic-Herrenstyles aus dehnbarem Polyester-Elasthan-Gewebe mit besonders hoher Atmungsaktivität vorgestellt. Jetzt präsentiert Hanes vier brandneue Cool-DRI-T-Shirts für Damen und Herren. Sie werden aus einem 105 g/m² leichten und außergewöhnlich dehnbaren Polyestergewebe hergestellt. Durch die „Bird-Eyelet-Konstruktion“ des Stoffes wird der Feuchtigkeitstransport, die Temperaturregulierung und der Tragekomfort immens verbessert. Die besonders flachen Nähte vermindern unangenehme Reibungen am Körper. Hanes' Cool-DRI-Performance-Produkte sind extrem atmungsaktiv und zeichnen sich durch die bewährten Eigenschaften aus: schmutzabweisend, schnelltrocknend, bügelfrei. Die bequeme, sportlich geschnittene Passform ermöglicht maximale Bewegungsfreiheit. Neue brillante Farben und Nackenbänder in den Kontrastfarben ziehen alle Blicke auf sich und auch das unglaublich weiche Material erregt Aufmerksamkeit. Schmale Reflexstreifen in der vorderen Teilungsnaht erhöhen die Sichtbarkeit auch bei niedrigem Umgebungslicht. Sie sind in klassischem Weiß und Schwarz, aber auch in den beiden neuen brillanten Trendfarben Electric Yellow und Electric Blue erhältlich. Cool-DRI-Stoffe aus Polyester eignen sich durch ihr spezielles Herstellungsverfahren optimal für ein exzellentes Finish sowohl beim Thermo-transferdruck (z. B. Sublimationsdruck) als auch bei Tinte.

45383 • Smartwares Printables
 GmbH • Tel +49 241 705020
 printables.support@smartwares.eu
 www.smartwares-printables.eu



MÜNDER-EMAIL®
 Emailleprodukte für Haus & Garten GmbH

Gewerbegebiet Tel. 00 49-50 43/97 36 60
 In der Masch 13 info@muender-email.com
 D - 31867 Pohle www.muender-email.com

**Der Emaille-Spezialist
 für Klein- und Großserien**

Emaillierte Werbebecher bereits
 ab 96 Stück nach Ihren
 Wünschen dekoriert.





PURER GESCHMACK DURCH EDELSTE ZUTATEN

Freunde stilvoller Esskultur sind seit über einem halben Jahrhundert begeistert von Großvater Frömbgens delikater Minisalamirezeptur, die er 1956 in der Oberbreisiger Landmetzgerei kreierte. Metzgermeister Siegfried Marhöfer führt die Traditionsmetzgerei in der dritten Generation und hat nun die kleinen Delikatessen zusammen mit dem Kölner Kunstmessedirektor Walter Gehlen endlich einem größeren Publikum zugänglich gemacht. Die von Hand in traditionellen Havannakistchen verpackten Delikatess-Minisalami werden aus natürlichen Produkten und von deutschen Landwirten zertifiziertem Schweine- beziehungsweise Rindfleisch hergestellt.

48904 • Olami GmbH • Tel +49 151 15676128
gehlen@olami.de • www.olami.de

POLOS FÜR JEDE GELEGENHEIT

Dass ein Polo viel mehr ist als ein simples Shirt mit Kragen und Knopfleiste, zeigt das aktuelle Polo-Sortiment von James & Nicholson by Daiber. Hier finden sich Polos für jeden Geschmack und jede Gelegenheit in über 30 Farben, in vielen verschiedenen Styles und Schnitten und mit den unterschiedlichsten Funktionen. Chic gepaart mit zuverlässigem Schutz vor UV-Strahlung mit UPF 30+ bietet das Ladies' und Men's coldblack Polo farbige Kontraststreifen an Kragen und Ärmeln und bildet die perfekte Basis für eine schicke Corporate Wear. Lässiger und ideal für einen Ausflug ins Grüne ist das unifarbene Ladies' und Men's Active Polo in sieben Farben. Dank ausgezeichnetem Tragekomfort ist das Funktions-Polo aus 100 Prozent Micropolyester optimal für alle Outdoor-Aktivitäten. Das Lifestyle-Polo für Damen und Herren bringt schließlich Farbe ins Leben und in den Alltag. Egal, ob im Büro oder in der Freizeit, das Kurzarm-Polo aus hochwertigem Piqué in grober Struktur punktet mit gestricktem Kragen, Armbündchen, Necktape und kontrastfarbiger Knopfleiste.

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



FARBENFROHES SCHREIBVERGNÜGEN

Die neuen Druckkugelschreiber der uma-Match-Serie vereinen Farbenfreude, Schreibfreude und Gestaltungsfreude. Die in zahlreichen Farbvarianten erhältlichen Modelle zeichnen sich durch Kombinationsmöglichkeit, kurze Lieferzeiten und das Prädikat „Made in Germany“ aus. Alle Match-Modelle sind nach Kundenwunsch individualisierbar und in unterschiedlichsten Farben erhältlich. Je nach Typ verfügen die Druckkugelschreiber über ein gedeckt oder transparent glänzendes Gehäuse sowie eine angenehme Gummigriffzone. Dank ihrer zahlreichen bedruck- und veredelbaren Flächen und der Farbvielfalt lassen sie sich flexibel an jeden Wunsch anpassen. Für langen Schreibspaß sorgt die europäische Jumbo-Mine mit weißem Kunststoffrohr. Sie verfügt über eine silberne Schreibspitze, eine Wolfram-Karbid-Kugel und eine Schreibpaste gemäß ISO-Norm mit einer Schreibleistung von rund 2500 Metern.

41848 • uma Schreibgeräte Ullmann GmbH • Tel +49 7832 7070
info@uma-pen.com • www.uma-pen.com

Art. 5301



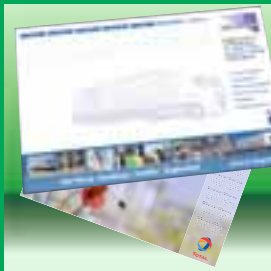
Art. 1104D



Art. 640X



Art. 6040



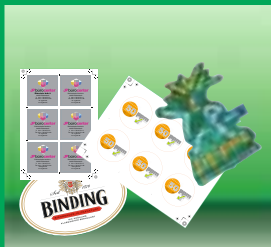
Art. 67XX



Art. 1304



Art.1810



Art. 1006UD



Art. 1018



Art. 7100



Art. 5100



Art. 1010U



Art. 80300



Art. 9800



NOTIZBLOCKS
 WANDPLANER
 HAFTNOTIZBLOCKS
 ZETTELSPEICHER
 SCHREIBUNTERLAGEN
 KALENDER
 ETIKETTEN-FOLIEN
 SCHREIBBLOCKS WIRE-O
 KUNSTSTOFFSCHILDER
 FLASCHENÖFFNER

... WEIL QUALITÄT UND
 PREIS ZÄHLEN!

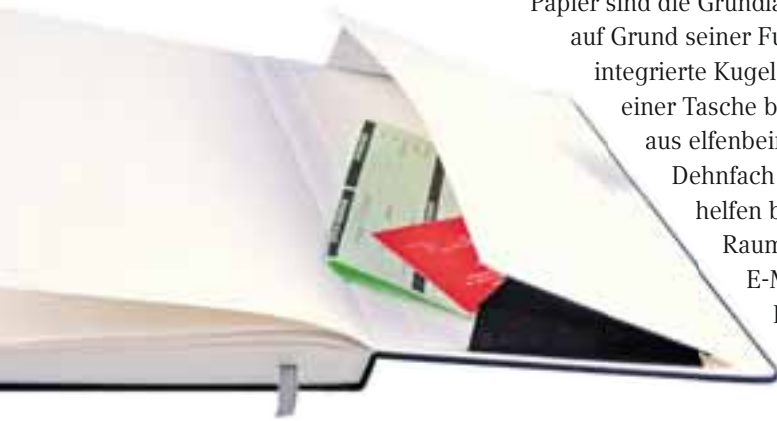


Seilerweg 5-7 · 59556 Lippstadt
 Tel. (0 29 41) 94 34-0 · Fax (0 29 41) 94 34 34
 www.marbo-werbung.de

NOTIZEN IN STILVOLLEM GEWAND

Mit ihrer Kollektion Arwey präsentiert die Acar Europe GmbH ein Sortiment hochwertiger Notizbücher. Das klare Design und die durchdachte Funktionalität, ein hohes Qualitätsniveau und die ausschließliche Verwendung von FSC-zertifiziertem Papier sind die Grundlagen der Sortimente. Ein Beispiel dafür ist das Modell Baer, das auf Grund seiner Funktion und des Aufbaus geschmacksmustergeschützt ist. Der integrierte Kugelschreiber kann sich nicht in anderen Unterlagen, die man in einer Tasche bei sich trägt, verhaken. Das Notizbuch Baer bietet 256 Seiten aus elfenbeinfarbigem 70 g/qm schwerem FSC-Papier. Eine Innentasche mit Dehnfach für eigene Notizen und Dokumente und ein Lesezeichenband helfen bei der Organisation. Unterschiedliche Informationsseiten bieten Raum für vielfältige Features wie Jahresplaner, Telefonnummern und E-Mail-Kontakte. Individuelle Werbeseiten transportieren jede Botschaft ganz nach Kundenwunsch.

48055 • Acar Europe GmbH • Tel +49 6172 1710710
info@acar-europe.de • www.acar-europe.de



SCHREIBKULTUR IN SCHLICHTEM WEISS

Klar, schlicht und rein: So charakterisiert Senator seine moderne, stilprägende Image-White-Line. Das Unternehmen weiß um den Trend zu cleanen Produkten und setzt mit Füllhalter, Rollerball und Kugelschreiber im exklusiven Senator-Design neue Akzente. Mit hochglänzend weißen Gehäusen und ebenfalls hochglänzend verchromten Beschlagteilen bilden die neuen Modelle die perfekte Ergänzung zur etablierten Image-Familie. Deren beliebte Anmutung, in Kombination mit dem selbstständigen, aktuellen Farbstatement, realisiert in der Konsequenz eine ästhetische Plattform für anspruchsvolle Werbeanlässe. Bestückt ist der Kugelschreiber mit einer blau schreibenden Qualitäts-Großraummine. Als Veredelungsoptionen stehen Metalldruck und Laserdruck sowohl für den Schaft als auch für das Oberteil zur Auswahl.

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



GRILLGUT FEST IM GRIFF

Jetzt ist Schluss mit saftigen Steaks, die beim Wenden in die Glut oder auf den Boden fallen: Für sicheren Halt des wertvollen Grillgutes sorgt die Grillzange von Rösle. Dieser Klassiker unter den Grillzangen verfügt über eine ausgewogene Federkraft und exakte Kraftübertragung auf die Enden der Zange. Sie verspricht eine optimale Handhabung am Grill. Durch die gewellten Enden des Vorderteils wird das Grillgut sicher gehalten. Zum Empfänger kommt die Zange in einer Kartonagenverpackung, die per Aufkleber oder ab 1000 Stück auch komplett individuell gebrandet werden kann. Auf der Zange selbst lässt sich eine Veredelung per Lasergravur oder Druck aufbringen. Eine weitere Werbeform ist die Anbringung einer Banderole.

48426 • Rösle GmbH & Co. KG • Tel +49 8342 9120
info@roesle.de • www.roesle.de



Aumenta tus ventas...

Asociándote a AIMFAP

augmentez vos ventes en vous associant à AIMFAP...
increase your sales becoming a member of AIMFAP...

Pabellón aimfap en ferias europeas

Pavillon Aimfap dans les salons européens...

Aimfap pavilion in european trade fairs...



Importantes descuentos en el precio del suelo - Sólo para Asociados. **INFÓRMATE.** Rabais importants sur les prix, pour les membres de AIMFAP. **INFORMEZ-VOUS.** Great discounts on prices, only for AIMFAP members. Get info!

Road shows itinerantes por España y Portugal

travelling road shows in Spain and Portugal Road shows itinérants en Espagne et au Portugal



Nos acercamos a tu ciudad. **Más de 100 expositores** por Road Show.
Nous venons dans votre ville. **Plus de 100 exposants** par Road Show.
Bringing closer to your city. More than 100 exhibitors each Road Show.

Beneficiate de la base de datos de
7.000 clientes reclamistas

Profitez de notre
base de données
de plus de 7.000 clients

Take benefit from
our database of 7.000 clients



Y muchos más servicios a bajo coste - **Et bien d'autres services à faible coût** - And many more low cost services

Contacta con Aimfap
Contactez Aimfap
Contact Aimfap



Consulta nuestra lista de morosos
Check out our list of debtors
Consultez notre liste des débiteurs

PERSONA DE CONTACTO - NOUS CONTACTER - CONTACT

Beatriz Sanz Tel. 0034 912975448 | Móvil/cell: 0034 671684744
aimfap@aimfap.com | www.aimfap.com



Paseo de la Castellana, 135 • 5ª Planta oficina 506 28046 MADRID (SPAIN)
TEL: 0034 91 297 54 48 FAX: 91 297 55 03 • aimfap@aimfap.com

ASOCIACIÓN DE IMPORTADORES, MAYORISTAS Y FABRICANTES DE ARTÍCULOS PROMOCIONALES
Association of Importers, Wholesalers and Manufacturers of Promotional Goods



LIEBLINGSGETRÄNK UNTERWEGS DABEI

Wer auch unterwegs nicht auf sein Lieblingsgetränk verzichten möchte, findet in der breiten Palette der aktuellen Contigo-To-Go-Becher von Kambukka sicher auch seinen persönlichen Stil. Elegant und stylish gestaltete Trinkgefäße in vielen Farben und Größen passen zu praktisch jedem Anlass und können durchweg auch nach Kundenwunsch individualisiert werden. Sie halten zuverlässig die Temperatur des eingefüllten Getränks und bieten durch den patentierten Autoseal-Deckel sowohl Schutz gegen Undichtigkeiten wie auch eine einfache Einhandbedienung. Die Produkte sind zu 100 Prozent dicht und auslaufsicher. Zum Trinken wird die Autoseal-Taste gedrückt und verriegelt.

48425 • Kambukka BVBA • Tel +32 11 373001

info@mycontigo.com • www.mycontigo.com

SAMTWEICHER HANDSCHMEICHLER

Man nimmt ihn in die Hand und gibt ihn ungern wieder her: So beschreibt der Schreibgerätehersteller Prodir sein neues Modell ES1 Soft-Touch. Der Druckkugelschreiber bietet neben der samtweichen Oberfläche und einer ergonomischen Form ein perfektes Schriftbild und höchsten Schreibkomfort. Der Sympathieträger sorgt so dafür, dass die Marke auf seinem Clip positiv wahrgenommen wird. Er ist in den vier Farben Rot, Orange, Blau und Schwarz lieferbar. Als Personalisierungsfläche steht ein in transparentem Kunststoff gehaltener Clip zur Verfügung. Er hat die gleiche Farbe wie das Gehäuse, aber keine Soft-Touch-Oberfläche. Einen zusätzlich wertigen Akzent setzt der verchromte Druckknopf.

43417 • prodir GmbH • Tel +49 6762 40690

sales@prodir.de • www.prodir.com



SCHLECHTE KARTEN FÜR ZECKEN

Schlechte Karten haben lästige Zecken mit der von Lupenmaxx vorgestellten original Safecard-Zeckenkarte-Lupe. Das hilfreiche Präzisionswerkzeug zum einfachen und sicheren Entfernen der kleinen Blutsauger passt in jedes Portemonnaie und ist so bei allen Outdoor-Aktivitäten dabei. Die integrierte Lupe erleichtert das Aufspüren der Zecke und der spezielle Ausschnitt auf der Zeckenkarte hilft beim Heraushebeln der Tierchen. Eine Übertragung gesundheitsschädlicher Bakterien kann so wirksam unterbunden werden, teilt der Hersteller mit. Auf Wunsch wird die Safecard-Zeckenkarte solo oder in einer transparenten PVC-Hülle geliefert. Der Kunde hat zudem die Wahl zwischen der neutralen oder der bedruckten Version mit einer Werbeaussage nach Wunsch.

47814 • Lupenmaxx GmbH • Tel +49 7661 9099880

info@lupenmaxx.de • www.lupenmaxx.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:



Frische Fakten. Jetzt zugreifen!

Transparente Messedaten tragen dieses Zeichen:



Entscheider stehen vor der Wahl: Lohnt ein Messeauftritt? Bringt er mir wertvolle Kundenkontakte? Oder bin ich mit meinem Stand zur falschen Zeit am falschen Ort? Wir liefern Daten, die Klarheit bringen – zertifizierte Messekennzahlen und fundierte Besucherstrukturdaten für rund 300 Messen und Ausstellungen, mit denen wir Entscheider entscheidend weiterbringen.

www.fkm.de

Wärme, Licht und viel Energie



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 Werbeartikeln bekennen. **Machen Sie es zu Ihrem!** Sie wollen mehr wissen? Besuchen Sie uns auf www.eppa-org.eu.



NEU



Heiz-POD® Recharge + LED

- Handwärmer
- LED Leuchte
- Handyladeakku

Länge ca. 12 cm, Gewicht ca. 72g
Farben: pink,silber,braun, schwarz

Lasergravur ab 50 Stk, Sonderfarben
und -verpackungen ab 1000 Stk.

anfrage@heizpod.com

Tel. 0 41 02 469 80 00

ORGAHEAD GmbH
Kurt-Fischer-Strasse 35, 22926 Ahrensburg

ORGAHEAD *manufactory*



ORGAHEAD

HAMBURG LOS ANGELES HONG KONG

SALES AND SERVICE

NEUE GESICHTER IM PSI TEAM

Um Ihnen optimale Werbemöglichkeiten zu bieten, arbeitet das PSI Sales Team auf Hochtouren. Gerade vor der Messe ist eine weitreichende Betreuung einmal mehr unerlässlich. Im Folgenden stellen wir die neuen Gesichter im PSI Sales Team vor:



Bettina Nettelbeck,
Sales Executive,
ist seit Anfang April 2013
bei Reed Exhibitions tätig.
Sie ist Ansprechpartner
für die PSI Händler.
Tel. +49 211 90191-364

bettina.nettelbeck@reedexpo.de

Charles Domoraud,
Sales Executive,
betreut alle französisch-
sprachigen Händler
und den französischen
Markt.



Tel. +49 211 90191-298,
charles.domoraud@reedexpo.de



Anna Vaccari,
Sales Executive,
betreut die PSI Hersteller
und Messeaussteller der
PLZ-Gebiete 0, 1, 2, 9 und
aus Österreich, Asien, Oze-
anien und Südostasien.

Tel. +49 211 90191-192
anna.vaccari@reedexpo.de

Thomas Passenheim,
Sales Executive,
arbeitet seit April 2013
bei Reed Exhibitions.
Er ist zuständig für
die Anliegen der PSI
Hersteller des Post-
leitzahlengbietes 6 und aus Polen, der Slo-
wakei, Nord- und Südamerika, Osteuropa,
Dänemark, Schweden, Norwegen,
Benelux, Portugal und Russland.



Tel. +49 211 90191-150
thomas.passenheim@reedexpo.de



Viola Proietti,
Sales Executive.
Sie betreut die PLZ-
Gebiete 3, 4, und 5 und
Hersteller aus Slowe-
nien, Kroatien, Bosnien
und Herzegowina,
Mazedonien, Serbien und Montenegro.

Tel. +49 211 90191-258
viola.proietti@reedexpo.de

PSI ONLINE TICKET

JETZT ORDERN UND VORTEILE SICHERN

Seit Anfang Juni ist der PSI Online Ticket Shop bereits aktiviert. Sichern auch Sie sich schon jetzt Ihre Eintrittskarte zur PSI 2014 und profitieren Sie von den Early-Bird-Vorteilen. Bis Ende September erhalten alle Frühbucher im PSI Online Ticket Shop ihr eTicket für nur 57 Euro und sparen damit 20 Euro. Wer sich jetzt online registriert, erhält außerdem ein Freiticket. Seit fast 52 Jahren ist die PSI weit mehr als eine jährlich wiederkehrende Branchenveranstaltung. Sie hat sich zu einer internationalen Plattform für Profis aus der Werbearbeitungsbranche entwickelt. Sichern sich jetzt Ihre Eintrittskarte unter www.psi-messe.com/ticket und besuchen Sie das Branchenevent des Jahres. <

ONLINE SERVICE CENTER (OSC)

SERVICE-PLATTFORM SEIT 8. AUGUST ONLINE

Praktischer geht es kaum: Dank dem bewährten Online Service Center können Aussteller auch für die PSI 2014 die wichtigsten Serviceleistungen rund um ihren Messeauftritt wieder bequem online bestellen. Technische Bestellungen, aber auch Parkkarten, Hostessen, Blumen, Catering und vieles mehr können seit dem 8. August 2013 über das OSC geordert werden. Eine hilfreiches Zusatztool: Ausstellerausweise können in diesem Jahr erstmals als PDF heruntergeladen werden. Verspätete Zusendungen wegen Weihnach-



ten oder Verzögerungen durch Winterwetter gehören also der Vergangenheit an. Bitte beachten Sie zudem: Bislang konnten die Karten für die PSI Night ebenfalls über das OSC bestellt werden. Dies entfällt jetzt, da es die Veranstaltung in der bisherigen Form nicht mehr gibt. Denn PSI hat ein neues, interessantes Event-Konzept erarbeitet, das der persönlichen Kommunikation viel Raum gibt: Am Mittwoch- und Donnerstagabend findet direkt nach Messeende der Networking Event PSI After Work in der neu gestalteten Mall am Messeingang statt. So kann man sich gleich nach der Messe in angenehmer Atmosphäre mit Kunden und Partnern treffen, dabei ein Glas trinken, eine Kleinigkeit essen und den Tag Revue passieren lassen. Nähere Infos hierzu demnächst auf psi-network.de sowie im PSI Journal. <

KOOPERATIONSVERTRAG

PROMOTION WORLD UND PSI ARBEITEN ZUSAMMEN

Die Deutsche Messe AG und die Reed Exhibitions Deutschland GmbH arbeiten bei der gemeinsamen Ausrichtung einer Werbeartikelmesse zusammen. Das sieht der Kooperationsvertrag vor, der am 30. Juli 2013 von beiden Partnern in Hannover unterzeichnet wurde. Darin ist vereinbart, dass die Werbeartikelmesse Promotion World konzeptionell weiterentwickelt und von 2014 an unter dem neuen Namen PSI Promotion World gemeinsam von der Deutschen Messe AG und Reed Exhibitions Deutschland veranstaltet wird. Künftig bildet die PSI Promotion World an drei Tagen das komplette Angebot der Werbeartikelbranche ab. In den geraden Jahren läuft sie in bewährter Form parallel zur Hannover Messe – und dort von diens-

tags bis donnerstags. In den ungeraden Jahren wird sie parallel zur CeBIT ausgerichtet. Damit eröffnet man der Branche zusätzlich zur Zielgruppe der produzierenden Industrie auf der Hannover Messe künftig auch neue Geschäftskontakte aus den Branchen Software, Kommunikation und Dienstleistungsunternehmen wie beispielsweise der Finanzwirtschaft. Die Promotion World wurde bislang zeitgleich zur Hannover Messe im April ausgerichtet und hat sich in den vergangenen Jahren als Plattform für wichtige Business-Kontakte zwischen Industrie und Werbeartikelbranche etabliert. Reed Exhibitions ist Veranstalter der europaweit größten Fachmesse der Werbeartikelwirtschaft – der PSI Messe, die auch in Zukunft als so-

genannte Closed-shop-Messe eigenständig stattfindet und ausschließlich für PSI Mitglieder geöffnet ist. Jährlich bringt die Veranstaltung 1 000 Lieferanten und bis zu 20 000 Werbeartikelhändler in Düsseldorf zusammen. Hinter der PSI Messe steht das PSI – Promotional Service Institute, der europaweit größte Verbund der Werbeartikelwirtschaft, in dem seit über 50 Jahren Werbeartikellieferanten und -händler organisiert sind. „Mit ihrer Ausrichtung auf die Endkunden bietet die PSI Promotion World künftig der gesamten Werbeartikelbranche eine geeignete Plattform für neues Geschäft und verfolgt das Ziel, Kunden aus der Wirtschaft für den Einsatz von Werbeartikeln als Marketinginstrument zu begeistern“, sagte Dr. Jochen Köckler, Mitglied des Vorstandes der Deutschen Messe AG. „Die Kooperation eröffnet speziell dem Werbeartikelhandel die einzigartige Möglichkeit, sich im Umfeld der weltweit wichtigsten Industriemessen professionell zu präsentieren, neue Geschäftskunden zu gewinnen und die Stärken des Werbeartikels und seine Wirkung im Marketingmix bekannter zu machen“, erläuterte PSI Chef Michael Freter. Von daher sei die Zusammenarbeit mit der Promotion World ein Brückenschlag mit Signalwirkung für die gesamte Branche. Derzeit erwirtschaftet die Werbeartikelwirtschaft in Deutschland rund 20 Prozent ihres Gesamtumsatzes von 3,47 Milliarden Euro mit Großkunden aus der Industrie. Ein Anteil und ein Volumen, die nach Ansicht von Freter „eindeutig ausbaufähig“ seien. Mit der neuen Kooperation zwischen der PSI und der Promotion World werden alle Kompetenzen des Marktes gebündelt. <



Michael Freter, PSI Geschäftsführer (Mitte l.), und Arno Reich, Abteilungsleiter Hannover Messe/ Promotion World (Mitte r.), während der offiziellen Unterzeichnung der Kooperationsvereinbarung. Daneben (v. l.): Hans-Joachim Erbel, CEO Reed Exhibitions Deutschland GmbH, und Dr. Jochen Köckler, Mitglied des Vorstandes der Deutschen Messe AG.

GEMEINSCHAFTSGEFÜHL

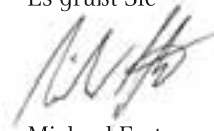
Dass einem das eigene Hemd am nächsten ist, ist nichts Neues. Dass man maximal dieses Hemd auf seinem letzten Weg mitnehmen kann, auch nicht. In den schlechteren Zeiten einer jeden Epoche trifft das wohl verstärkt zu. In unserer Branche ist das nicht anders. Viele wissen ganz genau, was zu tun ist, um die Branche zu schützen. Manche davon artikulieren das äußerst plakativ und lautstark. „Du darfst dies nicht importieren, du darfst das nicht an ihn verkaufen, du darfst nicht mit dem hier sprechen,.....“ Gleiches gilt für das vermeintliche Wissen, was alles nicht passiert und was alles getan werden müsste, um politisch besser dazustehen oder gar ganze Gesetze zu verhindern. Was mir bei dieser ganzen Klaviatur von Annahmen und

pauschalen Meinungen fehlt, ist eine Kombination aus Zuhören und einem Gemeinschaftsgefühl, das uns immer mehr abhanden kommt. Liegt es wirklich nur daran, dass einem das eigene Hemd am nächsten ist? Oder ist es die Angst um die eigene Existenz?

Warum komme ich auf dieses Thema zu sprechen? Ich habe mir gerade die Bilanz unserer Lobbyarbeit angesehen. Eine Bilanz, die sich sehen lassen kann. Jüngstes Beispiel: Der Kampf gegen das Vorhaben der Pharmabranche in Deutschland und Europa. Dieser Kampf ist noch nicht ausgestanden. Wir versuchen im GWW immer noch, das Bundeskartellamt in Deutschland zu aktivieren. Doch da melden sich Händler bei uns, die empfehlen,

das alles sein zu lassen. Es sei ja gut gemeint, aber sie machen mit Pharma keinen Umsatz, deshalb ist es ihnen egal. Toller Gemeinschaftssinn! Dass immer weniger Firmen den Lobbybeitrag zahlen, der nötig ist, um die aufwendigen Studien und die Lobbyarbeit zu finanzieren, zeugt ebenfalls von wachsender Gleichgültigkeit. Die Summe wird jedes Jahr kleiner, denn nur ein Teil der Branchenmitglieder folgt dem Aufruf des GWW und zahlt die 50 Euro Lobbybeitrag im Jahr. Dabei ist dieser Betrag immens wichtig, um die Branche nach außen zu vertreten. Lasst uns den Idealismus nicht verlieren!

Es grüßt Sie



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

»Lasst uns den Idealismus nicht verlieren!«





**TREND - die Fachmesse
für den Werbeartikel-Handel
13.-14. September 2013**

EUROMODA, Anton-Kux-Str.2, 41460 Neuss

Mehr Infos unter www.bwg-verband.de

Inserentenverzeichnis

PSI No.	Inserent	Seite
	AIMFAP	145
44291	Araco International B.V.	047
41169	ASS - Spielkartenfabrik Altenburg GmbH	059
	AUMA e.V.	095
47411	badge4u	107
45202	BAGS BY RIEDLE	139
	BusinessPartner PBS by Verlag Chmielorz GmbH	079
49043	bwg e.V.	153
45452	CD-LUX GmbH	007
48760	Chocolats Camille Bloch SA	111
48316	Chocolissimo by MM Brown Deutschland GmbH	002
44613	Consuma-IssueTissue B.V.	037
9847	Crimex GmbH	155
	CSR News GmbH / CSR-Magazin	129
42819	Gustav Daiber GmbH	067
45720	DreamPen, Polish Ball-Point Pens Producer Inh. Dariusz Libera	071
41430	Eckenfelder GmbH & Co KG	041
44127	Elektronica SM-Handels GmbH	039
	EPPA - European Promotional Products Association	149
48315	fischertechnik GmbH	056
	FKM Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen	148
44389	Floringo GmbH	059
	FYVAR - Asociación de Fabricantes y Vendedores de Artículos de Reclamo	135
46517	Görenler A.S.	081
41275	C. Jul. Herbertz GmbH	035
46235	Herka GmbH	053
45973	Hörsteler Interior Design GmbH	044
48038	In-Crystal	101
48692	Industrial Wear srl	2. Umschlagseite
48746	Intermax d.o.o.	059
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG (41545)	4. Umschlagseite
48180	Jute Trading Limited	155
48639	Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co. KG	121
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	063
48425	Kambukka BVBA	115
47464	Karlowsky Fashion GmbH	051
46131	KHK GmbH	043
47941	KOSMOS Franckh-Kosmos Verlags-GmbH & Co. KG	054
48953	Karl Robert Küller Stahlwaren GmbH	113
42438	Lediberg GmbH	031
40717	Lensen Toppoint B.V.	065
48956	LimeBOX	018
41617	MAGNA sweets GmbH	117
40755	Marbo-Werbung Norbert Bokel GmbH	143
42020	MBW Vertriebsges. mbH	055
48938	Münder-Email GmbH	141
45974	Multiflower GmbH	059
48124	NEOFLEX Ltd. + Co. KG	123
41816	Nestler-matho GmbH & Co. KG	005
44367	New Wave GmbH	109
50870	OOH Magazine	125
46479	ORGAHEAD Consulting & Trading GmbH	149
42332	prodír S.A.	001
50183	PROMOTURK	083
43952	PSI Niederlassung der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	019-029, 069, 073, 089, 054, 062, 070, 104, 112, 124
14413	Quadro GmbH	155
47182	Reisenthel Accessoires	045
40529	Gustav Selter GmbH & Co. KG	041
	SEMINAR ALLIANZ c/o RXD	093
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	013
46325	Slodkie Upominki	053
45383	Smartwares Printables GmbH ehem. Hanesbrands	105
45341	Stereo Holland-Gebäck GmbH	049
47186	TLN Trade Company GmbH	3. Umschlagseite
47937	T`nT Trend & Trade GmbH	035
41941	Trendfactory B.V.	119
44970	TRIGON Deutschland GmbH	061
46311	TROIKA Germany GmbH	057
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	033
44281	VICTORINOX AG	003
	viscom NL der Reed Exhibitions Deutschland GmbH	147
48078	Wera Werk	035
47395	Zwilling J. A. Henckels AG	103
Beilage (*Teilaufgabe)		
48316	Chocolissimo by MM Brown Deutschland GmbH	*
47307	Exito Group	*

Die Quadro GmbH ist seit 2004 mit 15 Mitarbeitern in der Region Weser-Ems ein erfolgreiches und expandierendes Unternehmen in der Werbebranche. Durch unser breites Spektrum:

- Werbeartikelagentur
- Fahrzeugbeschriftung
- Werbetechnik
- eigene Digitaldruckerei (Banner, Displays etc.)
- textile Werbung mit eigener Stickerei und Textildruckerei

unterscheiden wir uns wesentlich von den Werbeartikelagenturen, den Textildruckereien oder den Beschriftern in der Branche.

Dieses breite Spektrum bietet unseren Kunden viele Vorteile. Unser Ziel ist es mit motivierten Mitarbeitern und zufriedenen Kunden zu expandieren. Wir legen Wert auf die persönliche und partnerschaftliche Betreuung unserer Kunden und suchen bundesweit

Kundenbetreuer (m/w) im Aussendienst

Idealerweise verfügen Sie über Berufs- und Branchenerfahrung und sind es gewohnt diszipliniert, verantwortlich und strukturiert zu arbeiten.

Wir bieten Ihnen 100 % Unterstützung aus dem Backoffice, so dass Sie sich auf Ihre Arbeit im Außendienst und den Kunden konzentrieren können, regelmäßige Schulungen, leistungsbezogene Vergütung mit hervorragenden Entwicklungsmöglichkeiten, einen Firmenwagen und ein gutes Betriebsklima.

QUADRO GMBH
Lange Str. 2d
D-49377 Vechta-Langförden

Tel.: 04447 / 856810
bewerbung@quadro24.de
www.quadro24.de

We are a leading UK specialist supplier of eco-friendly Jute, Cotton & NWPP bags looking to expand into the European market. We have dedicated factories in India to offer bespoke bags at very competitive prices, and hold large stocks of bags within the UK.



We are looking for experienced, hard working and dedicated agents who already supply into the promotional merchandising market.

We are looking for agents located within:

Austria	Netherlands
Belgium	Poland
Denmark	Portugal
Finland	Spain
Germany	Sweden
Italy	Central & Eastern Europe

Please Contact:

☎ (+44) 1923 537 170 ✉ hr@jutebag.co.uk

Unit 11, Orbital 25 Business Park, Watford WD18 9DA UNITED KINGDOM PSI No. 48180

WENN DU SOLCHE KOLLEGINNEN SATT HAST*...



* oder Kollegen

...DANN KOMM DOCH ZU UNS!

CRIMEX ist mit knapp 15 Mio. EUR Umsatz eine der führenden Werbeartikelagenturen mit Standorten in ganz Deutschland. Wir bieten eine große Anzahl an kreativen Produktlösungen bis hin zu einer FULLSERVICE Logistikbetreuung mit dem Versand von 280.000 Paketen pro Jahr.

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

eine(n) Kundenbetreuer(in)

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

Dann bewerben Sie sich jetzt.

CRIMEX GmbH
Grosshandelsring 4a
49084 Osnabrück

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



LIFESTYLE UND DESIGN

Produkte sollten schon lange mehr als nur einen praktischen Nutzen haben: Sie müssen ebenfalls die Designansprüche der Kunden erfüllen. Mit Produkten und Marken teilen wir mit, wer wir sind und wie wir von außen wahrgenommen werden wollen. Design spricht die Emotionen der Käufer an und kann je nach Gestaltung des Produktes Neugier, Überraschung oder auch Erheiterung hervorrufen. Werbeartikel, die angenehme Gefühle beim Empfänger auslösen, bleiben in positiver Erinnerung. In der kommenden Ausgabe präsentieren wir Ihnen eine breite Palette an Werbeartikeln aus den Bereichen Lifestyle und Design, die im Gedächtnis bleiben. Außerdem stellen wir Produkte für den Winter vor.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Titelthemen der November-Ausgabe „Kochen und Genießen“ sowie „Feuer und Licht“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 18. Oktober 2013 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechemer@edit-line.de.



FRANK & SÖHNE AG: NEUE DRUCK-TECHNOLOGIE

Neu beim PSI ist das Unternehmen Frank & Söhne AG aus Schweinfurt. Und neu bei der Spezialdruckerei Frank ist die weltweit erste Druckmaschine, welche konische und zylindrische Gegenstände bis zu einem Durchmesser von 24 Millimetern mit fotorealistischen Designs bedruckt. In der Oktober-Ausgabe des PSI Journals haben Sie die Möglichkeit, einen Blick hinter die Kulissen des bayerischen Unternehmens zu werfen.



UNTERNEHMEN, EREIGNISSE, MÄRKTE

Auch in der kommenden Ausgabe halten wir Sie über die Entwicklungen auf dem Werbeartikelmarkt auf dem Laufenden, informieren Sie über News aus den PSI Unternehmen und berichten über Ereignisse aus der Werbeartikelbranche. Freuen Sie sich auf spannende News und Berichte aus dem internationalen Netzwerk der Werbeartikelbranche.



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.
Sti, 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

Wir setzen Akzente.

Werbemittel | GiveAways | Design | Branding

**FRAGEN SIE JETZT
 IHRE HÄNDLERKONDITIONEN AN!**



Weitere Modelle finden Sie
 auf unserer Internet-Seite

www.tln.eu

USB-STICKS



USB-Stick Clip

64 MB – 64 GB. Der Korpus ist aus Kunststoff, der Clip aus Metall. Gravur oder Druck auf der Metalloberfläche möglich. Auf Wunsch mit kleinem Lanyard oder Schlüsselring.



USB-Stick Sonderformen

Alles aus einer Hand. Wir verwirklichen nach Ihren individuellen Wünschen und Ideen Ihren Wunsch-USB-Stick. Wir erstellen Ihnen gratis eine 3D-Grafik, schlagen Ihnen die passenden Materialien vor und produzieren Ihr Produkt in unserer gewohnt guten Qualität.

SCHLÜSSELANHÄNGER



Schlüsselanhänger

Jeder Schlüsselanhänger ein Unikat. Gefertigt werden diese aus verschiedenen Materialien, wie z. B. Messing, Chrom, Nickel oder Aluminium.



 Filzhänger/Lanyards



 Münzen/Pins



inkl. umfangreichem
 Zubehör (Adapter, Lade-
 kabel etc.)


 Power Banks




 USB-Stick Photokarten

Will-ich-haben Adventskalender!


Ab € 0,99 bei
Mindestmenge!




XS Adventskalender (besonders gut als Grußkarte einsetzbar)



System-Adventskalender, individuelle Kontur



Mini-Trüffel Tischkalender



Rätsel Adventskalender



Erfolgreiche Geschäfte zum Fest.

Egal, welche Zielgruppe Sie zu Weihnachten mit Präsent-Ideen überraschen und begeistern möchten: tun Sie es geschmackvoll und kreativ. Zum Beispiel mit den Kalenderhighlights aus unserem Weihnachtskatalog 2013. Besonders günstig wirbt dabei der XS Adventskalender, der im Einzelversand zum Grußkartenpreis eingesetzt werden

kann und 24 Tage im Blickfeld steht. Die eigene Kontur kann man sich beim System-Adventskalender individualisieren lassen, und im Mini-Trüffel Tischkalender kommen auch anspruchsvollste Zielgruppen zum festlichen Genuss. **Gratiskataloge, Muster und mehr Infos** beim JUNG-Team und auf www.jung-europe.de