

JOURNAL



**Marietta Christ
und Maximilian Spall**
KH-Werbeartikel
In guter Tradition



Zbigniew Kaczor
Maxim
Edle Werbekeramik
aus Polen

PSI FIRST Club
Produktpremieren
der PSI 2014

Werbeartikel-Guide
Taschen, Leder,
Gepäck, Reise
Naschen und Genießen

Abschied von Walter Jung
Als Visionär
die Branche gestaltet



BETRIEBSÜBERGANG
PROFESSIONELL AGIEREN

daiber



getmore
SUMMER
FEELING

getmore. seemore. feelmore.

Leichte Materialien, bunte Farben, bequemer Schnitt - der Mix für den Marine-Look! Mit Baumwoll-Piqué-Qualität, funktionalen Details sowie modischen Veredelungen, setzt die ‚Maritime Kollektion‘ von James & Nicholson das Sommergefühl gekonnt um! Und mit den passenden Caps von Myrtle Beach, behält jeder einen kühlen Kopf.

Order Now



EDITORIAL

VERTRIEB STÄRKEN

Die Werbeartikelwirtschaft tritt europaweit auf der Stelle. Dafür gibt es viele Gründe. Ganze Märkte sind in der Finanzkrise zusammengebrochen. Der Erholungsprozess zieht sich wie Kaugummi und hat in manchen Ländern nicht einmal wirklich begonnen. Die großen Lieferanten konsolidieren und fahren ihre Standorte zurück. Galten sie früher als großzügig, so wird heute jeder Euro fünfmal umgedreht, ehe man ihn ausgibt. Was ja nicht falsch sein muss. Aber zielführende Strategien sind nicht bei allen erkennbar. Vielmehr macht sich Aktionismus breit – manchmal schon Verzweiflungstaten.

Wenden wir uns denen zu, die erkannt haben, dass 2014 durchaus ein Jahr der Entscheidungen ist. Das sind die Unternehmen, die ihr Sortiment gestrafft haben. Das sind die Unternehmen, die sich technisch und inhaltlich darauf eingestellt haben, alle Kanäle der Kommunikation zu nutzen. Heute kann man nicht mehr ein „Medium“ bespielen und warten, was da kommt. Aber egal was man tut, es muss hoch professionell sein. Diesen fortschrittlichen Unternehmen und uns allen muss es dieses Jahr gelingen, das Ruder wieder in Richtung Wachstum zu drehen. Jahrelange Stagnation tut Branchen insgesamt nicht gut. Mit der guten Laune stirbt langsam auch die Kreativität, die Sitten verkommen und das endet dann in unschönem Verteilungskampf. Einem Verteilungskampf, der auch in der Werbeartikelwirtschaft hie und da schon zu spüren ist. Wie sonst ist es zu erklären, dass Geschäfte für Margen gemacht werden, die nicht mal die Handling-Kosten decken. Mit Verzweiflung hat das nichts zu tun, eher mit Dummheit. An ein Null-Summen-Geschäft schließt sich in der Regel kein gutes Geschäft an.

Neben den schon genannten Maßnahmen gibt es nur ein wirksames Mittel: alle Kraft in Marketing und Vertrieb. Wobei besonders Letzteres kein leichtes Unterfangen ist. Vertrieb kostet erst mal Geld und Vertrieb haben viele in der Branche nie richtig gelernt. Lange wurde eher verteilt, denn vertrieben. Das ist jetzt anders. Aber der Markt ist da, das sagen alle Studien. Er ist nur schwer zu bearbeiten. Denn die Werbetreibenden sind verunsichert und irritiert. Das merken nicht nur Print-Medien, das merken alle Anbieter von Werbeflächen – auch die von Werbeartikeln. Verunsicherung kann man nur durch Überzeugungsarbeit auflösen und in positive Aktion wandeln. Bei geschickten Unternehmen gelingt dies noch mit gutem Musterkoffer und noch besseren Vertrieblern. Bei Mittelständlern und Konzernen sind eher PowerPoint, Internet und Fakten der Wirkungsforschung gefragt. Generell gilt: Augen auf für den Vertrieb.

In diesem Sinne



Manfred Schlösser
Chefredakteur PSI Journal



Manfred Schlösser



Personality pens.
Swiss made.

prodir®

Prodir GmbH
An der Molkerei 8
D-56288 Kastellaun
Hotline: 06762- 4069-0

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

ds8.prodir.com

Für Planer, die nichts dem Zufall überlassen.

Verlässliche Messedaten
tragen dieses Zeichen:



Erklären, was Daten im Klartext bedeuten. Das ist unsere Sprache. Denn auf Messen, die von uns zertifiziert wurden, ist Verlass: Wieviele Besucher gab es? Welche berufliche Stellung haben sie? Wieviele treffen Einkaufsentscheidungen? Wir liefern die Antworten. Prompt. Übersichtlich. Genau. Für rund 300 Messen und Ausstellungen.

www.fkm.de

WERBEARTIKEL AUF ACHSE

22

Moderne Zeiten – mobile Zeiten. Die Produktgruppen rund um „Taschen, Leder, Gepäck, Reise“ sind ständige Begleiter in unserer mobilen Gesellschaft – und bieten als ansehnliche Werbeträger so die Möglichkeit, die transportierte Botschaft weit und lange in die Welt hineinzutragen. Darüber hinaus haben überzeugende Werbeartikel auch sinnliche Potenziale, wie die geschmackvollen Produkte zu „Naschen und Genießen“ ab S. 58 zeigen.



TRENDS & BRANDS	Ein Kinderspiel	4
	Echter Mischnasch	6
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	8
	KänguruWerbeTag 2014: Viel Neuland zu entdecken	48
	Session by Impression-Tour 2014	50
	K+M Frühjahrsmesse im Rhein-Main-Werbemittelzentrum:	52
	kolibri Werbeartikel-Event 2014	54
	top display „Jahreszeiten 2014“	56
PSI FIRST	PSI FIRST CLUB: Produktpremierer der PSI 2014	12
TASCHEN, LEDER, GEPÄCK, REISE	Werbeartikel auf Achse	22
FOKUS	Betriebsübergang beim Unternehmenskauf:	44
NASCHEN UND GENIESSEN	Überzeugend geschmackvoll	58
UNTERNEHMEN	PorceLine by Maxim: Edle Werbekeramik aus Polen	72
PORTRAIT	Marietta Christ und Maximilian Spall: In guter Tradition	76
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	78
MEINUNG		84
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	86
IMPRESSUM		88

ALS VISIONÄR DIE BRANCHE GESTALTET

9



Walter Jung, Gründer des PSI und Branchenpionier der ersten Stunde, ist am 6. März im Alter von fast 80 Jahren verstorben. Mit seinem Lebenswerk legte er den Grundstein für eine ganze Branche und die Erfolgsgeschichte so manchen Unternehmens. Allen, die ihn kennenlernten durften, wird Walter Jung nicht nur als Manager und Berater, sondern auch als hilfsbereiter Freund in Erinnerung bleiben.

PSI FIRST CLUB: PRODUKTPREMIEREN DER PSI 2014

12



Eines haben diese Produkte alle gemeinsam: Sie gehören Ausstellern des PSI FIRST CLUB. Zur PSI 2014 hatten sich 50 Aussteller verpflichtet, jeweils ein Exponat vorzustellen, das bis zu diesem Zeitpunkt noch nirgendwo anders zu sehen war, auch nicht auf Roadshows, Hausmessen oder bei Inhouse-Präsentationen. Das PSI Journal wirft noch einmal einen ausführlichen Blick auf die Produktpremierer.

ROADSHOW MIT STEIGENDER BELIEBTHEIT

50



Wenn zwölf starke Partner an acht Stationen mit einem gemeinsamen Ziel antreten, dann heißt das „Session by Impression-Tour“. Die von Werbeartikelieferant Giving Europe initiierte Roadshow tourte zu Beginn des Jahres mit viel Erfolg durch acht Städte. Die zwölf Partner hatten ein gemeinsames Ziel: auf Tour zu ihren Händlerkunden gehen.

DIE MAGIE DER WERBEARTIKEL

52



Es ist ein Event, auf den sich Kunden wie Lieferanten jedes Jahr freuen: die Frühjahrsmesse im Rhein-Main-Werbeartikelzentrum, zu der K+M Werbemittel nach Obertshausen geladen hatte. Unter dem Motto „Die Magie der Werbeartikel“ präsentierten die Mitarbeiter von 65 Lieferanten ihre Neuheiten, Marken und Trends. Rund 350 Besucher ließen sich ausführlich beraten und erlebten einen informativen und rundum angenehmen Tag.



Plüschtierwelt

Frische Ideen in Plüsch!

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



SEMOM Softpetties Kollektion



Softer geht's nicht!

Promotion!



Entwickeln Sie mit uns Ihre
ganz eigene Imagefigur!

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

ALL IN ONE

Leder-Brieftasche
 Selecta Signé
 PSI Nr.: 41650
www.selecta-signé.nl

**INDIVIDUELLER TASCHENANHÄNGER**

Kofferanhänger Notebookstyle
 aloga GmbH
 PSI Nr.: 45590
www.aloga-europe.de

TRENDIG AUF TOUR

Adventure Bag
 Nestler-matho GmbH & Co. KG
 PSI Nr.: 41816
www.nestler-matho.de

**ATTRAKTIV IN LEDER**

Geldbörse „Rough ‘n’ Smooth“
 Jutamo GmbH
 PSI Nr.: 45651
www.jutamo.de

**EIN STANDFESTER AUFHÄNGER**

Kulturtasche „Maine“
 reeko design gmbh & co. Kg
 PSI Nr.: 46261
www.reeko.com

**EIN KINDERSPIEL**

„Ich packe meinen Koffer und nehme mit ...“. Wer kennt nicht dieses Kinderspiel. Und jeder weiß, der Fantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt. Wem in der Realität beim platzsparenden und knitterfreien Packen von Koffern und Taschen die Fantasie etwas abgeht, der kann sich Hilfe holen bei der Video-Serie eines namhaften Kofferlabels und „die Kunst zu packen“ anhand bewegter Bilder leicht erlernen. Ob nun mit visueller Unterstützung oder der eigenen Kreativität – die Taschenwelt ist groß und bunt und ebenso die Vielfalt dessen, was man hineinpacken und mitnehmen kann.

GANZ SCHÖN SPEKTAKULÄR.



360° DIGITALDRUCK: SENSATIONELL AUFFÄLLIG

Das gab es noch nie: Für alle, die so richtig auffallen wollen, öffnen wir jetzt spektakulär neue Möglichkeiten. Vielfarbige Motive und detaillierte Gestaltungen lassen sich jetzt ohne Umwege direkt auf einen Kugelschreiber-Schaft drucken. Das spart Kosten und fällt auf. Für ein rundherum eindrucksvolles Werbe-Erlebnis. Nehmen Sie uns beim Wort und erleben Sie unsere neuen, weltweit einzigartigen Druckmöglichkeiten. Informieren Sie sich jetzt unter www.senatorglobal.com



senator®

Schön. Schnell. Individuell.

Made in Germany.

designed to brand



FRUCHTIGE HERZEN

„Herzlichen Dank“-Fruchtgummi

Kalfany Süße Werbung

PSI Nr.: 42706

www.suesse-werbung.de



KUCHEN FÜR DEN FEIERTAG

Wondercake®

emotion factory

PSI Nr.: 45997

www.emotion-factory.com



ITALIENISCH GENIESSEN

Amary Italy

Die Olive – und mehr GmbH & Co. KG

PSI Nr.: 48993

www.olive.de

HERZIGE WERBEIDEE

Bonbondose mit Kirschbonbons

Müller Werbemittel GbR

PSI Nr.: 47774

www.mueller-online.de



EIN HAUCH PROVENCE

Käsebrett „Acero“

Profino GmbH & Co. KG

PSI Nr.: 47807

www.profino.net

ECHTER MISCHNASCH

Mozart war ein Genussmensch und wohl auch kein Kostverächter. Etwas Süßem – in welcher Form auch immer – war er mit Sicherheit nicht abgeneigt. Dass seine Musik jedoch den Reifeprozess von Bananen beschleunigt und zu süßeren Früchten führt, hätte er sich vermutlich nicht träumen lassen. Ein japanischer Bananenimporteur hat genau das allerdings herausgefunden und lässt seitdem das Obst mit Musikstücken Mozarts beschallen. Ob Naschwerk bei der „kleinen Nachtmusik“, der „Zauberflöte“ oder der „Hochzeit des Figaro“ süßer schmeckt, muss jeder für sich entscheiden. Die Auswahl und kreative Vielfalt für Schleckermäulchen ist jedoch sehr groß.

FOR YOUR JOURNEY

Nestler-matho®



16L / 25L
VOLUMEN

**BIG ADVENTURE
BAGS**



MIT 2
USB-PORTS

REISEADAPTER



POWERBANK FLOW

5.000 MAH



AUCH FÜR
TABLETS
GEEIGNET

Nestler-matho GmbH & Co. KG
Rheinstraße 221
D-76532 Baden-Baden
Tel. +49(0)72 21/21 54-0
Fax +49(0)72 21/21 54-54

WWW.NESTLER-MATHO.DE

DER ZUCKERBÄCKER GMBH

SÜSS MIT CHARME UND FINESSE

Dass man mit viel Liebe zum Detail aus traditionellen Süßigkeiten ganz besondere Werbeartikel machen kann, beweist das junge Unternehmen Der Zuckerbäcker GmbH. Ganz nach Kundenwunsch werden Artikel erstellt, welche den Marketingauftritt mit Charme und Finesse süß abrunden. Aus über 500 Markensüßigkeiten wird der Inhalt an das Design des Unternehmens angepasst. Ob klassische Bonbons oder die eigene Süßigkeitenmischung: die Füllung ist speziell zugeschnitten. So entstehen Werbeartikel, die ein Lächeln in das Gesicht der Beschenkten zaubern. „Süßigkeiten erzeugen Freude. Und durch Freude kann das Unternehmensbild der Kunden am besten vermittelt werden“, bestätigt die Mitgründerin Corinna Lenz. Auch auf aktuelle Geschehnisse nimmt Der Zuckerbäcker Bezug. Für die WM in Brasilien haben sich die pfiffigen Erfinder etwas ganz Besonderes einfallen lassen: Den essbaren WM-Rasen mit Kaugummi-Fußball. „Da die WM für die meisten zu weit entfernt ist, wollen wir zumindest einen Stück vom Rasen nach Deutschland bringen“, so Corinna Lenz.

Ansprechpartner: Anastasios Paliakoudis, Tel +49 7131 89961-46, werbeartikel@der-zuckerbaecker.de, www.suesses-schenken.de



Das Zuckerbäcker-Team (v.l.): Christopher Pfahl, Corinna Lenz, Anastasios Paliakoudis.

FARE – GUENTHER FASSBENDER GMBH

TIERISCHE SPENDENAKTION

Am 10. Mai 2014 ist „Tag der offenen Tür“ im FARE Schirmwerk. Einen Teil der Erlöse kommt den tierischen Bewohnern der Falknerei Bergisch Land zugute. Der Hintergrund ist folgender: Im August 2012 brannte das Ausflugslokal „Zur Grüne“ in Remscheid komplett nieder. Die Tiere der benachbarten Falknerei konnten in der Brandnacht unversehrt in Sicherheit gebracht werden. Flugshows finden nach wie vor statt, doch die Besucherzahlen sind nach dem Wegfall des Ausflugslokals stark gesunken. Neben den Kosten für den Wiederaufbau fallen Unterhaltskosten für die 38 Bewohner der Falknerei an. Karsten und Carola Schossow geben Uhus, Eulen, Falken, Bussarden, Geiern und Adlern ein Zuhause, arbeiten kräftig am Wiederaufbau und sind auf der Suche nach jemandem, der den Gastronomiebetrieb künftig übernimmt. FARE nimmt den

Tag der offenen Tür zum Anlass, Spenden für Futtermittel und Haushalt der Falknerei zu sammeln. Ein Euro pro verkauftem Getränk, Bratwurst und Schirm kommt der Falknerei zugute. Das Falknerei-Team wird mit einigen Greifvögeln vor Ort sein. www.fare.de/messen-und-events

Carina Hartmann (Marketing Manager FARE) mit Wüstenbussard „Pille“ während dem ersten Kennenlernen in der Falknerei.



IMPRESSIONS AWARDS

LYNKA DREIFACH AUSGEZEICHNET

Lynka, polnischer Veredler von Promotionsbekleidung, konnte während der diesjährigen 35. Gala des US-Branchenmagazins Impressions gleich drei Preise entgegennehmen. Das Unternehmen errang in der Kategorie „Outstanding Design“ den 1. Platz des A Screen Print Artist Award, einen weiteren 1. Platz in der Kategorie Special Effects Textile Printing und den 2. Platz in der Kategorie Simulated Process Color Screen Printing. Der im Fort Worth Convention Center in Fort Worth/Texas ausgetragene Wettbewerb gilt als der prestigeträchtigste in der nordamerikanischen Bekleidungsveredelungsbranche. Das graphische Bild von „Elephant Comes Alive“, das in der Kategorie „Outstanding Design“ erfolgreich war, wurde vom Künstler Darek Suchocki geschaffen, mit dem Lynka schon über 15 Jahre zusammenarbeitet. Dieselbe Graphik erhielt auch einen Preis in der Kategorie „Farbsiebdruck mit simuliertem Prozess“. „Elephant Comes Alive“, Preisträger in Special Effects, wurde mit ökologischen Farben geschaffen, denn Lynka hat sich umweltgerechtem Handeln verpflichtet. Weitere Details unter: www.lynka.eu



„Berliner Reichstagsgebäude“ – 1. Platz in der Kategorie „Spezialeffekte im Siebdruck“.

ABSCHIED VON WALTER JUNG ALS VISIONÄR DIE BRANCHE GESTALTET

Walter Jung, Gründer des PSI und Branchenpionier der ersten Stunde, ist am 6. März im Alter von fast 80 Jahren verstorben. Mit seinem Lebenswerk legte er den Grundstein für eine ganze Branche und die Erfolgsgeschichte so manchen Unternehmens. Allen, die ihn kennenlernen durften, wird Walter Jung nicht nur als Manager und Berater, sondern auch als hilfsbereiter Freund in Erinnerung bleiben.



Der Name Walter Jung und PSI sind untrennbar verbunden. Auch wer die „Ära Jung“ nicht mehr selbst miterlebt und den PSI-Gründer nicht persönlich gekannt hat, der weiß, dass es ohne diese facettenreiche Persönlichkeit das PSI und die PSI-Messe nicht geben würde. Und sicherlich hätte sich der kleine Unternehmensverbund aus den Sechzigern nicht zur Keimzelle des größten europäischen Werbeartikelmarktes entwickelt. Führen wir uns all dies vor Augen, erkennen wir die beeindruckende Dimension des Lebenswerks von Walter Jung.

Noch bevor die erste PSI 1963 mit gerade mal 60 Ausstellern in Bad Soden eröffnet wurde, hatte Walter Jung bereits Pionierarbeit geleistet, indem er Hersteller und Händler unter dem Dach des 1960 von ihm gegründeten PSI zusammenführte. Mit großem unternehmerischem Weitblick hatte er die wachsende Bedeutung des Werbeartikels erkannt und setzte alles daran, einen gut strukturierten und leistungsfähigen Markt zu schaffen, um die steigende Nachfrage zu bedienen. Mit großem Geschick begann er Beziehungsgeflechte aufzubauen und große Namen für seine Sache zu begeistern.

Walter Jung hat mit einer Vision im Herzen und mit enormer Beharrlichkeit Überzeugungsarbeit geleistet. Bei Lieferanten, bei Händlern und bei öffentlichen Stellen. Manch einer hat sein Unternehmen einem guten Rat von Walter Jung zu verdanken. Mancher Lieferant wäre ohne ihn und das PSI längst nicht da, wo er heute ist. Walter Jung hat eine Branche geformt. Geplant hatte er das alles nicht, sagte er einmal. Er hatte lediglich einen Bedarf erkannt und bot den Unternehmen im Rahmen der PSI-Mitgliedschaft all die Informationen und Kontakte, die sie zum Aufbau ihres Geschäfts benötigten. Und er war überall dort präsent, wo Steuergesetze und Absetzbarkeitsgrenzen die Branche immer wieder auszubremsen drohten. Sogar bei der letzten großen Steuerdebatte stand er den Branchenvertretern innerhalb von Stunden wieder beratend zur Seite.

Als Walter Jung 1989 die Entscheidung zur Fusion des PSI mit Blenheim traf, war er überzeugt, dass PSI mehr bewirken könne, wenn es in einen internationalen Konzern eingebunden ist. Auch nach dem Verkauf blieb Jung noch Chef des PSI und war zudem als erster Geschäftsführer Blenheim Deutschland und Mitglied des Main Board in London an der Lenkung des Weltkonzerns beteiligt. Nachdem er sich 1999 offiziell aus dem Berufsleben zurückgezogen hatte, blieb er dem Management des PSI, auch unter dem Dach von Reed Exhibitions, weiterhin als kompetenter Berater und Partner erhalten.

Wer Walter Jung kannte, erlebte ihn als vornehmen, sachlichen und kommunikativen Menschen, der trotz seines Erfolgs immer ein offenes Ohr für die Anliegen Anderer hatte. Viele Weggefährten, Kollegen und Freunde haben in den letzten Jahren bedauert, dass der „Vater des PSI“ seinen Lebensabend wegen seiner schweren Krankheit schon seit Jahren nicht mehr unbeschwert genießen konnte. Allzu tragisch war auch der frühe Weggang seiner Frau Barbara im Jahr 2009, die an allen wichtigen Stationen seiner Karriere an seiner Seite blieb und ihren Mann unermüdlich unterstützt hat.

Das PSI mit allen heutigen und früheren Mitarbeitern sowie die Redaktion des PSI Journals sprechen allen Angehörigen und Wegbegleitern von Walter Jung ihre aufrichtige Anteilnahme aus.

DS MODELLREIHE

DS8. DER NEUE PRODİR

Mit dem neuen DS8 ergänzt der Schweizer Schreibgerätehersteller Prodir seine DS Modellreihe um einen hochwertigen Druckkugelschreiber in klassischer Dreiecksform. Das Design überzeugt nicht nur formal. Das Schreibgerät liegt auch wunderbar angenehm in der Hand. Bei näherem Hinsehen fällt ins Auge, dass der DS8 trotz seiner Vielseitigkeit immer seine wertige Identität behält: Er überzeugt in allen lieferbaren Kombinationen. Die Schweizer bieten den DS8 in ausgewählten, perfekt aufeinander abgestimmten Oberflächen- und Farb-Konfigurationen an. So werden die vier Gehäuseoberflächen (matt, poliert, lackiert und Soft-Touch) immer mit einem Clip und einem Druckknopf in gleicher Farbe, aber in transparenter Oberfläche kombiniert. Immer? Nicht ganz, denn die Regel wird bewusst dann gebrochen, wenn eine andere Kombination mehr Wertigkeit kommuniziert: Weiß und schwarz polierte DS8 werden deswegen mit Clip und Druckknopf in gleicher Oberfläche und Farbe angeboten. Die Farbpalette umfasst 22 Farben. In seinen acht edel lackierten Oberflächen zitiert der DS8 Materialien wie Kupfer und Gold. Der DS8 lässt sich auf drei Druckflächen individuell bedrucken. Auf dem Clip finden Logos und Botschaften in bis zu fünf Farben Platz. Wie alle Prodir Schreibgeräte ist der DS8 mit exzellenten Floating Ball® Minen ausgestattet. Entspanntes Schreiben ist das Ergebnis - und eine lange Wirksamkeit der Botschaft. Einmal leer kann die Mine ausgetauscht werden.

Kontakt: sales@prodir.de • www.prodir.com



PF CONCEPT

IF PRODUCT DESIGN AWARD MAL SECHS

Der Award-Segen für den europäischen Werbeartikellieferant PF Concept geht weiter. Der Multi-Spezialist gewinnt insgesamt sechs iF Product Design Awards 2014 für seine Eigenkreationen. Zu den Gewinnern zählen die Kugelschreiber der Serien Explorer und Carve der PF Concept Eigenmarke Marksman, der Elevate Caledon Daunenparka und die Elevate Mani Power Fleece-Jacke. Ebenfalls gewonnen haben die Avenue Flow Trinkflasche und der Avenue Flow Isolierbecher. Alle Gewinnerprodukte wurden von PF Concepts eigenen Designern entwickelt. Die ausgezeichneten Gewinnerprodukte werden seit März 2014 auf der neuen iF design exhibition in Hamburg dem Publikum präsentiert. Ausführliche Informationen über die prämierten Produkte von PF Concept gibt es unter: www.pfconcept.com



Einer der Gewinner: die Avenue Flow Trinkflasche.

CD-LUX ADVENTSKALENDER

NEUE KEY ACCOUNT MANAGERIN

Monika Decker ist neben Jan Skoupy die neue Key Account Managerin bei der CD-LUX GmbH in Cham-Wilting. Der Fokus ihrer Tätigkeit liegt in der Betreuung der PSI-Kunden. Sie ist für diese nun auch – zusammen mit ihrem erfahrenen Vertriebsteam – persönlicher Ansprech-



Monika Decker

partner. Die Dipl. Betriebswirtin verfügt über eine langjährige Berufserfahrung in der Kundenbetreuung und Projektabwicklung. Um die CD-LUX GmbH in ihren neuen Firmensitz und beim weiteren Unternehmens-

wachstum zu unterstützen, bringt sie ihre Erfahrung aus der Beratungsbranche mit ein. www.cd-lux.de

MBW

AUSBILDUNG MIT BESTNOTEN

Beim Unternehmen mbw aus dem schleswig-holsteinischen Wanderup wird Ausbildung groß geschrieben. Kein Wunder also, dass

die aktuelle Auszubildende Viktoria-Luise Elstermann ihre Lehre zur Groß- und Außenhandelskauffrau unter den optimalen Bedingungen bei mbw nun mit Bravour bestanden hat. „Viktoria-Luise Elstermann hat

ihre Lehrzeit in unserem Hause mit einem 1er-Zeugnis abgeschlossen. Darauf sind wir natürlich besonders stolz“, so Geschäftsführer Walter Both: „Frau Elstermann ist eine motivierte Mitarbeiterin, die durch ihr Engagement unser Export-Team stark unterstützt.“ www.mbw.sh



Viktoria-Luise Elstermann

**ABSATZPLUS GMBH
ZUSAMMENARBEIT MIT HOFER
HOCHSCHULE**

Die absatzplus GmbH setzt auf eine professionelle Zusammenarbeit mit der Hochschule Hof. In Kooperation mit dem Fachbereich Marketing-Management hat der oberfränkische Werbeartikelhändler die 24-jährige Masterstudentin Anna-Katharina Pleier gewonnen. Mit der



Katharina Pleier

jungen Wissenschaftlerin erhielten absatzplus-Geschäftsführer Christof Eul und sein Team Unterstützung beim Optimieren des Online-Shops. Die Betriebswirtin hat in der Türkei, Mexiko und Österreich studiert und

gearbeitet. Sie spricht Spanisch, Englisch und Französisch. www.absatzplus.com <

**RICHARTZ GMBH
ERFOLGREICH BEIM GERMAN
DESIGN AWARD**

Am 7. Februar 2014 wurde das Struktura classic tool Solinger Unternehmens Richartz mit dem German Design Award – Special Mention 2014 – ausgezeichnet. Nach dem red dot Designpreis und der Nominierung zum German Design Award 2014 unterstreicht dieser bedeutende, national und international renommierte Preis die außergewöhnliche Qualität des Richartz Tools. Neben dem tollen Design überzeugen auch die innovativen Funktionen (Glasbrecher mit Adapter für 9 Bits, Solinger High-Tech Cutterklinge, etc.) und die hohe Qualität, verbunden mit einer 10-Jahres-Garantie. www.richartz.com <



**NACHRUF
ZUM TODE VON HANS KAUFMANN**

Am 6. Februar 2014 ist Hans Kaufmann, Gründungsmitglied des Verbandes österreichischer Werbemittelhändler (VÖW), gestorben. Der 1939 geborene Kaufmann galt als Urgestein des Werbemittelhandels. Seine Karriere begann er in den späten 1960er-Jahren als Außendienstler. 1977 wechselte er zum damaligen Österreichischen Agrarverlag in Wien, wo er bis zum Geschäftsführer von AV Präsent aufstieg. Nach seiner Pensionierung 2003 engagierte sich Hans Kaufmann tatkräftig beim Aufbau der Kaufmann Handels & Service GmbH. Nach 59 Arbeitsjahren, davon 46 Jahre im Werbeartikel- und Bankensektor, zog er sich Ende 2012 ganz zurück. Als VÖW-Vorstandsmitglied setzte er sich für die nachhaltige Förderung des Werbeartikels in Österreich ein.



„Mit Hans Kaufmann verliert Österreich einen bedeutenden Wegbereiter der Werbemittelbranche, so wie wir sie heute kennen“, so Gerhard Wagner, Vorstand des VÖW. „Er wird uns allen stets in bester Erinnerung bleiben und ein Vorbild sein.“

Das Redaktionsteam des PSI Journals spricht der Familie und den Wegbegleitern von Hans Kaufmann – auch im Namen des PSI und seiner Mitglieder – seine Anteilnahme aus.

**BUREAU VERITAS
SEMINARE FÜR KONSUMGÜTER 2014**

Der PSI Servicepartner Bureau Veritas, eine der weltweit führenden Inspektions-, Klassifikations- und Zertifizierungsgesellschaften, bietet 2014 wieder eine Vielzahl auch für die Werbeartikelbranche interessanter Seminare an. Bureau Veritas unterstützt Hersteller, Händler und Importeure von Konsumgütern mit innovativen Lösungen für ihr Produktions- und Supply Chain Management in 140 Ländern. Hierzu gehören nicht nur Prüfungen der Sicherheit und Konformität von Konsumgütern entlang der gesamten Lieferkette, sondern auch Seminare und Beratung. „Wir legen in unseren Seminaren großen Wert darauf, uns auf den Lernbedarf unserer Kunden einzustellen. Wir haben die Seminarthemen und -inhalte auf die Fragen und Herausforderungen unserer Kunden im täglichen Geschäft abgestimmt. Dank kleiner Seminargruppen können wir gezielt auf Ihre Fragen eingehen“, heißt es bei Bureau Veritas. Eine Übersicht über alle Seminare sowie einen Link zur Seminarbroschüre als PDF gibt es auf der Schulungsseite des Unternehmens unter: www.bureauveritas.de/cps/schulungen <

Kontakt unter:

Tel. +49 40 74041-0
marketing.cps@de.bureauveritas.com





PSI FIRST CLUB

PRODUKTPREMIEREN DER PSI 2014

PREMIUM-NOTIZBUCH RELADED

Ganze 256 Seiten Papier und bis zu 16 GB Flash: Das aktuelle Designnotizbuch „LOG Exklusiv“ der Acar-Marke Arwey vereint analoge und digitale Daten in einem edlen Auftritt – es bietet nicht nur Platz für Handschriftliches, sondern in seinem attraktiven Einband auch für einen hochwertigen Mini-USB-Stick. Der edle Nachfolger des LOG glänzt durch ein hochwertiges PU Cover. Der USB ist nun in mattem Metall gefasst und wird einfach auf die Trägerplatte geschoben. Gehalten wird der USB sicher durch einen kleinen Magneten. Der Metall USB lässt sich aber auch in hochwertige Ledercover einsetzen. Die Farbe des USB's ist modernes „gunmetal“, ab einer Menge von 1000 Stück sind auch Sonderfarben möglich. Beim Notizbuch stehen verschiedenste Lineaturen und zwei Kalendervarianten zur Auswahl. Der feste Einband liegt angenehm in der Hand und ist in neun verschiedenen Farben erhältlich. Auf Nachfrage kann der USB-Stick auch mit noch größeren Speichern ausgestattet werden. LOG lässt sich fast unbegrenzt individualisieren – von der Platzierung des Firmenlogos über die Gestaltung des kompletten Einbandes und/oder Innenlebens bis hin zur Vorbereitung des USB-Sticks mit Daten.

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





MACH MICH BUNT!

Zum echten Hingucker lässt sich die Einkaufstasche „ColourMe“ des ungarischen Unternehmens Anda Present gestalten. Der Name des Produkts ist hier Programm. Die Tasche aus Vliesstoff (non-woven) wird einfarbig bedruckt mit der gewünschten Logo- oder Grafikkontur. Mit dem integrierten sechsteiligen Buntstift-Set lässt sich die Tasche dann nach Lust und Laune farbenfroh gestalten. Die Mindestabnahmemenge beträgt 100 Stück.

45753 • Anda Present Ltd. • Tel +36 1 210-0758
export@andapresent.hu • www.andapresent.hu



SAVE YOUR MONEY

Eine wahrlich clevere wie protektive Idee kommt aus dem Hause badge4u: Der Cardguard holder schützt Kreditkarten vor unberechtigtem Zugriff und Datenübertragung beim verdeckten Einsatz durch das RFID-System. Dieses System wird den vergangenen Jahren vermehrt ausgenutzt zum illegalen Auslesen von Codes wie den Geheimzahlen von Geld- oder Kreditkarten. Der Cardguard holder macht dies unmöglich und schützt so den Nervus Rerum des Anwenders. Das große Potential dieses Etuis als Werbemittel ergibt sich allein schon aus der Vielzahl von Kartennutzern. Der preiswerte Cardguard holder lässt sich zudem leicht im Vollfarbdruck individualisieren und ist bei jeder Benutzung der geschützten Karte immer im Blickfeld.

47411 • badge4u • Tel +48 32 6165573
info@badge4u • www.badge4u.eu

HOCHWERTIG KLEIDSAM

Design sieht man, Qualität fühlt man. Wir sind beides. So definiert Club Crawatte Crefeld, der Spezialist für Schals, Tücher, Krawatten und Sonderfertigungen, Selbstverständnis und Anspruch gleichermaßen. Als PSI FIRST Produkt präsentiert CCC einen hochwertigen, gewebten Schal, hergestellt aus 95 Prozent Wolle und 5 Prozent Seide im Format von ca. 35 mal 180 Zentimeter. Sonderanfertigungen dieses kleidsamen Accessoires sind schon ab 50 Stück möglich.

43606 • Club Crawatte Crefeld • Tel +49 2151 781299-0
service@club-crawatte.de • www.club-crawatte.de





FLOTTE CAPS FÜR JEDEN ANLASS

Auf der PSI 2014 stellten Buttonboss und The Peppermint Company, beides Firmen der Buttonboss Unternehmensgruppe, ihre neuen Produkte vor. Buttonboss präsentierte drei Caps mit individuellen Merkmalen (die nicht alle abgebildet sind). Bei der ersten Kappe, Artikel 46W, handelt es sich um eine sportlich flache 6-Panel-Cap aus gewaschener Baumwolle. Sie verfügt über eine geschlossene Metallschnalle mit Öse und ist in den Farben Khaki, Navy und Schwarz erhältlich. Cap 49P ist ebenfalls eine 6-Panel-Cap aus pigmentgefärbtem Drillich und in den Modefarben Orange, Blau und Schwarz erhältlich. Die dritte Cap (755) ist eine Stilkone mit hochklappbarem Schirm. Durch die Schnalle und Vorderkante aus Kunststoff wirken Stickereien noch feiner. Das Besticken dieser PSI First-Kappen dauert ca. 3 bis 5 Werktage.

41446 • Buttonboss B.V. • Tel +31 53 4769791

info@buttonboss.com • www.buttonboss.com • www.kingcap.de

VIER NEUE DOSEN MIT PFEFFERMINZ

The Peppermint Company präsentierte exklusiv auf der PSI First vier neue Dosen. Sie sind in vier auffälligen Formen erhältlich, gefüllt mit köstlichsten Pfefferminzbonbons. Die Dreieckdose, enthält ca. 20 g Pfefferminzbonbons und ist in Weiß und Silber erhältlich. Die schildförmige Dose gibt es in Weiß und Silber mit ca. 26 g Pfefferminzbonbons. Die dritte, eine lange Schiebedose ist in Weiß erhältlich und enthält ca. 11 g Mini-Pfefferminzbonbons. Die größte der vier neuen Dosen ist ein 30 x 80 mm runder, hoher Zylinder. Die Dosen enthalten Pfefferminzbonbons mit einer Haltbarkeit von 36 Monaten und werden versiegelt mit Zutatenaufkleber geliefert.

44176 • The Peppermint Company • Tel +31 53 4750430

info@peppermint.nl • www.peppermint.nl

SPORTLICHE WM-REISE

Der WM-Reiseführer Brasilien 2014 von Dorling Kindersley bietet alle Infos, die jeder (zukünftige) WM-Fan braucht – angefangen vom Fußballwissen für Einsteiger und Cracks über die Austragungsorte bis hin zum WM-Spielplan zum Tippen und Eintragen. Ergänzt wird das Fußball-Package durch wertvolles Know-how zu Land, Leuten und Kultur. Diese einmalige Kombination ist während und nach der WM sicherlich ein Volltreffer für Kunden des Werbemittelhandels. Attraktive Individualisierungsflächen bieten das Cover und das persönliche WM-Stadion mit gebrandeten Fingerkickern, Banden- und Fußballwerbung.

48489 • Dorling Kindersley Verlag GmbH • Tel +49 89 442326-221
sondervertrieb@dk-germany.de • www.dorlingkindersley.de





JEDE MENGE SPIELSPASS

Die elasto form KG präsentierte auf der PSI 2014 unter dem Label PSI FIRST erstmals den sogenannten Taetch. Entwickelt wurde es vom Ex-Fußballprofi und heutigen Fußballtrainer Peter Neustädter. Taetch ist der neue Trend für alle, die Fußball lieben: Spielen, jonglieren, trainieren, experimentieren. Und so geht's: Einfach mit den Beinen (Spann, Oberschenkel, Innen- oder Außenseite des Fußes) den Taetch so lange wie möglich jonglieren und in der Luft halten ohne die Arme und Hände zu benutzen. Das bringt im Eins-gegen-Eins oder in der Gruppe jede Menge Spaß. Das Taetch kann mit einem Logo bedruckt und das Fell beliebig eingefärbt werden. Eine individuelle Gestaltung der Verpackung ist ebenso möglich.

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



ELEKTRONIK TRIFFT KRISTALL

Innovativ, extravagant und einzigartig ist der patentierte Bluetooth-Lautsprecher Crystal Speaker von Zogi. Die im Rahmen des PSI First Programms erstmals auf der PSI 2014 vorgestellte Eigenentwicklung besticht schon auf den ersten Blick durch die außergewöhnliche Materialkombination aus Kunststoff und Kristallglas – für einen wertigen und stylishen Look. Die Werbeanbringung durch inliegende Lasergravur im Kristallteil ist gleichermaßen dekorativ wie werbewirksam und wird durch integrierte LED-Beleuchtung besonders hervorgehoben. Der Dreifuß-Ständer sorgt für optimale Klangqualität. Den über Bluetooth ansteuerbaren Speaker gibt es in den Zogi-Farben schwarz, weiß, rot, grün, orange und blau. Das Produkt ist Teil einer kompletten Serie aus Elektronikartikeln mit Glaselementen, die in Zusammenarbeit mit dem Partner In-Crystal entwickelt wurde. Neben dem Crystal Speaker gehören noch eine Power-Bank, ein USB-Stick, eine Tischleuchte, ein Reisewecker und eine PC-Maus zur formschönen Kristallsérie.

45918 • Herzog Products GmbH • Tel +49 7236 982860
info@zogi.biz • www.zogi.biz

REINSCHAUEN LOHNT SICH

Eine neue Bonbon-Verpackung brachte die Vaihinger Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG zur PSI 2014 auf den Werbemarkt. BonBox nennt sich die edle Verpackung aus weißem Glanzkarton mit einem über die Seitenkante laufenden Sichtfenster, das Einblicke in den süßen Inhalt gewährt: Ca. 20 g ungewickelte Bonbons in Nostalgieform in den Sorten Zitronchen, Kräutermischung, Früchtetrops, Kirschherzen, Super-Mint oder Himbeeren, jeweils im transparenten Beutel verpackt, stehen demwerbenden zur Auswahl. Bei der im 4-c-Digitaldruck individualisierbaren BonBox bieten sich vor allem sprichwörtliche Claims nach dem Motto „Reinschauen lohnt sich“ oder „Einblicke gewähren“ an. Ideal also für einen Tag der offenen Tür oder als Einladung zum Besuch auf einen Messestand. Muster und weitere Infos gibt's beim Beraterteam von Jung.

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





EIN PRICKELNDES ERLEBNIS

Lanybook powered by Lediberg Group präsentiert den einzigartigen Lanycap: Einen Kapselheber, der am Lanyband befestigt wird. Der Lanycap kann je nach Wunsch mit Lasergravur oder Tampondruck veredelt werden. Zudem ist er sehr leicht in der Handhabung und kann ohne Probleme vom Lanyband abgenommen werden. Neben den bekannten Möglichkeiten, das Lanyband in der gewünschte Pantonefarbe des Kunden einzufärben und mit einem hochwertigen 3D-Silikondruck zu versehen, ist der Lanycap nun eine weitere tolle Variante, um das Kunden CI zu transportieren. Die Kombination aus Notizbuch bzw. Kalender und Lanycap bietet Lediberg mit dem Lanybook exklusiv. Lediberg liefert jedes Lanybook mit FSC-zertifiziertem Papier und erfüllt auch in dieser Hinsicht die höchsten Voraussetzungen für einen schonenden Umgang mit der Umwelt.

42438 • Lediberg GmbH • Tel +49 5261 606-0
info@lediberg.de • www.b2b.lanybook.com

EDELSTAHL TRIFFT SILIKON

Lolliclock Evolution – das ist eine Armbanduhr aus fließendem Silikon gepaart mit kühlem, glatten Edelstahl. Das Sunray Ziffernblatt macht mit seiner Strahlkraft seinem Namen alle Ehre. Ein Edelstahlgehäuse mit Silikonummantelung mit Edelstahltopping und fluoreszierende Zeiger runden das interessante Äußere ab. Es gibt die Uhr in acht Farben und zwei unterschiedlichen Größen. Ab 50 Stück ist sie mit eigenem Logo zu haben und ab 500 Stück in eigener Pantonefarbe. Auch die Designverpackung bietet mit 945 cm² Werbefläche perfekten kreativen Gestaltungsraum.

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



TEEGENUSS ZUM TRINKEN UND ESSEN

Magna sweets präsentiert jetzt den Teatraeder: Die kleinen Trockenobststückchen werden mit heißem Wasser aufgegossen und nach ca. 10 Minuten kann der aromatische Früchtetee getrunken werden. Aber nicht nur das. Gleichzeitig entfalten die aufgeweichten Trockenobststückchen ihr ganzes Aroma und können zu dem Tee verzehrt werden. Den Teegenuss gibt es in den Geschmacksrichtungen Exotisch, Mango-Guave, Apfel-Birne-Ingwer oder Kiwi-Apfel-Ananas. Verpackt ist der Früchtetee in einem Tetraeder aus weißer oder transparenter Folie, mit den Maßen 60 x 80 mm. Die Folie wird individuell nach Kundenwunsch bedruckt. Das Produkt ist schon ab einer Menge von 3000 Stück verfügbar.

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





KOMPLETT NEUER LOOK

Am 1. April 2012 war die Maxim Ceramics GmbH als 100-prozentiges Tochterunternehmen des erfolgreichen polnischen Herstellers für Werbeporzellan Maxim gestartet. Ziel des Tochterunternehmens war und ist es, allen Wiederverkäufern in Deutschland, Österreich und in der Schweiz mittels eines kundennahen Service das komplette Leistungsspektrum des seit nun 16 Jahren bestehenden Mutterunternehmens näher zu bringen. Mit einer großen Anzahl von Produkten und Dekorationsmöglichkeiten und eindrucksvoller Qualität war Maxim prädestiniert für PSI FIRST. Als exklusive Neuheit brachte man auf die PSI 2014 das Modell Colorado mit, einen Werbebecher in komplett neuem Look. Dieser Becher zeigt Werbebotschaften auf nahezu perfekte Weise, hat eine Kapazität von 350 ml und ist in den Keramikfarben schwarz/weiß designt. Auf Anfrage sind aber ab 5000 Stück auch verschiedene Farbkombinationen möglich.

46503 • Maxim Ceramics GmbH • Tel +49 6061 9798780
info@maxim.com.de • www.maxim.cm.de



FLAUSCHIGE POST

Ein ungewöhnliches und daher würdiges PSI FIRST Produkt ist die „filzPOST“ von Maxx Promotion – eine Postkarte mit besonderem „Feeling“. Denn auf einer Seite besteht sie aus flauschigem, mit Ziernaht aufgenähtem Filz, der sich ganz nach Kundenwunsch per Stick veredeln lässt. Die Wollfilzstärke beträgt 2 mm, wobei die Wunschfarbe aus etwa 70 leuchtenden Farben frei wählbar ist. Die Rückseite der DIN A6 großen Karte kann 4/0-farbig bedruckt werden. Die filzPOST lässt sich ganz normal verschicken, eignet sich zum Beispiel aber auch als peppige Einladungskarte oder für Mailings. Weitere Details gibt's direkt bei Maxx Promotion.

47483 • Maxx Promotion • Tel +49 9281 8500380
info@maxx-promotion.de • www.maxx-promotion.de

PRIMA BEWEGTBILDWERBUNG

Dank neuester digitaler Technologien wird die Bewegtbildwerbung immer intelligenter, innovativer und ideenreicher. Die neuen Slimline VIDEOcards von micx-media in concept überraschen nicht nur mit ihrer schlanken Linie im Mailing, sondern auch mit herausragenden Qualitätsmerkmalen wie HD-Bildwiedergabe ab 4.3“ und hochwertigem Paperwork. So sind effektive und wirkungsvolle Kundenansprachen mit vielfältigen Displayvarianten für unterschiedlichste Einsatzzwecke möglich – und dies bereits ab 50 Stück im individuellen Kundendesign.

45899 • micx-media in concept GmbH & Co. KG • Tel +49 5205 99-100
info@micx-media.de • www.micx-media.de



WERTVOLLES HILFSMITTEL

Die Michael Schiffer Promotion GmbH vertreibt die Powermarke Post-it® exklusiv für den Werbemittelmarkt. Wie es der Name verspricht, steckt beim „SmartCover“ viel Cleverness im Umschlag: Das Post-it® Mini Index Set markiert die wichtigsten Informationen. Die Post-it® Haftnotizen machen wichtige To-dos portabel und die Visitenkartentasche hält neue Kontakte präsent. Der frei gestaltbare Umschlag und Einklapper bietet reichlich Platz für visuelle und textliche Botschaften. Die Persönlichkeit des Empfängers wird durch die Option der Namensnennung auf dem Umschlag und der Haftnotiz als Original Post-it® Name Pad unterstrichen. Das qualitativ sehr hochwertige Post-it® SmartCover enthält 192 karierte Inhaltsseiten in den Formaten DIN A4 oder A5. Die Blätter im Buchblock sind für die einfache Entnahme vorperforiert, sind gelocht und enthalten zusätzlich ein Leseband. Der Umschlag ist wahlweise matt (SoftTouch) oder glänzend.

49018 • Michael Schiffer Promotion GmbH • Tel +49 2843 1692115

m_schiffer@michaelschiffer.com • www.promotion.michaelschiffer.com



HOCHWERTIGES SCHREIBTISCH-SET

Das bemerkenswerte Hardcover Cube-Set „Karolina“ (DEPM 151) wurde in Zusammenarbeit mit der Kunsthochschulstudentin Karolina entwickelt. Das innovative wie hochwertige Hardcover, die praktische Box im Deckel sowie die Notizzettel können 4-farbig gestaltet werden. Zusätzlich bieten Glanz-, Matt- oder sogar die hochwertige Velvet-Folie traumhafte Gestaltungsmöglichkeiten im Zusammenspiel mit Farben, Formen, Prägungen und Lacken. Einfach Stifte oder Visitenkarten in den praktischen Köcher und der Artikel findet Platz auf jedem Schreibtisch. Zusätzlich lässt sich die Box auch mit praktischen Film-Pagemarkern ergänzen.

46124 • PromoNotes Sp. z.o.o. • Tel +48 61 8117028

biuro@promonotes.pl • www.promonotes.pl



INNOVATIVES POTENZIAL

Der PSI FIRST AWARD-Gewinner Rollco von reeko erinnert an die bunten 70er-Jahre. Er ist äußerst praktisch, denn hier finden alle Bürohelfer genügend Platz. Rollco ist der kultige Helfer und Hingucker auf jedem Schreibtisch – man hat ihn stets im Blick. Der Rollcontainer hat drei Fächer für Schreibgeräte, ein Fach für Haftnotizen sowie zwei Schubladen für Büroklammern und Speicherkarten. Mit seinen vier Rollen ist der verspielte Werbeartikel sowohl beweglich, als auch standhaft. Die Lieferung erfolgt inklusive zehn Büroklammern und einem Haftnotizblock. Der innovative Bürohelfer wird in fünf verschiedenen Farben angeboten: silber, weiß, schwarz, blau und rot. Einfach ein Muss für jeden Schreibtisch!

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

info@reeko.com • www.reeko.com



MARKANTES DESIGN

Zu den Gewinnern des PSI FIRST AWARD zählt auch der smarte „Grip K2 safety lock“ von Messerspezialist Richartz. Er besticht durch sein markantes Design und seine überzeugende Funktion. Die perfekt in der Hand liegende Zwei-Komponenten-Griffschale und die auffällige, funktionale Klinge mit dem Richartz Safety-Lock Sicherheitssystem überzeugen auf der ganzen Linie. Das macht den „Grip K2 safety lock“ zum Profi-Messer für jeden Tag.

40884 • Richartz GmbH • Tel +49 212 23231-61

sandraschoenberg@richartz.com • www.richartz.com



RAFFINIERTE LICHTKANTEN

Das in Deutschland gefertigte Modell „Fresh“ des Schreibgeräteproduzenten Ritter zeichnet sich durch gerade Linien, raffinierte Lichtkanten und einen integrierter Clipdrücker aus. Die Trennung des Schaftes zum Oberteil liegt optimal, um größtmögliche Druckflächen umzusetzen. Der abgeschrägte Clipdrücker versinkt bei Betätigung harmonisch im Oberteil. Drei Farbvarianten stehen zur Auswahl. Ein weiterer Clou des PSI FIRST Produkts ist die angenehm weich-schreibende Softmine, mit der dieser Druckkugelschreiber standardmäßig ausgestattet ist.

44508 • Ritter-Pen GmbH • Tel +49 6161 808-0

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



SPORTLICH UND SICHER

Die Serie S-Derry überzeugt mit Herren- und Damenmodellen im sportlichen Design. Wichtigste Funktion der Serie ist der RFID Schutz. RFID – die Abkürzung steht für radio-frequency identification (Objektidentifikation) – ist mittlerweile verbreitet im Einsatz. In den Kreditkarten- und Ausweisfächern der Serie S-Derry befindet sich eine Schutzfolie, die dafür sorgt, dass die Funkwellen von außen nicht an die innenliegenden RFID-Chips auf Ausweis oder Geldkarten gelangen, denn hier sind sensible Informationen über den Ausweisinhaber gespeichert. Die Serie kommt in einer extra angefertigten Verpackung, die auf den RFID-Schutz hinweist. S-Derry besteht aus 100 Prozent Rindnappa (in Carbon-Optik). Weitere Details gibt es direkt bei Samsonite.

48847 • Samsonite GmbH • Tel +49 221 921641-24

werbemittel@samsonite.com • www.samsonite.com





APPETITLICHES LADEGERÄT

Das Unternehmen Sol-Expert stellte auf der PSI 2014 erstmals einen kleinen Notfall-Charger mit beachtlichen 1200 mAh Akkukapazität für sämtliche Smartphones, iPhones, MP3, iPod oder andere Geräte vor. Das Besondere an diesem handlichen, in jede Jacken- oder Handtasche passenden Produkt namens „Macaron charger“ ist neben der Funktion sein Design. Als Vorlage hierzu dienten Macarons, ein beliebtes französisches Traditionsgebäck in Form einer kleinen Doppelscheibe um eine Cremeschicht herum. So sieht das Ladegerät nicht nur auffällig appetitlich aus, sondern liefert im Notfall per USB auch noch eine extra große Portion Energie fürs Handy. Das trendige Technikteil gibt es in acht farblichen „Geschmacksrichtungen“.

49028 • Sol-Expert

Tel +49 7502 94115-0

v.reply@sol-expert-group.de

www.sol-expert-group.de



ULTRAKOMPAKTE HANDYGELDBÖRSE

Beim PSI FIRST Produkt der Spranz GmbH, der Blackmaxx® Handygeldbörse „Mobile&Money“, kommt zusammen, was zusammen gehört. Die Blackmaxx ist eine edle Lederbörse für Mobiltelefone (Größe optimal für iPhone5S® und Galaxy S4®) sowie diverse Karten, Bargeld und was sonst noch wichtig ist. Durch die ultrakompakte Bauform eignet sich Blackmaxx ideal für die Hosen- oder die Handtasche. Das Produkt wird in einem ansprechenden Designkarton geliefert. Mehr Artikel zu diesem oder vielen anderen Themen sind in der aktuellen Spranz Kollektion zu finden.

41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 984880

info@spranz.de • www.spranz.de

XDVISION2020 – EIN EHRGEIZIGES VORHABEN

XD[®] **VISION**
2020
Our best gift yet

Auf der PSI 2014 hat Xindao ein sehr ehrgeiziges Vorhaben vorgestellt: XDVision2020. Zweifelsohne werden die kommenden Jahre ausgesprochen wichtig für die Werbeartikelbranche. Die Welt verändert sich rasant. Die globale Bevölkerung wächst wöchentlich um eine Million Menschen. Um unsere Ressourcen decken zu können, benötigen wir heute schon anderthalb Planeten. 2050 wird die Weltbevölkerung auf zehn Milliarden Menschen angewachsen sein. Das bedeutet, wir bräuchten dann eigentlich drei Planeten. Jedem ist bewusst, dass dies unmöglich ist. Und das ist nicht unser einziges Problem. Der weltweite CO₂-Ausstoß stieg zwischen 1997 und 2010 um 60 Prozent an. So können wir nicht weitermachen. Wir müssen unser komplettes System neu gestalten. Die PSI 2014 war für Xindao die ideale Gelegenheit, ein sehr ehrgeiziges Vorhaben vorzustellen. Alle, die auch von der Notwendigkeit des Umdenkens überzeugt sind, sollten sich www.xdvision2020.com anschauen.

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

deutschland@xindao.nl • www.xindao.com



MEHR FREIHEITEN BEIM FAHREN

Mit viel Energie zum Ziel kommen, das ermöglicht die Vim Solution mit ihrem PSI FIRST Produkt „Safe Call“, der Bluetooth Freisprecheinrichtung für das Automobil. Über den Zigarettenanzünder wird Safe Call geladen. Dabei kann zeitgleich ein beliebiges Endgerät mittels Micro-USB geladen werden. Diese Innovation ermöglicht sicheres Telefonieren während des Autofahrens. Der abnehmbare Kopfhörer enthält ein Mikrofon sowie einen kleinen Akku und wird in drei Kopfhörergrößen geliefert. Safe Call ist in den Farben Schwarz und Weiß erhältlich und kann schon ab einem Stück individuell bedruckt werden. Mit diesem Allrounder fährt Werbung um die Welt.

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



DER KUGELBLITZ

Wer die neue Titan-Serie von uma erblickt, trifft definitiv auf eine Lichtgestalt. Und ist sofort ergriffen. Dabei fällt die samtig gegen den Strich gebürstete Gun-Metal-Veredelung dank des spiegelglanzgravierbaren Leichtmetalls gar nicht so sehr ins Gewicht. Der eigentliche Donnerwetter-Effekt ereilt einen eher zeitverzögert. Genauer gesagt beim Schreiben. Die uma High Class Qualitätsmine – natürlich „Made in Germany“ – verspricht nämlich ein unvergessliches Schreiberlebnis sowohl als Kugelschreiber- als auch Rollerballmine. Näheres über die Möglichkeiten der Gestaltung, die Verarbeitungsqualität und die Farbvielfalt erfährt man direkt bei uma.

41848 • uma Schreibgeräte Ullmann GmbH • Tel +49 78 32 707-0
info@uma-pen.com • www.uma-pen.com



IDEALER SCHIRM FÜR ALL-OVER-DRUCKMOTIVE

Auf dem Mano Stockschirm „One Panel“ im Vertrieb von Häusser Europe kommen komplizierte, fotorealistiche Motive im All-over-Druck ganz besonders gut zur Geltung. Denn die Bespannung des eleganten Stockschirms mit Open-Automatik besteht nur aus einem einzigen Stück Stoff – ohne störende Nähte. Das Firmenlogo kann problemlos und in hoher Präzision auf den nahtlosen Schirmbezug gedruckt werden. Passerprobleme beim Vernähen der Keile, wie sie bei konventioneller Technik vorkommen können, sind bei diesem Schirm ausgeschlossen. Mit seinem Windproof-Gestänge aus Fiberglas und Stahl, der Polyester Pongee Bespannung mit Super Waterproof Beschichtung ist der nur 450 Gramm leichte Schirm äußerst hochwertig ausgestattet.

43756 • Häusser Europe OHG • Tel +49 6181 36 42-120
bs@haeusser.eu • www.haeusser.eu





TASCHEN, LEDER, GEPÄCK, REISE WERBEARTIKEL AUF ACHSE

Die Produktgruppen, die wir auf den Folgeseiten vorstellen, haben eines ganz wesentlich gemeinsam: Sie sind ständige Begleiter in unserer von Mobilität geprägten Gesellschaft – und bieten als ansehnliche Werbeträger so die Möglichkeit, die transportierte Botschaft weit und lange in die Welt hinein zu tragen.

Moderne Zeiten – mobile Zeiten. Ob geschäftlich oder privat, ob kurz oder lang, ob nah oder fern – unsere heutige Gesellschaft ist geprägt von der Mobilität. Auf Straßen, auf Schienen, in der Luft; oder einfach nur per Pedes – ständig sind die Menschen unterwegs. Bevor wir jedoch die Produkte begutachten, welche die Menschen in ihrem „bewegten“ Leben werbewirksam begleiten, wollen wir einen kurzen Blick auf die Geschichte des Reisens werfen. Gereist wurde zunächst zweckgerichtet zur Entdeckung oder Eroberung, aber auch zum Handel oder zur Verbreitung von Religion. Aufgrund eines verbesserten Verkehrswesens kam die Reise als solche ab ca. 1850 stärker auf, zunächst aber als Privileg von Adligen, Geschäftsleuten und Wohlhabenden. Mit der Einführung von Urlaub veränderte sich die Sozialstruktur und der Tourismus entwickelte sich langsam. Die Entwicklung des Massentourismus begann schließlich mit der Demokratisierung und industriellen Organisation des Reisens nach dem 2. Weltkrieg. Doch nun gehen wir erst einmal mit den Werbeartikeln (zunächst optisch) auf Achse. Dazu bitte einfach weiterblättern ...





FEDERLEICHES BAMBUSGESCHIRR

Aus der Natur – für die Natur: Im Sommer lädt Esbit Compagnie mit seinem vierteiligen Bambus-Geschirr zum Genuss im Freien ein. Ohne Tisch, ohne Stuhl, wieder einmal draußen zu essen ist angesagt, dort, wo es für den Genießer gerade am schönsten ist. Allen, die das natürliche Geschirr in die Hand nehmen, wird das extrem geringe Gewicht auffallen. Hierfür zeichnet die Natur verantwortlich, denn das gesamte Set besteht ausschließlich aus federleichtem Bambus, perfekt geeignet für alle Touren, bei denen wirklich jedes Gramm zählt. Auch die Farbgebung ist außergewöhnlich, schließlich handelt es sich um reine Naturfarben.

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



UND ES WERDE LICHT

SOI, das automatische Handtaschenlicht „Made in Germany“, das bei Schrimms für den Werbemittelhandel erhältlich ist, begeistert Frauen weltweit. Durch Annäherung der Hand leuchtet es auf und bringt Licht in jeder Tasche. Die intelligente Sensorik funktioniert automatisch, ohne mühsames Bedienen von Schaltern. Laut einer Studie verbringen Frauen 76 Tage ihres Lebens damit, in der Tasche etwas zu suchen. Zeit, die SOI den Besitzerinnen erspart.

49084 • Schrimms GmbH • Tel +49 6031 7919835
 info@schrimms.com • www.handtaschenlicht.com

SOI.

Das erste automatische
Handtaschenlicht
der Welt.

Leuchtet ein:
Finden statt Suchen mit
dem innovativen
Näherungssensor.
Ohne Schalter!



- Ausgezeichnet mit zwei Designpreisen
- Hochwertige Geschenkverpackung
- Nachhaltige Qualität Made in Germany



Und so funktioniert SOI ▶

Schrimms GmbH

Lindenstr. 49 · 61169 Friedberg
 T. +49(0)6031 7919 831 · info@schrimms.com
 www.handtaschenlicht.com



REISEN OHNE ÜBERGEPÄCK

Die Zeiten, da ein Airline-Mitarbeiter bei überschrittenem Gepäckgewicht ein Auge zugeedrückt hat, sind vorbei und auch das Handgepäck wird streng gewogen und vermessen. Wohl dem, der für diesen Fall eine Gepäckwaage besitzt, wie sie derzeit im Sortiment von team-d Import-Export Warenvertrieb verfügbar ist. Die Gepäckwaage Porter ist überall und ohne Batterie einsetzbar, da sie mechanisch betrieben wird. Porter verfügt über einen komfortablen Handgriff und eine deutliche Anzeige bis 35 Kilogramm mit Einteilung in Ein-Kilogramm-Schritten sowie über ein Maßband bis einen Meter.

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

UNVERWECHSELBARES REISEGEPÄCK

Mit individuell bedruckten Trolleys bietet Claymore aus den Niederlanden effektive wie nützliche Werbebotschafter, mit denen Logos rund um den Globus transportiert werden können. Und auch Verwechslungen am Gepäckband sind in diesem Zusammenhang ausgeschlossen. Bei der Gestaltung der bebilderten Reisebegleiter mit unverwechselbarem Layout für die kreative Koffergestaltung steht Claymore werbenden Unternehmen mit einem professionellen und kostenfreien Service zur Seite. Neben hochwertigen Materialien gewährleistet das Unternehmen aus den Niederlanden nach eigener Aussage erstklassige Druckergebnisse und schnelle Lieferzeiten ab 48 Stunden. Die Mindestbestellmenge liegt bei nur einem Stück. Größere Bestellmengen sind zu günstigen Konditionen erhältlich.

48748 • Claymore Willemen Koffers B.V. • Tel +31 76 5020818
info@claymore.eu • www.claymore.eu



PRAKTISCHER PLATZ FÜR KOSMETIK

Ein praktisches Utensil für jede Reise ist die bei Giving Europe erhältliche Kosmetiktasche Travel, gefertigt aus leichtem, transparentem PVC und versehen mit einem Reißverschluss zum Verschließen der Tasche. Der Inhalt des in Weiß, Rot oder Blau verfügbaren Reisebegleiters besteht aus drei kleinen Fläschchen, zwei Tiegeln sowie einem Trichter. Mithilfe des Trichters sind alle Gefäße leicht zu befüllen, zum Beispiel mit Shampoo, Lotion oder Cremes. Ideal für Flugreisen, da es für das Flugzeug-Handgepäck zugelassen und vorgeschrieben ist. Eine Werbeanbringung erfolgt mittels Tampondruck.

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



MAGISCHER BECHER

Der MagicMug des niederländischen Unternehmens Hypon BV ist ein faltbarer Becher mit äußerst praktischen Eigenschaften. Er ist perfekt für den Urlaub oder für Einnahme von Medikamenten. Der Trinkbecher nimmt nur wenig Platz ein und ist damit wie geschaffen für unterwegs. Den MagicMug gibt's in verschiedenen Ausführungen – aus Silikon, Plastik und Metall und in verschiedenen Farben. Er ist ab 1000 oder 2000 Stück verfügbar, abhängig vom jeweiligen Modell.

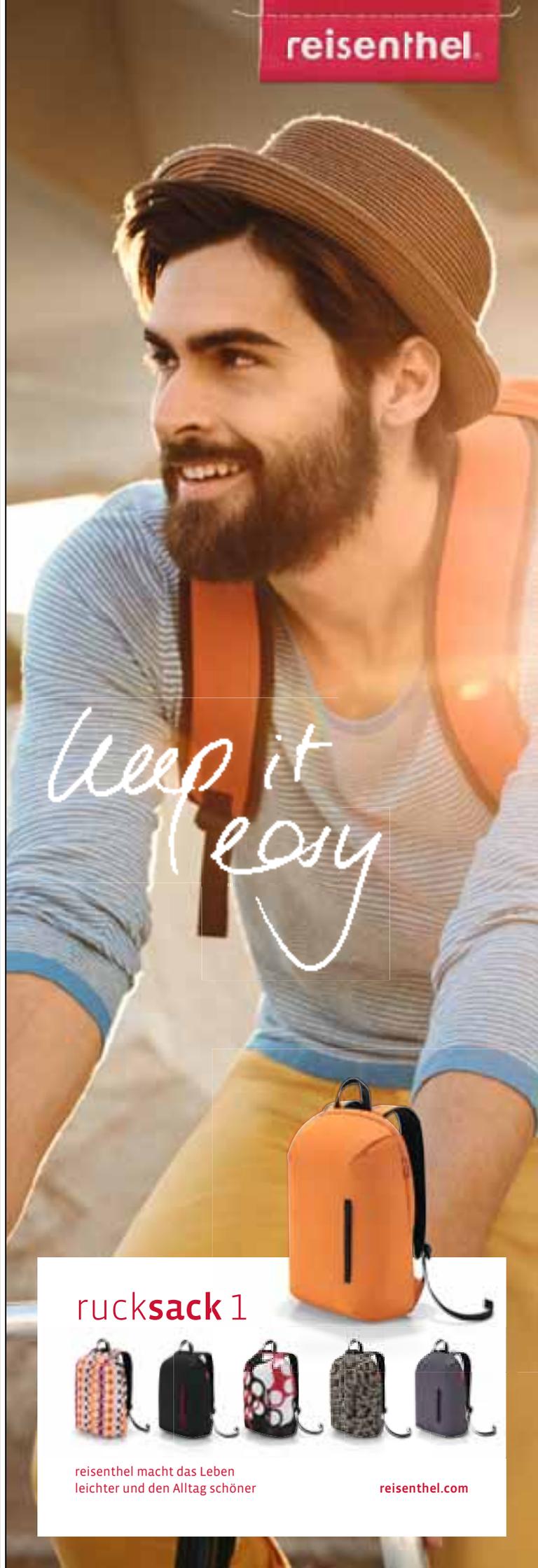
47349 • Hypon BV • Tel +31 20 3030680
info@hypon.nl • www.hypon.nl



SCHICK IN SCHALE

Das elegante Trolley-Bordcase St. Tropez von Inspirion begleitet Reisende auf Kurztrips mit dem Vorteil, als Handgepäck für Low-Budget-Airlines geeignet zu sein. Die Schalen des Bordcase bestehen aus einem robusten Polycarbonat-ABS-Materialmix und bieten beidseitige Packmöglichkeiten. So finden Reiseutensilien im gefütterten Innenraum mit Packgurten und einem großen Reißverschlussfach komfortabel Platz. Für eine leichte Handhabung sorgen das arretier- und schnell versenk- bare Trolley-Teleskopsystem sowie die vier leisen 360 Grad-Leichtlaufrollen. Zudem ist der Trolley mit zwei Tragegriffen und einem Zahlenkombinationsschloss ausgerüstet. Das auswechselbare Metalllogo bietet eine attraktive Möglichkeit der Werbeanbringung mit bleibendem Erinnerungswert.

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



Keep it
easy



rucksack 1



reisenthel macht das Leben
leichter und den Alltag schöner

reisenthel.com



GET MORE MIT GETMORE

Bevor es in der Urlaubszeit via Autobahn oder Flughafen in die Ferien geht, steht schon die erste Herausforderung an: Koffer packen. Nicht zuviel, aber auch nicht zu wenig soll es sein, passend für jede Gelegenheit und pflegeleicht. Dieses Sommergefühl vermittelt auch die Inszenierung der Maritime-Kollektion der Daiber-Marke James & Nicholson, mit leichten Materialien, bunten Farben und bequemen Schnitten – dem Mix für den kommenden Sommer-Look. Und mit den passenden Caps von Myrtle Beach behält jeder einen kühlen Kopf. Alle Neuheiten von James & Nicholson und Myrtle Beach im Katalog getmore 2014 von Daiber. Alle Artikel können durch Besticken oder Bedrucken individualisiert werden.

42819 • Daiber • Tel +49 7432 70160

info@daiber.de • www.daiber.de

LEDERNES REISEBÜRO

Eine ansprechende Zweierserie in Form zweier Ledermappen hat der britische Lederproduktspezialist The Leather Business aufgelegt, die speziell als Herberge von iPad Mini und iPad Air gedacht sind. Das Angebot richtet sich insbesondere an alle, die häufig beruflich unterwegs sind und auf die wichtigsten Anwendungen auch auf Reisen nicht verzichten wollen. Praktischerweise kann durch den integrierten Aufsteller das iPad auch während der Benutzung in der Mappe verbleiben. Die edlen Mappen aus Nappa-Leder können individuell veredelt werden.

46523 • The Leather Business • Tel +44 1299 252099

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



ENTE FÜR DIE STADT

Nach vielen Jahren auf Reisen gibt es nun bei den CityDucks von mbw ein ganz besonderes Exemplar: die Stadtente. Sie ist quietschgelb, aus phthalatfreiem PVC und hält stolz das Ortschild mit dem Wunsch-Ort des Kunden in die Höhe. Ein überaus sympathischer Werbeträger, der für jeden Einsatz zu haben ist. Besonders werbewirksam lässt sich die gemäß den Vorgaben der EN 71 hergestellte Stadtente in der transparenten Kunststoffbox überreichen. Auch Entenrennen sind für die Stadtente ein Kinderspiel: Mit dem patentierten Renngewicht wird im Handumdrehen nahezu aus jeder Quitscheente eine Rennente, wofür lediglich das Gewicht in das Loch an der Unterseite der Ente eingesteckt werden muss.

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

info@mbw.sh • www.mbw.sh



New DS8



ds8.prodir.com

**Personality pens.
Swiss made.**

Prodir GmbH
An der Molkerei 8
D-56288 Kastellaun
Hotline: 06762- 4069-0
www.prodir.com

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

prodir®



WELTWEIT WERBEN

Die Werbeartikelallrounder des türkischen Unternehmens Gorenler empfehlen zum Thema Reise ihre individuell gestaltbaren Gepäckgurte. Die nützlichen Gurte eignen sich zudem zur Kennzeichnung von Koffern oder Taschen. Mit einem wohlplatzierten Logo tragen sie Namen oder Botschaften von Unternehmen mit den Reisenden durch die Welt und werben zudem während der Wartezeiten auf den Flughäfen. Die Gurte können per auffälliger Jacquard-Webung oder in vollfarbigem Sublimationsdruck kundenspezifisch veredelt werden.

46517 • Gorenler A.S. • Tel +90 258 242-3333

export@gorenler.com • www.gorenler.com

ORDNUNGSGEMÄSSE UNTERBRINGUNG

Eine gleichermaßen für die Urlaubs- und Geschäftsreise geeignete Lösung für den Koffer hat elasto form im Sortiment: Das Koffer-Ordnungssystem Gopack setzt dem Chaos ab sofort ein Ende. Drei unterschiedliche Taschen mit Symbolen für die jeweilige Zuordnung sorgen für optimale Übersicht im Koffer. Eine Tasche mit Tragegriff, zwei Gummibändern, zwei Einstecktaschen am Boden sowie einem Reißverschlussfach im Deckel sorgt für ausreichend Stauraum für Bekleidung. Im Beutel mit Kordelzug und Stopper finden die Schuhe Platz. Eine Tasche mit einem Netz-Steckfach, einem Reißverschluss-Netzfach im Deckel sowie Metallhaken zum Aufhängen bietet jede Menge Platz für Badutensilien. Auf Anfrage kann das Kofferordnungssystem individuell veredelt werden, so die Information aus der Oberpfalz.

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

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



BIEGSAMES FLUGOBJEKT

Mit seiner pfiffigen, biegsamen Frisbee-Scheibe aus Silikon garantiert e!xact Internationale Werbemittel puren Sommerspaß für Groß und Klein. Der im Durchmesser 17,5 Zentimeter große Werbeartikel wird – versehen mit dem Logodruck des Kunden – zur passenden Gabe im Rahmen von Sommerfesten, Firmenjubiläen, Sportfesten oder besonderen Events. Und natürlich sorgt das Spielgerät für Spaß am Strand. Eine individuelle Einfärbung nach Pantone ist annähernd möglich.

44457 • e!xact Internationale Werbemittel GmbH • Tel. +49 6126 9511-75

service@e-xact.de • www.e-xact.de



STILBILDENDES FÜR MÄNNER

Als Mr. Elegant erobert der Manschettenknopf World Map von Troika nicht das Herrenhemd, sondern den Schlüsselanhänger: Das Steck-Prinzip ist zwar gleich, sichert gemäß seines geänderten Einsatzzwecks nun aber zuverlässig die Schlüssel. Die Schlaufe ist aus schwarzem Leder, versehen mit einem Metallring für Schlüssel. Und der Manschettenknopf dient dabei als Schließe. Die Motive sind so vielfältig und außergewöhnlich wie seine Träger. Im Standard bildet eine Weltkarte das Motiv des neuen Mr. Elegant, der sich gleichermaßen für Vielflieger, Rockstars, Gourmets, Golfer und viele weitere Zielgruppen empfiehlt.

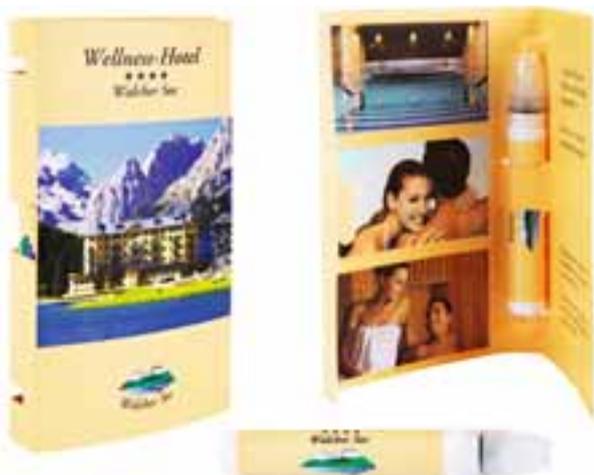


46311 • Troika
Germany GmbH •
Tel +49 2662 9511-0
a.bauer@troika.de •
www.troika.org

PFLEGE FÜR UNTERWEGS

Die neue Pocket Greeting Card von Kosmetikspezialist KHK ist eine innen und außen im 4c Offsetdruck bedruckbare Klappkarte, die zum Beispiel mit dem SaniStick kombiniert werden kann. Für große Wirkung sorgt die große Werbefläche für individuelle Botschaften. Das Handdesinfektionspray mit patentiertem Klick-Verschluss erlaubt die schnelle hygienische Reinigung und Desinfektion der Hände. Eine weitere pflegende Kombinationsmöglichkeit ist die Pocket-Lotion Hand, eine hochwertige Handlotion mit Hyaluron und Sheabutter. Gerade im Sommer empfehlen die Kölner ihr Pocketspray Sun, ein Sonnenschutzspray mit LSF 15 für Pflege und Sonnenschutz. Alle Pocket-Produkte werden mit einem 4c Rundum-Etikett individualisiert und sind ab 250 Stück, mit individueller Pocket Greeting Card ab 500 Stück bestellbar.

46131 • KHK GmbH • Tel +49 221 985473-0
sales@lipcare.de • www.lipcare.de



Wir bedrucken Markengolfbälle. Inhouse. Flexibel. Individuell.



GOLFBALL  BUSSJÄGER



GOLFBALL BUSSJÄGER
Am Kirchberg 1
D-85445 Aufkirchen

Tel. +49-8122-99 98 34-0
Fax +49-8122-99 98 34-99

Golf-Line: 0700-Golfball
E-Mail: info@golfball.de

www.golfball.de

ALLES RUND UM DIE WM

BRAZIL

Eine Auswahl:

- adidas original WM Ball
- DFB Trikots & DFB Textilien
- Nationaltrikots
- Länderbälle
- und vieles mehr

Rheingold Comet Sports GmbH
Mevisenstraße 52
47803 Krefeld
www.rheingold-comet-sports.de
info@rheingoldsport.de

Rheingold Sport Products



ALLZEIT ERREICHBAR

Ein Handy-Ladegerät für Notfälle zum Anschluss an die USB-Schnittstelle am Standardladekabel gibt es für den Werbemittelhandel bei Krüger und Gregoriades. Das Produkt ist für fast alle Handys geeignet und kommt inklusive USB-Adapterkabel sowie hochwertiger, starker Alkaline-Batterie mit 2600 mAh Leistung fertig verpackt in einer Geschenkbox beim Kunden an. Durch sein breit gefächertes und stets aktuelles Sortiment mit ständig mehr als 900 lieferbaren Artikeln realisieren die Hamburger auch differenzierte Kundenwünsche.

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

FÜR WOCHENENDE UND TRAINING

Diesen „grünen“ Begleiter hat man immer dabei: Second Life, die bei Citizen Green erhältliche Tasche, deren Elemente allesamt aus recyceltem Material bestehen, glänzt nicht nur durch ihre gute Verarbeitung und das moderne sportliche Design, sondern auch mit viel Stauraum im Hauptfach und zwei Seitentaschen. Als Teil der zukunftsweisenden Kollektion Second Life sind sowohl Stoff, Nähte und Gurte als auch Reißverschluss und Kunststoffschnallen aus recycelten Kunststoffen hergestellt. Der Clou: Schickt der Anwender die Tasche zurück, wenn diese nicht mehr verwendbar ist, wird diese komplett recycelt und zu Rohmaterial für die nächste Taschen-Generation Second Life verarbeitet. Der Artikel erhält die ETIKEKO Note A2, so die Information aus Frankreich.

42811 • Citizen Green Boomerang S.A. • Tel +33 1 60377730
souvrad@bewear.tm.fr • www.bewear-pro.com



LEICHTER REISEN

Die Deutschen sind die Vizeweltmeister im Reisen. Nur die Chinesen sind noch mehr unterwegs. Das richtige Reisegepäck ist also ein wichtiges Thema. Und schafft als mobile Werbung einen echten Nutzen. Darum hat der Werbetaschenspezialist Halfar viele Lösungen im Sortiment, die das Reisen in jeder Hinsicht leicht machen – und dabei nicht die Welt kosten. Individuell veredelt bietet das Bielefelder Unternehmen vom universellen Shopper bis zur praktischen Rollreisetasche etwas für jedes Werbebudget. Für das Handgepäck, den Landgang oder den Strandausflug ist der Shopper Match ideal. Die frisch-fröhliche Tasche verfügt sogar über ein extra Fach, in dem sich eine 1-Liter-PET-Flasche rutschsicher stehend transportieren lässt. In marine, rot und anthrazit setzt die Tasche farbenfrohe Akzente. Für das Mehr an Gepäck bietet sich dagegen die Rollreisetasche Planet an. Die sportliche Tasche aus robustem Polyester fällt durch ihr stylisches Design in schwarz/anthrazit auf. Dank ausziehbarem Teleskopgriff und integrierten Rollen lässt sich die Reisetasche ganz einfach in eine Rolltasche verwandeln. In die geräumige Planet passt einiges hinein – ob ins große Hauptfach, die Vortasche, oder die Seitentaschen, allesamt mit Reißverschluss.

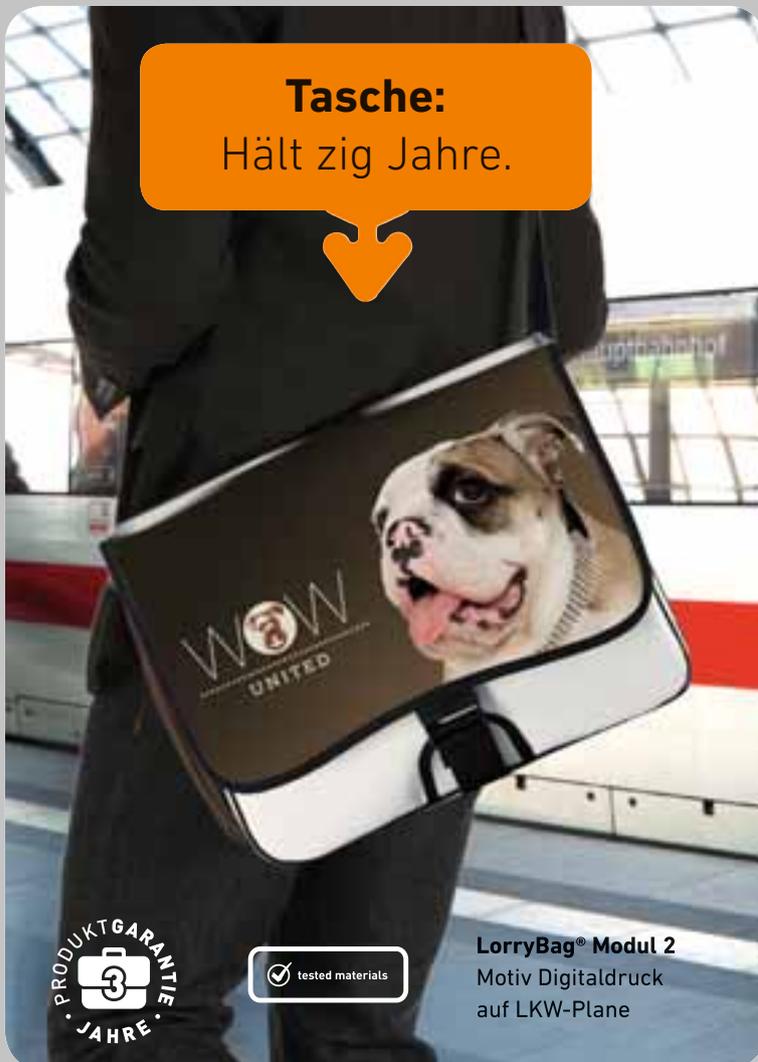
45666 • Halfar System GmbH • +49 521 982440
info@halfar.com • www.halfar.com



Plakat:
Hängt zehn Tage.



Tasche:
Hält zig Jahre.



HALFAR® Werbetaschen.

So wirkt
Werbung
länger.



HALFAR
Starke Taschen.



LorryBag® Modul 2
Motiv Digitaldruck
auf LKW-Plane

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

CONNECTING FILZ

Durch ihre Sonderanfertigungen aus Filz in Kombination mit weiteren Materialien, wie z. B. Lkw-Plane, Canvas oder Polyester, macht die schwäbisch-chinesische Taschenschmiede viele Werbeartikelhändler gerne ganz besonders glücklich. Um seine natürlich weiche Oberfläche zur Geltung zu bringen, wird der Filz vor allem für die Außenlagen bzw. Überschlagklappen eingesetzt. Im Innenleben bzw. für den Rest des Korpus wird es mit weiteren Materialien kombiniert. Dieses Spannungsfeld aus verschiedenen



Materialien führt zu einer verblüffenden Gestaltungsvielfalt. Der Werbeartikelhandel kann selbst den genauen Ausstattungsumfang, die Größe und die jeweilige Materialkombination bestimmen und beeinflusst damit maßgeblich das Preisniveau. Als Veredelung empfiehlt Nihao: eine Stickerei, ein gegossenes Rubber badge oder ein Weblabel. Die Nihao GmbH konzentriert sich ausschließlich auf Sonderanfertigungen von Taschen und vertreibt ausschließlich an den Werbeartikelhandel. Wie Nihao unterstreicht, gibt es keine Mindestmengen-, Farb- oder Werkzeugzuschläge – die Angebote verstehen sich alle inklusive.

46356 • Nihao GmbH • Tel + 49 711 6336-541
stuttgart@nihao-bags.com • www.nihao-bags.com

SCHWEIZER REISEBEGLEITER

Funktionalität und Nutzen standen bei der Kreation der Reise- und Business-Taschen von Victorinox im Vordergrund. Der Schweizer Hersteller ist außerdem bekannt für sein zurückhaltendes und zugleich effektives Design, gepaart mit Qualität bis ins Detail. Zum breiten und unverwechselbaren Sortiment von Reise- und Business-Gepäck mit klaren Linien in Premium-Qualität gehören Trolleys in verschiedensten Ausführungen, Boarding-, Kosmetik-, Messenger- und Laptop-Taschen sowie Rucksäcke und weitere Reiseaccessoires. Das Victorinox-Emblem mit Kreuz im Schild bleibt das sichtbare Marken-Zeichen, das für Qualität, Multifunktionalität und Vielfalt steht.

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



JETZT GEHT'S ANS LEDER

Die Serie Germany von Eurostyle beinhaltet eine große Auswahl an teilweise auch vollständig kundenindividuell umsetzbaren Artikeln, die hinsichtlich der Farben und Materialien etliche Gestaltungsvarianten ermöglicht. Zu den Vorteilen bei einer Produktion in Deutschland gehören neben der hohen Fertigungsqualität und kurzen Lieferzeiten auch die Erfüllung höchster Umweltstandards sowie die geringe Mindestmenge von Sonderanfertigungen. Neu bei Eurostyle: die Serie Bicolore. Diese besteht aus drei verschiedenen Geldbörsenmodellen aus schwarzem Rindnappa-Leder, das durch farbige Akzente in Blau, Rot oder Rost abgesetzt ist. Vintage, eine weitere Serie, beinhaltet Börsen, ein Mehrzweck-Etui, A4-Mappen, eine Aktentasche sowie Umhängetaschen, durchweg produziert aus braunem Vintage-Rindleder mit origineller used Optik. Das Karofutter innen passt optimal zum gebrauchten Look. Die aktuelle Auswahl wird durch eine faltbare Multibox in zwei Größen und Farben ergänzt.

41857 • Eurostyle Emil Kreher • Tel +49 921 789520
info@eurostyle.eu • www.eurostyle.eu



GUTE REISE

Mit seinem in Schwarz und Weiß erhältlichen Trolley Gate sowie dem Trolley-Bordcase Flash stattet Giving Europe seine Kunden mit praktischem Reisegepäck aus. Gate ist ein aus widerstandsfähigem und robustem ABS gefertigtes Stauraum-Wunder, ausgestattet mit einem Teleskopgestell zum Ziehen oder Schieben. Für leichtes Fortbewegen sorgen vier Kunststoffrollen, ein integriertes Zahlenschloss sichert den Inhalt. Flash wartet mit vielen großzügig dimensionierten Fächern im Innenraum auf, wobei der Fächereinsatz für Dokumente herausnehmbar ist und viel Platz für die verschiedensten Dinge bietet. Wie bei Gate gehören ein Teleskopgestell, ein integriertes Zahlenschloss sowie ein beigelegtes

Gravurplättchen zum Lieferumfang des Case, der sich durch die Skaterrollen leicht ziehen lässt. Eine Werbeanbringung lässt sich mittels Lasergravur und Doming realisieren.

45737 • Giving Europe GmbH •

Tel +31 344 640500

contact@givingeurope.nl •

www.givingeurope.nl



PHONEHOLDER TO GO

Eine praktische Lösung für alle, die auf Reisen das Smartphone aufladen möchten, bei diesem Vorhaben jedoch auf eine zu hoch angebrachte Steckdose stoßen oder über ein zu kurzes Kabel und keine passende Ablage in Reichweite klagen, hält DNS Design bereit: Card Your Smart ist ein phoneholder to go, klein wie eine Scheckkarte und geeignet für einen Platz in jedem Portemonnaie. Card Your Smart ermöglicht das Aufladen und Fixieren aller gängigen Smartphones an jeder beliebigen Steckdose und bietet außerdem eine Standmöglichkeit auf dem Tisch. Der Smartphone-Halter ist ideal geeignet als Give-away für Messen, Sponsoring, Events – mit langfristigem Nutzen auch nach der Veranstaltung. Das auch als effektvoller Mailing-Verstärker einsetzbare Tool ist ab 500 Stück als vollflächig und beidseitig per 4c Digitaldruck individualisierbares Werbemittel erhältlich. Weitere Infos im Web unter www.cardyoursmart.com.

46519 • DNS Designteam Neth Schäflein GbR •

Tel +49 30 78713388

berlin@dns-design.de • www.dns-design.de



UMA[®]

Die Handschrift
der Werbung



GUMON!

Softtouch und
Spiegelglanzgravur



STRAIGHT GUM
0-9450 GUM

www.uma-pen.com

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

Mehr Informationen:

www.uma-pen.com/straight-gum !



FÜR DEN GROSSEN AUFTRITT

Bags By Riedle ist bekannt für seine außergewöhnlichen Taschen-Innovationen. Bei der beim Promotional Gift Award 2014 prämierten CouponTasche sind es die vielen Klappfenster, die das Alleinstellungsmerkmal ausmachen. Ob Gutschein, Ermäßigung, Serviceangebot oder Gewinnspielcoupon – hinter jedem Klappfenster steckt eine originelle Überraschung. Langfaserige Spezialmaterialien, perfekte Verarbeitung, umweltfreundliche Oberflächenkaschierung, Doppelrandfaltung, extra starke Pappversteifungen, die das Ausreißen der Kordeln wirksam verhindern, hohes Papiergewicht und Tragkraft bis zu 22 Kilogramm machen die CouponTasche zu einem hochwertigen Verkaufsförderungsprodukt, das sich besonders für den großen Auftritt auf Messen, Promotion-Veranstaltungen und Events eignet. Sie macht solo und als Gemeinschaftsprojekt mehrerer Aussteller eine gute Figur. Diese zusätzliche Werbemöglichkeit verstärkt die Präsentationswirkung bei reduzierten Kosten. Damit wird es möglich, pro Werbefläche einen Kostenanteil von lediglich zehn Cent zu erreichen – bezogen auf eine Gesamtmenge von 3000 Stück.

45202 • Bags By Riedle • Tel +49 7139 9315200

info@riedle.de • www.riedle.de

FANKOLLEKTION FÜR WELTREISENDE

Zur Bagtag Design-Kollektion von Socatec zählen elf Objekte für die Flugreise, darunter je eine Porzellan- und Espressotasse, Reisepasshülle, iPhone- und iPad-Schutzhülle sowie je ein Notizbuch, Gepäckanhänger, Strandhandtuch, Magnet-Set, Schlüsselanhänger und Gepäckgurt. Die Serie ist erhältlich an Bord von Fluggesellschaften, in Flughafenshops und rund um die Uhr auf bagtagdesign.com. Jedes der Produkte repräsentiert auf moderne Weise ein mythisches Reiseziel, indem es den Namen des Flughafens, dessen Code, die geographischen Koordinaten, die Höhe des Flugplatzes, den Ländercode, die Zeitzone und eine Flugnummer aufweist. Viele Bagtag Design-Produkte haben die Flugnummer 002, da dies der Flug war, auf dem die Schöpfer der Marke die Idee des Konzepts hatten. Firmen, die auf originelle Weise mit ihren Kunden und Partnern kommunizieren wollen, können sich eine exklusive Kollektion erstellen lassen, mit frei wählbarem Reiseziel, Firmenlogo und -farbe. Anfragen gehen an info@bagtagdesign.com.

47369 • Socatec SARL • Tel +33 1 43801700

alexis@socatec.aero • www.socatec.aero



MIT TRAVELBOY AUF ACHSE

Die Edelstahl-Thermoskanne Travelboy von Rominox by Römer Wein und Sekt aus Traben-Trarbach überzeugt durch sachlich-moderne Formensprache und kommt in neutralem Schwarz beim Kunden an. Die isolierende Doppelwand garantiert den Temperaturerhalt bei Heiß- und Kaltgetränken. Eine praktische Schlaufe dient zur sicheren Befestigung am Rucksack und eignet sich daher besonders für ausgedehnte Wandertouren oder als Schultagbegleiter ohne Verlustrisiko. Das Füllvolumen des aus seidenmatt lackierten Travelboy beträgt 400 Milliliter.

43892 • Rominox by Römer Wein und Sekt GmbH • Tel +49 6541 8129-0

info@rominox.de • www.rominox.de

ANHÄNGLICHER REISEBEGLEITER

Seinen BellBoy, bei PSL Deutschland geführt unter der Artikelbezeichnung TRA5011, bezeichnet der Lieferant als das Neueste auf dem Gebiet der Kofferanhänger: Schließlich besteht das gute Stück aus Silikon, das sich problemlos beschriften und anschließend um den Koffergriff schlagen lässt. Der Clou: Das Silikon erlaubt das einfache Entfernen und Neubeschriften des BellBoy.

45582 • PSL-Europe B.V. • Tel +31 79 3302100
info@psl-europe.com • www.pslworld.com



IMMER HÜBSCH GEPFLEGT

Beauty Bag, ein Wellness-Set von Kundenpflege Wellness & Care, ist ein hochwertiger Kulturbeutel in der Trendfarbe Karamell, ausgestattet mit je einem 250 Milliliter Duschgel und Schaumbad, 100 Milliliter Körperspray, 130 Milliliter Körper-Peeling sowie 130 Milliliter Körperlotion, 200 Gramm Badesalz und einer Schwamm-Blume. Damit ist der Empfänger bestens gerüstet für die Reise. Der verführerische, zart-süße Duft nach Karamell versetzt den Genießer in eine heimelige Atmosphäre, unabhängig davon, wo sich der Reisende gerade befindet. Dieses und weitere kreative Wellness-Sets sowie Streuartikel finden sich auch im Internet unter www.kunden-pflege.de.

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



KOMFORTABLE AUFBEWAHRUNG



Das hochwertige dreiteilige Reisetaschen-Set Comfort von Lehoff besteht aus Trolley, Shopper und Kosmetiktasche. Der komfortabel zu handhabende Trolley lässt sich zum praktischen Verstauen zusammenfalten und verfügt über einen ausziehbaren und stufenlos verstellbaren Ziehgriff. Der Tragegriff sowie der Rundumreißverschluss runden die Funktionen des Trolleys ab, der innen ein großes Hauptfach mit Gepäckspanngurt und ein weiteres Reißverschluss-Fach bereithält. Der vielseitig einsetzbare Shopper hat zwei Innentaschen sowie eine Reißverschluss-tasche und kann mit einem praktischen Magnetverschluss geschlossen werden. Die Kosmetiktasche mit Tragegurt hat drei Innentaschen mit ausreichend Platz für allerlei Kosmetik.

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



MOBILER ENERGIESPENDER

Damit unterwegs nicht die Puste ausgeht, wirft micx-media in concept einen stylischen, mobilen Energiespender in die Waagschale. Ob Kamera, Smartphone, MP3-Player oder iPad – mit seinen verschiedenen Adaptern erweckt der PowerCharger jeden schwächelnden Akku zu neuem Leben. Die micx PowerCharger mit vier verschiedenen Adaptern sind mit nahezu jedem Gerät kompatibel und laden dieses ganz einfach unterwegs wieder auf. Besonders zur Mitnahme auf Reisen geeignet ist er durch seine kompakten Maße und sein leichtes Gewicht. Für den werbewirksamen Auftritt integrieren die Bielefelder neben origineller Außenverpackung auch individuelles Branding und Logo-Beratung.

45899 • micx-media in concept GmbH & Co. KG • Tel +49 5205 99-1017
monika.konik@micx-media.de • www.micx-media.de

SCHICK UND TRENDY

Die neuen schicken mondo pazzo-Designertaschen aus leichtem, metallisch glänzendem Material von Pruner Werbemittel garantieren einen frischen Auftritt von Werbebotschaften. Mit einem Look in aktuellen Trendfarben ziehen sie alle Blicke auf sich und erheben jeden Werbeslogan zum Hingucker. In verschiedenen Formaten und Ausführungen eignen sie sich als schicke Verpackung für Dinge wie Kosmetika, Brillen, Bücher und vieles mehr. Im Business-Bereich hat sich die mondo pazzo-Serie als stoßsichere Hülle für Tablets oder zur Übergabe von Informationsmaterial und Seminarunterlagen bewährt.

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



REISEN MIT KÖPFCHEN

Der Franzis Verlag publiziert nicht nur Fachbücher und Lernpakete, sondern punktet auch mit individuell produzierten Rätselblöcken, Sudoku-Booklets und IQ-Trainern. Das Deckblatt und die Rückseite können frei gestaltet werden, ideal, um einen passenden Slogan, ein ansprechendes Bild und natürlich das Firmenlogo unterzubringen. Reisen gehört längst zum Business-Leben dazu. Daher sind Give-aways, die für kurzweiliges Vergnügen sorgen, sehr gefragt: Auch im digitalen Zeitalter sind gedruckte Rätselhefte laut der Bayern dabei gefragt wie nie. Die handlichen und kostengünstigen Rätsel-Kundenpräsentate sind deshalb ein passendes Geschenk, das eine langfristige Beziehung zwischen Unternehmen und Kunde garantiert.

46594 • Franzis Verlag GmbH • Tel +49 89 25556-1834
mkoschewa@franzis.de • www.franzis.de





ALLES FÜR DEN STRANDTAG

Die extra große Strandtasche XXL dürfte für viele zum neuen Lieblingsbegleiter für den Strandtag aufsteigen. Schließlich finden Bade- und Handtuch, Lieblingsbuch und der Proviant in der geräumigen, in mehreren Designs erhältlichen Strandtasche Platz. Kleinteile lassen sich in einer integrierten Tasche verstauen. Die aus Nylon bestehende Tasche mit den Maßen 40 x 56,5 x 20 Zentimeter wird mit zwei Druckknöpfen und einem Klettverschluss verschlossen und verfügt über eine zusätzliche Bodenverstärkung. Die Tragelassen sind an optisch ansprechenden Ösen befestigt. Weitere Infos unter www.werbemittelimport.de.

47925 • mt products GmbH • Tel +49 4532 2785650

info@werbemittelimport.de • www.werbemittelimport.de

ÜBERALL ZUHAUSE

Ob am Arbeitsplatz oder unterwegs: der Smoothie2Go von Mahlwerck ist überall zuhause. Smoothie2Go nimmt den aktuellen Trend zu pürierten Fruchtgetränken auf. Die kommen in dem Becher aus Glas besonders gut zur Geltung. Durch den besonderen, dicht sitzenden Deckel mit optionalem Verschlusslid kann unterwegs nichts verschüttet werden. Natürlich ist der Becher auch für andere Getränke bestens geeignet und unterstreicht zudem ökologisches Handeln – denn durch den Gebrauch werden Wegwerfprodukte reduziert. In jedem Fall transportiert er ein nachhaltiges, urbanes und frisches Markenimage mit einem „healthy Touch“. Standardmäßig wird Smoothie2Go mit Banderole und Deckel in Hellblau, Gelb, Hellgrün und Magenta geliefert. Als Veredelung wird eine Logogravur empfohlen.

44833 • Mahlwerck Porzellan GmbH • Tel +49 8031 274725

ingo.moeller@mahlwerck.de • www.mahlwerck.de



ECHTES RAUMWUNDER

Die Stretchtasche „Delgado“ von Easy Gifts ist ein echtes Raumwunder. Kunden werden verblüfft sein, denn sie wirkt auf den ersten Blick klein. Doch durch das Stretchmaterial lässt sie sich auf ein Vielfaches ihrer Größe ausdehnen und bietet erstaunlich viel Platz. Außerdem verfügt sie noch über einen verstellbaren Gurt, ebenfalls aus Stretchmaterial. Die Werbung bringt Easy Gifts mittig auf der Tasche an, die einzeln verpackt im Polybeutel zu haben ist.

47300 • Easy Gifts GmbH • Tel +49 911 81781111

info@easygifts.de • www.easygifts.de





KISSEN MIT GEDÄCHTNIS

Damit die Reise noch angenehmer wird, präsentiert team-d ein Kissen mit Gedächtnis. Das Komfortmaterial aus Formgedächtnispolymer passt sich der Nacken- und Kopfform perfekt an. Der abnehmbare Bezug aus supersoft Velboa Plüsch ist waschbar und erhältlich in Weiß, Blau und Schwarz. Als Werbeanbringung ist ein Doming am Reißverschluss empfehlenswert. Für besonders exklusive Aktionen rät team-d zur Individualisierung mittels Stickerei.

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

UNVERWÜSTLICHE WERBETASCHEN

Wie unscheinbare Säcke aus recycelten Kunststoffen zu werbewirksamen Taschen werden, zeigte das Unternehmen Maximilian bereits vor zwei Jahrzehnten. Maximilian hat nicht nur die Idee hierzu entwickelt, sondern auch zur technischen Umsetzung gemeinsam mit seinen Fernostpartnern maßgeblich beigetragen, heißt es vom Firmensitz in Neustadt/Weinstraße. Die Oberfläche einer Maximilian-Tasche ist im Vergleich zu den meisten inzwischen in Fernost erhältlichen Modellen absolut glatt, wodurch die gedruckten Taschenmotive wesentlich besser zur Geltung kommen. Diese Qualität wird durch ein wesentlich schonenderes Laminierverfahren, welches das Unternehmen in seiner langjährigen Produktionszeit optimiert hat, erzielt. Die Mindestauflage beträgt je nach Format ab 1000 Stück.

46505 • Maximilian • Tel +49 6321 924020
Anfrage@Maximilian-Taschen.de • www.Maximilian-Taschen.de



ZEITLOS UND ELEGANT

Dieses zeitlose Manikürset von Bierhoff aus Solingen ist eine nützliche Begleiterin für daheim und unterwegs. Das elegante Etui ist aus schwarzem Rind-Nappaleder und bestückt mit hochwertigen Solinger Instrumenten: einer Kombi-Haut-Nagelschere, Pinzette und Nagelfeile. Dieses praktische Qualitätsprodukt passt in jede Tasche und ist stets zur Hand. Eine individuelle Werbebotschaft kann als Blind- oder Farbprägung angebracht werden. Mit diesem geschmackvollen Giveaway werden sich Kunden auch unterwegs an den Überbringer erinnern.

43717 • Justus Bierhoff Stahlwaren • Tel +49 212 334692
bierhoff.luxem@arcor.de





Mit der Seminar-Allianz zum nachhaltigen Messeerfolg

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

Seminarangebot 2014:

- **Professionelle Messeplanung**
Steigern Sie Ihren Messe-Erfolg durch professionelle Planung und Durchführung!
- **Online Besuchermarketing**
Mit Facebook, Twitter, LinkedIn, Blogs, Apps & Co. – Zielgruppen erschließen und Mehrwert schaffen
- **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!
- **Das perfekte Messegespräch**
Gehen Sie bei der Besucher-Ansprache methodisch und konsequent vor!

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



HOCHWERTIG PRÄSENTIEREN

Die hochwertigen Kunstledertaschen des Unternehmens Hardenbruch eignen sich nicht nur für Werkzeuge, sondern können ganz individuell angepasst werden. Ganz egal welche Art von Produkte einer hochwertigen Tasche bedürfen, die Spezialisten von Hardenbruch können die Größe der Tasche und die eventuell benötigten Aufnahmeschlaufen individuell anpassen. Außerdem kann die Tasche mit einer hochwertigen Werbepprägung versehen werden, um so den Produktauftritt zusätzlich zu unterstreichen.

41847 • Hardenbruch Alexander Hein e.K. • Tel +49 5551 40693-60
info@hardenbruch.de • www.hardenbruch.de

ÜBERALL UNTER STROM

Wer in diesem Jahr nicht auf seinen Urlaub im Ausland verzichten möchte, sollte für einen angenehmen Aufenthalt einen Brennenstuhl-Reiseadapter mit einpacken. Wer auch im Ausland im Internet surfen oder neue Bekanntschaften zu seiner Freundesliste bei Facebook hinzufügen will, benötigt den entsprechenden Stromanschluss. Das Reisesteckerset von Brennenstuhl ist für mehr als 150 Länder ausgelegt. Es ist ein sicherer, universeller und einfach zu bedienender Netzadapter zum Anschluss elektrischer Geräte mit deutschem Stecksystem – für nahezu alle Steckdosen der Welt. Einen praktischen Aufbewahrungsbeutel liefert das Unternehmen gleich mit.

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



LEUCHTENDER BEGLEITER

Nova heißt die klassische Minitaschenlampe von R. Cermak – natürlich „Made in Germany“. Als idealer Reisebegleiter wird sie per schneller Moment-schaltung bedient, ist aber auch mit patentierter Dauerschaltung zu haben. Das hochwertige Kunststoffgehäuse hat eine Länge von 124 Millimetern und einen Durchmesser von 13 Millimetern. Erhältlich ist Nova in vielen verschiedenen Farben sowie mit Glühbirne oder mit weißer LED.

44668 • R. Cermak – Penlights (Made in Germany)

Tel +49 7231 106105

info@richard-cermak.de • www.richard-cermak.de





MODERN UND AKTUELL

Modern und aktuell geben sich die neuen Manicure-Sets Classico roma 3 und 5 von Richartz. Der moderne Carbon-Leder-Look steht als Inbegriff für Hightech und Modernität. In diesem attraktiven Stil hat Richartz diese Sets entwickelt, die durch das exklusive Leder mit fein geprägter Carbonstruktur und glattem, matt gestrahltem Edelstahl-Magnetverschluss überzeugen. Die hochwertigen Instrumente aus rostfreiem Edelstahl leisten gute und zuverlässige Dienste – durch ihre Handlichkeit vor allem auch unterwegs. Qualität und Design, die begeistern.

40884 • Richartz GmbH • Tel +49 212 23231-61

sandraschoenenberg@richartz.com • www.richartz.com

POWER TO GO

Bei der PowerBank „PowerClip“ handelt es sich um einen extraflachen und taschenfreundlichen Hochleistungs-Akku im Format 94x65x6 Millimeter. Ausgestattet ist der PowerClip mit einer 3000 mAh Li-Polymer Batterie, die innerhalb von 3 bis 5 Stunden aufgeladen ist und bis zu 3 Ladungen Strom für unterwegs bietet. Das hochwertige Aluminium-Gehäuse ist in den Farben Schwarz, Weiß, Blau, Rot und Gelb erhältlich. Die Ladezustandsanzeigen informieren über den aktuellen Lade-Status. Für Smartphones, Bluetooth Speaker, iPods und Kameras bietet der PowerClip Mobilität im Alltag und ist durch den praktischen Clip überall leicht zu befestigen. Per Siebdruck oder Gravur ist eine individuelle Bedruckung möglich. Die bedruckbare Fläche beträgt 50x85 Millimeter. Zum Lieferumfang gehören auch ein USB-Ladekabel, eine Crystalbox und eine Bedienungsanleitung.

48471 • MrDisc - disc on demand GmbH • Tel 49 40 67587722

klaus.schwenk@mrdisc.de • www.mrdisc.de



TASCHEN MIT EINDRUCK

Taschen braucht jeder: Frauen lieben die Handtasche als modisches Accessoire und praktischen Begleiter für jeden Tag, Männer nutzen gerne Rucksäcke, Messenger-Bags und Laptop-Taschen. Allrounder wie die Retro Bag on Yink eignen sich hervorragend als modischer und praktischer Begleiter zu Sport und Shopping. Bedruckt mit dem Firmenlogo oder der gewünschten Werbung sind Taschen ein schönes und praktisches Give-away für Konferenzen, Firmenfeiern oder Vertriebsveranstaltungen. Und dank der unzähligen Einsatzmöglichkeiten ist sicher, dass sie immer wieder benutzt werden.

48779 • Yink • Sprd.net AG • Tel +49 341 3929 440

info@yink.com • www.yink.com



SCHICK UND VARIABEL

Die „Maine“ von reeko design ist eine geräumige Sporttasche für jedermann. Sie verfügt über ein RV-Vorfach und ein Accessoirefach für MP3-Player oder Mobil-Headset. Außerdem ist die Sporttasche mit einer seitlichen Netztasche und verstellbarem, gepolstertem sowie abnehmbarem Schultergurt ausgerüstet. Es ist eine schlichte, aber dennoch schicke Tasche, die man variabel gebrauchen kann.

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

GLÄNZENDE AUSSICHTEN

Laminierte Woventaschen mit der Möglichkeit der Bedruckung ab 100 Stück bietet die Firma Dürninger an. Die exklusiven Taschen sind in 5 Farben (Weiß, Rot, Schwarz, Gold, Silber) in der Größe 34 x 38 plus 10 Zentimeter Boden- und Seitenfalte ab Lager erhältlich. Die Bedruckung erfolgt im Siebdruck mit bis zu 6-farbigen Motiven oder im 4-Farb-Rasterdruck. Die Lieferzeit beträgt 2 bis 3 Wochen und stellt somit eine Alternative zum Direktimport dar. Durch die Möglichkeit der Bedruckung wird die bisherige Angebotspalette von Baumwoll- und PP-Non-Woventaschen um eine Variante erweitert. Dürninger Textildruck mit einer Kapazität von täglich 25 000 Drucken versendet auf Anforderung Muster und Angebote.

43387 • Abraham Dürninger & Co. GmbH • Tel +49 35873 41114
info@duerninger.com • www.duerninger.com



SONDERANFERTIGUNGEN AUS LEDER

The Leather Business bietet nicht nur ein umfassendes Sortiment an Lagerware mit einer Vorlaufzeit von 5 bis 7 Tagen, sondern auch ein breites Sortiment an Sonderanfertigungen an. Das Unternehmen hat erst kürzlich qualitativ hochwertige, sondergefertigte Taschen an einen führenden Händler in Großbritannien geliefert. Die Taschen aus hochwertigem Leder haben individuelle Merkmale, einschließlich Stickereien, Blinddruck, einzelgefertigtes Innenfutter aus Veloursleder. Die Artikel werden nach Designer-Standard hergestellt mit all der Flexibilität, die The Leather Business bieten kann. Geschäftsführer John Thorp: „Lederartikel werden ganz nach den Wünschen der Kunden gestaltet. Wir sind in der Lage, nahezu jedes Produkt in Leder herzustellen, Sonderanfertigungen können in kleinen Mengen hergestellt werden, beispielsweise liegt die Mindestmenge für Taschen der genannten Art im Bereich von 100 Stück je Design.“

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



PSI 2015

7.-9. JANUAR
DÜSSELDORF

SEE YOU IN 2015

**Jetzt
Messestand
buchen!**

+49 211 90191-600
sales@psi-messe.com

WEITERE INFORMATIONEN:
www.psi-messe.com



Die gesetzlichen Regelungen für den Betriebsübergang sind kompliziert. Die Ausgestaltung gehört daher in die Hände erfahrener Juristen.

BETRIEBSÜBERGANG BEIM UNTERNEHMENSKAUF

PROFESSIONELL AGIEREN

Unternehmenskäufe, Firmenübernahmen und Outsourcing sind Themen, die die Branche zunehmend beschäftigen. Sobald ein Unternehmen in andere Hände übergeht, gilt es, mit den schwierigen gesetzlichen Regelungen angemessen umzugehen. Unser Leitfaden soll Ihnen helfen, professionell zu agieren und Fehler zu vermeiden.

Sei es wegen Unternehmensnachfolge oder wirtschaftlicher Schieflage eines Unternehmens – es gibt viele Gründe dafür, dass sich die Besitzverhältnisse von Unternehmen ändern. Die rechtliche Situation vor allem im Bereich Personalpla-

nung verdient hierbei besondere Beachtung. Maßgeblich ist die Vorschrift des § 613a des Bürgerlichen Gesetzbuches (BGB). Die Regelung sieht im Grundsatz vor, dass derjenige, der ein Unternehmen oder einen Betriebsteil im Rahmen eines

Vertrages erwirbt, in die Rechte und Pflichten aus den bestehenden Arbeitsverhältnissen eintritt. Zum rechtsgeschäftlichen Erwerb zählt nicht nur der Unternehmenskauf, sondern auch die Übernahme durch Schenkung oder Rückgabe eines Betriebes etwa aufgrund eines Pachtvertrages. Ebenso führt der Erwerb eines Unternehmens aus einer Insolvenz meistens zum Übergang der Arbeitsverhältnisse.

OBLIGATORISCHE UNTERRICHTUNG DER ARBEITNEHMER

Gemäß § 613a Abs. 5 BGB hat der bisherige Arbeitgeber oder der neue Firmeninhaber die betroffenen Arbeitnehmer in Textform über folgende Punkte zu unterrichten:

1. den (geplanten) Zeitpunkt des Übergangs
2. den Grund für den Übergang
3. die rechtlichen, wirtschaftlichen und sozialen Folgen des Überganges für die Arbeitnehmer
4. geplante Maßnahmen im Bereich der Personalpolitik

Die Unterrichtung der Arbeitnehmer kann sowohl durch den bisherigen Arbeitgeber wie auch durch den neuen Inhaber erfolgen. Zweckmäßig ist sicherlich, wenn der bisherige Arbeitgeber, der „seine Pappeneimer“ in der Regel kennt, die Arbeitnehmer in der gesetzlich vorgeschriebenen Textform informiert. Hierbei ist sicherzustellen, dass der Zugang des Schreibens später nachgewiesen werden kann, denn das einmonatige Widerspruchsrecht des Arbeitnehmers wird erst in Lauf gesetzt, wenn die schriftliche Information über den Betriebsübergang (beweisbar) zugegangen ist. Der Unternehmer sollte sich also die Übergabe des Informationsschreibens vom Arbeitnehmer quittieren lassen.

KÜNDIGUNG VON ARBEITS- VERHÄLTNISSEN

Der Mitarbeiter kann nach Erhalt der Information dem Übergang seines Arbeitsverhältnisses auf den neuen Inhaber widersprechen (§ 613a Abs. 6 BGB). Dies hat zur Folge, dass der Arbeitsvertrag mit dem bisherigen Inhaber fortbesteht. Dieser hat jedoch die Möglichkeit, betriebsbedingt zu kündigen, da oftmals durch den Unternehmensverkauf auch Arbeitsplätze entfallen. Von daher wird sich jeder Arbeitnehmer sehr gut überlegen, ob er von seinem Widerspruchsrecht Gebrauch macht. Eine Kündigung des Arbeitsverhältnisses allein wegen des Überganges des Betriebs oder eines Betriebsteils auf einen neuen Inhaber ist unwirksam (§ 613a Abs. 4 Satz 1 BGB). Allerdings besteht weiterhin das Recht zur Kündigung aus anderen Gründen, insbesondere aus betriebsbedingten Gründen (§ 613a Abs. 4 Satz 2 BGB). Soweit der wesentliche Inhalt der nicht unkomplizierten gesetzlichen Regelung.

BETRIEBSÜBERGANG: GRENZFÄLLE

Wann liegt ein Betriebsübergang vor, der die Wirkungen des § 613a BGB auslöst? Meist ist die Frage, ob ein Betrieb oder Betriebsteil auf einen anderen Rechtsträger übergeht, leicht zu beantworten. Es gibt aber schwierige Grenzfälle. Ein Beispiel: Ein deutscher Importeur von Werbeartikeln, der an einen großen Kunden durch einen Rahmenvertrag gebunden ist, ver-

einbart mit einem Wettbewerber, der den besseren Zugriff auf den chinesischen Lieferanten hat, dass letzterer fortan den Großkunden bedient. Wurde dieser Rahmenvertrag bislang von Mitarbeitern aus einer speziellen Abteilung innerhalb des Gesamtbetriebes abgewickelt, kann die Übernahme des Auftrages durch ein anderes Unternehmen den Tatbestand des Betriebsüberganges erfüllen. Das haben der Europäische Gerichtshof und ihm folgend das Bundesarbeitsgericht wiederholt entschieden. Voraussetzung ist allerdings, dass der Auftrag „durch Rechtsgeschäft“, also durch einen Vertrag auf ein anderes Unternehmen übergeht. Gewinnt der Wettbewerber den Kunden, indem er den früheren Lieferanten unterbietet oder einen wichtigen

Vertriebsmitarbeiter abwirbt, ist das kein vertraglicher Übergang eines Betriebsteils, löst also die Wirkungen des § 613a BGB nicht aus.

ABGRENZUNGSPROBLEME IM EINZELFALL

Beschließt ein Unternehmer, aus Rationalisierungsgründen bestimmte Abteilungen nicht mehr „unter dem eigenen Dach“ weiterzuführen oder eigene Aufträge durch ein anderes Unternehmen abwickeln zu lassen, kann das ebenfalls die Rechtsfolgen des § 613a BGB auslösen. Dabei reicht aber eine reine Funktionsübernahme nicht aus. Vielmehr ist wiederum entscheidend, ob ein selbständiger Betriebsteil auf das andere Unternehmen übergeht. Deshalb ist die Auslagerung von Buchhaltungstä-



Informationspflicht: Der bisherige Arbeitgeber oder der neue Firmeninhaber muss die betroffenen Arbeitnehmer schriftlich über den Betriebsübergang unterrichten.



Wer ein Unternehmen oder einen Betriebsteil im Rahmen eines Vertrages erwirbt, tritt in die Rechte und Pflichten aus den bestehenden Arbeitsverhältnissen ein.



Eine Kündigung des Arbeitsverhältnisses allein wegen des Überganges des Betriebs oder eines Betriebsteils auf einen neuen Inhaber ist unwirksam.

tigkeiten an ein Steuerberatungsbüro kein Betriebsübergang. Vergibt der Unternehmer jedoch Bereiche wie Wareneingang, Lagerhaltung, Veredelung, Verpackung und Logistik an ein Fremdunternehmen, liegt oftmals ein Betriebsübergang vor. Hat der Unternehmer Bereiche seines Betriebes etwa aus Rentabilitätsgründen für einige Monate stillgelegt, um später das Unternehmen als Ganzes oder in Teilbereichen an einen neuen Inhaber zu verkaufen, hindert das die Annahme eines Betriebsüberganges nicht. Wegen der erheblichen Abgrenzungsprobleme im Einzelfall empfiehlt es sich, frühzeitig qualifizierte Beratung in Anspruch zu nehmen. Durch kluge Gestaltungen in einem früheren Stadium lässt sich hier eine Menge Ärger vermeiden.

KÜNDIGUNGSRECHT DES ARBEITGEBERS

Wie bereits erwähnt, kann nicht mit der Begründung gekündigt werden, dass ein Betriebsübergang stattgefunden hat bzw. bevorsteht. Ansonsten gelten die gesetzlichen Vorschriften mitsamt den Regelungen des Kündigungsschutzgesetzes. Widerspricht der Arbeitnehmer dem Betriebsübergang, besteht das Arbeitsverhältnis mit dem bisherigen Inhaber fort. Dieser hat dann die Möglichkeit, betriebsbedingt mit der Begründung zu kündigen, dass der Arbeitsplatz durch den Übergang auf den neuen Inhaber entfallen ist. Der Arbeitnehmer kann allerdings entgegenhalten, dass er innerhalb des Unternehmens auch für andere Tätigkeiten und in anderen Abteilungen eingesetzt werden kann. Von daher ist dringend anzuraten, dass der bisherige Arbeitgeber frühzeitig in der Belegschaft abklärt, ob mit Widersprüchen gegen den Betriebsübergang zu rechnen ist. In diesem Fall ist prognostisch zu prüfen, ob der widersprechende Arbeitnehmer möglicherweise Anspruch auf Versetzung in eine andere Abteilung hat, notfalls zu Lasten eines dort etablierten anderen Arbeitnehmers mit schlechteren Sozialdaten.

EIN FALL AUS DER PRAXIS

Der dem Betriebsübergang widersprechende Arbeitnehmer ist zwei Jahrzehnte

im Unternehmen beschäftigt und hat jahrelang den Einkauf für Schreibgeräte besorgt, die als Werbeartikel vertrieben werden. Dieser Betriebsteil ist jetzt auf ein anderes Unternehmen übergegangen. Der Arbeitnehmer macht jedoch geltend, er könne problemlos auch den in einer anderen Abteilung angesiedelten Einkauf von Textilartikeln erledigen. Der dort tätige Arbeitnehmer ist im Unternehmen erst seit fünf Jahren beschäftigt und hat in dieser Zeit hervorragende Verbindungen zu chinesischen Lieferanten entwickelt. Gleichwohl muss der Unternehmer in Betracht ziehen, den gar nicht vom Übergang betroffenen Arbeitnehmer wegen der schlechteren Sozialdaten zu kündigen, wenn er befürchten muss, dass der widersprechende Arbeitnehmer sich erfolgreich auf den anderen Arbeitsplatz einklagt.

Dieses Beispiel zeigt, dass die frühzeitige Entwicklung stimmiger und umfassender Personalkonzeptionen von größter Wichtigkeit ist. Das gilt entsprechend auch für den neuen Inhaber, der langjährig beschäftigte Arbeitnehmer nach § 613a

BGB übernimmt und deshalb in die Situation geraten kann, eigenen Arbeitnehmern kündigen zu müssen, wenn Rationalisierungseffekte erzielt werden sollen.

BESONDERHEITEN UND FAZIT

Besonderheiten sind noch zu beachten, wenn Regelungen in Tarifverträgen oder Betriebsvereinbarungen aufgrund des Überganges etwa die Lohngruppe des Arbeitnehmers beeinflussen. Solche tarifvertraglichen Regelungen bleiben für den Inhalt des Arbeitsverhältnisses ein Jahr lang ab Betriebsübergang außer Betracht, wenn sie sich anderenfalls zu Lasten des Arbeitnehmers auswirken würden (§ 613a Abs. 1 Satz 2 bis 4 BGB). Zusammenfassend kann man sagen: Die gesetzlichen Regelungen über den Betriebsübergang sind kompliziert und bisweilen tückisch, gelten aber grundlegend über EG-Richtlinien mit ähnlichem Inhalt in allen Mitgliedsstaaten. Bei entsprechender Gestaltung und Erarbeitung gut durchdachter Personalkonzepte können langwierige arbeitsrechtliche Auseinandersetzungen vermieden werden. <

Wolfgang H. Köhler



Gut durchdachte Personalkonzepte erleichtern den Betriebsübergang.

AUTOR

Rechtsanwalt Wolfgang H. Köhler ist seit über 30 Jahren freiberuflich als Rechtsanwalt in Düsseldorf tätig. Die Kanzlei Rechtsanwälte Diehl, Köhler & Partner ist ebenso lange auf Transport- und Versicherungsrecht spezialisiert. Der Autor selbst berät darüber hinaus kleine und mittelständische Unternehmen aus der Werbeartikelbranche.



Werbeartikelneuland gab's für die Hausmessengäste wahrlich genug zu entdecken.

KÄNGURUWERBETAG 2014

VIEL NEULAND ZU ENTDECKEN

Traditionell am Ende des Januars lud das Team von Röhrs Werbe-Service zum bereits 15. KänguruWerbeTag in Düsseldorf. Gemäß dem Motto „Entdecken Sie Neuland“ gab es für die Gäste des Werbemittelspezialisten aus Ratingen zahlreiche neue Produktideen zu erkunden.

Insgesamt 33 Aussteller waren im Forum des Finanzkaufhauses der Stadtsparkasse Düsseldorf versammelt, die an diesem Tag exakt 169 Besucher aus 121 Unternehmen ihre aktuellen werbestarken Kollektionen präsentierten. Jeder Gast erhielt zu Beginn ein Projekt-Handbuch und begann somit seinen Rundgang wohl prä-

pariert. Beratend unterstützt und begleitet wurden die Kunden von Röhrs-Geschäftsführer Horst Holzschneider und seinem kompetenten Team eines Unternehmens, das in diesem Jahr auf 40 Jahre Erfahrung als eingetragene GmbH im Dienste der dreidimensionalen Werbung zurückblicken kann.

NÜTZLICHES KOW-HOW

In der freundlichen, von hellem Tageslicht durchfluteten Location gab es indes nicht nur pfiffige Artikel zu entdecken sondern auch einiges an Know-how zu erleben. So erfuhren die Besucher an einigen Ständen, wie die Werbung aufs Produkt kommt, zum Beispiel wie ein Motiv auf eine Tasse gelangt, wie Schokolade geschöpft wird, oder wie Transferdruck auf Textilien funktioniert. Beim Siebdruck auf Schirme durften die Gäste sogar selber mit Hand anlegen. Alle die Aktionen halfen dabei, das Verständnis beim Kunden zu stärken, dass hinter wertigen und nachhaltig wirkenden Werbeartikeln auch ein entsprechender Aufwand steckt.

WIRKLICH ABHEBEN

Dies allein waren schon Anreize genug, um den Kunden „auf die Sprünge“ zu helfen. Die Gelegenheit, sogar wirklich abzuheben, hatten die Besucher bei einem Gewinnspiel, bei dem zwei Karten für eine Fahrt im Heißluftballon verlost wurden. Ein feines Catering rundete das Tagesprogramm ab.



Beim Siebdruck auf Schirme durften die Gäste selber mit Hand anlegen.



Sonderservice für Pflegebewusste: Der Maniküre-Service.

POSITIVE BILANZ

Die Aussteller lobten die tadellose Organisation und zeigten sich mit der Qualität der Gespräche sehr zufrieden. Auch Horst Holzschneider zog eine durchweg positive Bilanz: „Unsere Aufforderung ‚Reinfinden. Rausfinden. Gut Finden.‘ in der Einladung wurde seitens der Gäste sehr gerne angenommen. Bereits während des Tages erhielten wir viel aufmunterndes Feedback für unser Konzept und es gab auch schon sehr konkrete wie ebenso umfangreiche Anfragen“, erklärt er und resümiert: „Dieser schwungvolle Start stimmt mich verheißungsvoll im Hinblick auf das neue Geschäftsjahr.“ Und der nächste KänguruWerbeTag ist auch schon terminiert: Er findet am 27. Januar 2015 statt.

Kontakt: www.roehrs-kaenguru.de

<



Sag's durch die Blume: Känguru-Chef Horst Holzschneider im Gespräch.



Hier werden T-Shirts bedruckt.



SESSION BY IMPRESSION-TOUR 2014

ROADSHOW IMMER BELIEBTER

Wenn zwölf starke Partner an acht Stationen mit einem gemeinsamen Ziel antreten, dann heißt das „Session by Impression-Tour“. Die von Werbeartikellieferant Giving Europe initiierte Roadshow tourte zu Beginn des Jahres mit viel Erfolg durch acht Städte.

Das Konzept ist so einfach wie überzeugend – finden auch die Werbeartikellieferanten. Denn zu den acht Werbeartikelspezialisten, die bereits im vergangenen Jahr dabei waren, gesellten sich in diesem Jahr gleich vier neue Partner. Ihr gemeinsames Ziel: auf Tour zu ihren Händ-

lerkunden gehen. Vom 27. Januar bis 6. Februar 2014 präsentierten die Werbeartikellieferanten sich und ihre Produkte. Von Wien ging es zunächst über Nürnberg und Stuttgart nach Mainz und dann weiter nach Wuppertal/Sprockhövel, Hamburg, Hannover/Garbsen und schließlich Leipzig.

Wenige Tage nach dem Branchen-Highlight PSI 2014 lautete die Devise: in einer entspannten, angenehmen, familiären Atmosphäre Neuheiten präsentieren.

HERVORRAGENDE ERGÄNZUNG

Die Session by Impression-Tour versteht sich als Ergänzung zur PSI. „Die PSI ist ein Muss“ klang es dann auch nahezu unisono aus dem Munde der Session by Impression-Aussteller. Doch die Roadshow hat eben auch ganz attraktive Vorzüge. Und darin waren sich die Aussteller ebenfalls einig. Nähe zu den Kunden, Ruhe für tiefere Gespräche, weil auch die Kunden selbst mehr Zeit mitbringen, ausführliche Produktvorstellungen, durch die sich Geschäft gut generieren lässt. Roadshows wie die Session by Impression-Tour haben sich bewährt und sind längst zu einem wichtigen Bestandteil im Termin-Mix geworden. Dafür sprechen auch die Besucherzahlen. Gut 250 Händler mit fast 400 Personen sind ein deutliches Indiz. <



DREI FRAGEN AN BERND SCHÄDLICH, VERKAUFSLEITER B2B HÄUSSER EUROPE

Häusser gehört neben dem Initiator Giving Europe zu den ersten Teilnehmern der Session by Impression-Tour. Wie hat sich die Produktschau entwickelt?

Die Tour hat sich rasch von anfangs vier auf neun und in diesem Jahr auf zwölf Aussteller vergrößert. Natürlich steigt die Attraktivität der Tour mit jedem zusätzlichen Lieferanten, aber mehr als 15 Aussteller sollten es nicht werden. Denn die Messe soll ja übersichtlich bleiben und von den Händlern in einem Nachmittag gut zu bewältigen sein. 2014 sind Giving Europe, Häusser, Reisensthal, Mahlwerck, Maica, Niederegger, Ritter-Pen, Vossen, Nici, Spranz, Hat's Company und WIL dabei. Wir achten ganz besonders darauf, dass alle Produktgruppen vertreten sind, aber keine Überschneidungen vorkommen. Dass die Messe inzwischen an allen Stationen so gute Besucherfrequenzen verzeichnet, zeigt uns, dass wir mit dem Konzept richtig liegen.

Was bietet die Session by Impression-Tour dem Handel?

Die Lieferanten präsentieren ihre topaktuellen Kataloge und stellen ihr Sortiment 2014 vor. Die Lieferanten kommen zum Händler. Das Konzept mit aktuell acht Stationen stellt sicher,



dass keine allzu weiten Anfahrten nötig sind. Das spart Zeit, Kosten und Aufwand und erlaubt den Händlern, mit mehreren Mitarbeitern vor Ort zu sein. So können die Vertriebsmitarbeiter der Lieferanten und die Sachbearbeiter auf Händlerseite ihre Kontakte vertiefen, was sich schließlich in besserer Zusammenarbeit niederschlägt.

Was spricht für den frühen Termin so kurz nach der PSI?

Auch wer auf der PSI war, hat nun ausreichend Gelegenheit, seine Kontakte zu intensivieren und sich näher mit den Produkten zu beschäftigen. Auf der PSI ist hierzu oftmals die Zeit nicht ausreichend. Und wer die PSI nicht besucht hat, kann sich zeitnah über die wichtigsten Neuheiten informieren, die unsere Aussteller sozusagen frisch von der PSI mitbringen. Die PSI ist für Häusser äußerst wichtig – vor allem wegen der internationalen Kontakte. Dies höre ich auch von den anderen Ausstellern.



Ein Event, auf den sich Kunden wie Lieferanten jedes Jahr freuen: Die Frühjahrsmesse im Rhein-Main-Werbemittelzentrum.



Wie funktioniert das? Konzentrierte Aufmerksamkeit am gemeinsamen Stand von zogi und In Crystal.

FRÜHJAHRSMESSE IM RHEIN-MAIN-WERBEMITTELZENTRUM

DIE MAGIE DER WERBEARTIKEL

K+M Werbemittel hatte am 20. Februar zur Frühjahrsmesse geladen. Unter dem Motto „Die Magie der Werbeartikel“ präsentierten 65 Lieferanten ihre Neuheiten, Marken und Trends. Rund 350 Besucher ließen sich ausführlich beraten und erlebten einen informativen und rundum angenehmen Tag.

Schon die Begrüßung machte Freude: Kaum betrat man die Schwelle des Rhein-Main-Werbemittelzentrums, wurde man von mehreren Mitarbeitern persönlich in Empfang genommen und willkommen geheißen. Jeder Besucher ist dem K+M-Team bekannt und spürt, dass er in guten Händen ist – und das nicht nur am

Tag der Frühjahrsmesse. Dieses Gefühl schlug sich in allseits guter Stimmung nieder, die auch die Lieferanten erfasste. Ein entscheidender Erfolgsfaktor des Events ist sicherlich das K+M-Team selbst, das dieses Jahr durch ein extravagantes, sogar bis zu den Schuhen hin einheitliches Outfit zu erkennen war. Engagiert, profes-

sionell und herzlich gingen die Mitarbeiter auf die Kunden ein und sorgten dafür, dass der Tag im Werbemittelzentrum wieder zu einem Highlight des Werbeartikeljahrs wurde.

BEGEISTERUNG AUF ALLEN SEITEN

Perfekte Organisation und individuelle Betreuung, ein umfangreiches und innovatives Produktangebot und ausführliche Beratung begeistern alljährlich die Kunden. Kleine Extras wie etwa der Shuttleservice zum Flughafen zeugen von der Wertschätzung, die K+M seinen Kunden entgegenbringt. „Wir haben schon viele nette Rückmeldungen von Kunden bekommen, die sich bei uns bedankt haben“, sagt Geschäftsführer Stéphane Hennig wenige Tage nach der Messe. „Bei uns herrscht eine entspannte und familiäre Atmosphäre, in der sich jeder wohlfühlt. Viele kennen sich schon und treffen sich jährlich bei uns wieder. Auch dieses Jahr haben wir die Begeisterung auf Kunden- wie auf Lieferantenseite wieder extrem gespürt.“ Ein vom Start weg guter Besucherdurchlauf und inten-



Messe-Newcomer: Trendfactory (im Bild: Wil van Buyten) führt die bekannte Marke Rituals im Werbeartikelmarkt ein.



Da kommt keine Langeweile auf: 65 Aussteller präsentierten ihre Produkte nach dem bewährten Rotationssystem.



Entspannte Aussteller, interessierte Besucher: So macht Beratung Spass

sive Gespräche bis in den späten Nachmittag geben Hennig Recht. Auch die Lieferanten zeigten sich mit teilweise bis zu 100 Kontakten ausgesprochen zufrieden mit der Messe. Nicht verschweigen wollen wir das ausgezeichnete Catering, das den Wohlfühlfaktor wie gewohnt noch um Einiges erhöhte.

GEKONNT INSZENIERTE ABWECHSLUNG

Dass keine Messemüdigkeit aufkommt, dafür sorgt eine gut durchdachte Rotation der Aussteller. So ist jedes Jahr das alle Produktgruppen umfassende Produktportfolio ein wenig anders zusammengesetzt. Im Rahmen des diesjährigen Mottos spielten ein Zauberer sowie die passende Deko auf die „Magie des Werbeartikels“ an: „Gut gemachte Werbeartikel ‚verzaubern‘ den Empfänger, denn sie wecken Sympathie und Aufmerksamkeit und machen ein Produkt oder eine Leistung begreifbar“, so Hennig. <



Gute Laune auf allen Seiten.



Die Besucher erlebten eine Vielzahl an Werbeartikel-Neuheiten. Und auch die Aussteller, die immer wieder gerne zu Gast bei der kolibri-Hausmesse sind, kamen auf ihre Kosten und lobten die Organisation sowie die Location.

KOLIBRI WERBEARTIKEL-EVENT 2014

MEHR ALS NUR EINE PRODUKTSHOW

Bereits zum zehnten Mal hatte der Waiblinger Werbeartikelhändler kolibri zur Hausmesse geladen. Austragungsort war die Mercedes-Benz Arena in Stuttgart. Schließlich stand der ganze Tag im Zeichen des Fußballs. 32 Werbeartikellieferanten liefen mit insgesamt rund tausend Neuheiten auf.

Die Einladung zur „kleinen“ Jubiläumsveranstaltung am 18. Februar 2014 hatte kolibri sehr sportlich formuliert. „Treten Sie an im Freundschaftsspiel und gewinnen Sie mit uns die Werbeartikel-Weltmeisterschaft.“ Dieser Aufforderung waren dann auch die geladenen Gäste aus der Industrie gefolgt – und toppten damit laut den Veranstaltern das Ergebnis des Vorjahres. Ob Accessoires oder Werkzeug, Elektronik oder Schreibwaren, Haushalt oder Lebensmittel, Textilien, Taschen oder Schirme, Freizeit und Wellness – auf die Besucher des Werbeartikel-Events wartete

ein breites Spektrum an interessanten neuen Produkten und aktuellen Themen. Und damit nicht genug: Rund um die Produktshow boten sich den Besuchern attraktive Mehrwerte: Der Weltmeister im Tischfußball führte seine Ballkünste vor, eine exklusive Stadiontour führte in die Katakomben der Mercedes-Benz Arena und die Unternehmensberater Bley & Schwarzmann betrachteten die Produktwelt mit poetischem und visionärem Blick. So lautete dann auch das Resümee von Besuchern und Ausstellern einhellig: tolle Veranstaltung, tolle Organisation, tolle Location. <



„Es war ein sehr guter Tag und wir sind am Ende sehr stolz“, resümierten die kolibri-Geschäftsführer Karin Jagersberger und Heiko Ziegler zufrieden ihre zehnte Hausmesse.



„Bestehende Kunden in einer Top-Location topaktuell beraten“. Mit dieser Aussage steht Andreas Gerch vom Schweizer Schreibgeräte-Hersteller prodir (li.) stellvertretend für die insgesamt 32 Aussteller der kolibri-Hausmesse.



Auf Tuchfühlung mit den Kunden. Sich Zeit nehmen und intensiv beraten können – das stand auch beim kolibri Werbeartikel-Event 2014 im Mittelpunkt.

messegelände köln | exhibition centre cologne

JOIN GLOBAL FITNESS AT FIBO: 3 – 6 APRIL 2014



TAGESKARTEN **PRIVATBESUCHER: NUR IM ONLINE-VORVERKAUF**
PRIVATBESUCHERTAGE 5. & 6. APRIL 2014.

internationale leitmesse für fitness, wellness & gesundheit

Organised by
 Reed Exhibitions

WWW.FIBO.DE





Anfassen erwünscht: Gäste der „Jahreszeiten“-Hausmesse testeten die gezeigten Werbeobjekte ausgiebig.



Das top display Team und deren Lieferantenpartner posieren zum Gruppenbild.

TOP DISPLAY LUD ZU „JAHRESZEITEN 2014“

DER WERBEARTIKEL HAT IMMER SAISON

Im Februar luden die Werbemittelspezialisten des Hamburger Unternehmens top display diesmal unter dem Motto „Jahreszeiten“ zu ihrer aktuellen Produktschau. Gezeigt wurden wirkungsvolle Neuheiten, Give-aways und Sonderanfertigungen, abgestimmt auf die jeweilige Saison.

Ob Sommer oder Winter, Frühling oder Herbst – jede Jahreszeit hat ihren eigenen Reiz. Und zu jeder Jahreszeit gibt es reizvolle Werbeartikel. Überzeugend in Szene gesetzt wurde dies jetzt von der top display International GmbH auf ihrer Frühjahrsveranstaltung 2014 in Hamburg. Die Resonanz im Kunden- und Interessentenkreis war entsprechend groß. So kamen 145 Gäste aus 77 Unternehmen und erlebten, wie man die Wirkung von Werbeartikeln schon mit der Auswahl stark beeinflussen kann. Im Vordergrund für die

25 top display Berater (10 top display Mitarbeiter/-innen und 15 Lieferantenpartner) stand dabei, die Kraft überzeugender Werbeartikel für die Kunden und Interessenten erlebbar zu machen.

POTENZIALE AKTIVIEREN

„Wir wollen Menschen erreichen, wenn sie besonders offen und empfänglich für Werbeartikel sind. Dann erzielt die Botschaft eine viel intensivere Wirkung“, kommentiert top display-Geschäftsführer Gordon Daub die Konzeption der Auftaktveranstaltung 2014. „Wir müssen unseren

Kunden und Interessenten Ideen und Entscheidungskriterien geben für den verstärkten Einsatz der Budgets in Werbeartikel.“ Eine aktuelle GWW-Studie zur Werbewirkung von Werbeartikeln zeigt deutlich, dass der Werbeartikel die direkteste Kundenansprache mit dem geringsten Streuverlust ist. „Unser Ziel ist, das Bewusstsein für die enorme Wirkung von Werbeartikeln auch auf unseren Veranstaltungen zu stärken und die vorhandenen Potenziale zu aktivieren. Damit unterstreichen wir auch unser Leistungsversprechen, unsere Kunden qualifiziert zu beraten und Werbeartikel für sie und ihre Kunden zu entwickeln“, ergänzt Ralf Reichert, Prokurist Marketing und Vertrieb.

BEST-PRACTICE-BEISPIELE

Das Thema „Jahreszeiten“ wurde in allen Elementen der Veranstaltung kreativ umgesetzt. Das Ergebnis war ein stimmiger Produktmix einer Vielzahl neuer Sortimente, ergänzt um unterschiedliche Best-Practice-Beispiele, die anschaulich zeigten, was top display unter Beratungskompetenz und Kreativleistung versteht. Zahlreiche Anlässe wie beispielsweise die Fußball-WM wurden besonders in Szene gesetzt. Neu war auch der Bereich LAMY Schreibgeräte, erstmalig präsent auf einer top display Hausveranstaltung. Zum wiederholten Mal wurden auf 360 qm alle Räume und der große Ausstellungsraum genutzt, um Produkte, Ideen und Anwendungsbeispiele erlebbar zu machen. www.top-display.de <

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





NASCHEN UND GENIESSEN ÜBERZEUGEND GESCHMACKVOLL

Auf der PSI 2014 wurden die multisensorischen Qualitäten des Werbeartikels durch PSI GUSTO erstmals mit einem eigenen Stand gewürdigt. Den sinnlichen Potenzialen überzeugender Werbeartikel sind auch die nächsten Seiten mit ihren geschmackvollen Produkten gewidmet.

Schmecken – Riechen – Genießen: Nicht nur das Auge entscheidet, wenn wir uns bestimmten Dingen zuwenden. Logisch, dass auch ein wichtiges Marketinginstrument wie die Werbung dreidimensionale Werbeträger in ihr Wirkungsspektrum integriert hat. Auf der vergangenen PSI Messe hieß dies GUSTO. Der dazugehörige Tasting-Pavilion war Anlaufstelle für Besucher, die sich gezielt mit diesen und weiteren sensorischen Eigenschaften auseinandersetzen wollten. Denn hier gab es Produkte zu begutachten und zu kosten, die Werbebotschaften über mehrere der fünf Sinne transportieren können. Es ist das Zusammenspiel vieler Sinne, das ein Produkt, eine Botschaft oder Marke umfassend wahrnehmbar und unverkennbar macht. Das Zauberwort dieses wahrhaft „sinnlichen“ Erlebnisses heißt „Multisensorik“. Erst wenn sich Werbung ins Dreidimensionale wendet, wird sie umfassend in der Wirkung. Und kommt dann auch noch der Genuss hinzu, können Werbetreibende nicht mehr viel falsch machen. Wem Werbeartikel nicht nur gefallen, sondern wer sie auch genießt, behält sie garantiert noch länger in Erinnerung. <



Die feinsten süßen Werbeartikel



Schokoladengenuss und viele weitere Süßwaren



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

KAISERLICHER SCHOKOGENUSS

Mit feiner Schokolade garantiert die Kaiserstuhl-Chocolaterie für höchsten Genuss, der die Sinne verführt. Vier Sorten Schokolade – eine klassische Vollmilch (35 Prozent Kakaoanteil), eine köstliche Edelvollmilch (41 Prozent), eine extravagante Zartbitter (60 Prozent) und eine herbe Zartbitter (70 Prozent) – bieten ein zartschmelzendes Geschmackserlebnis. Die Werbeanbringung auf den unterschiedlich großen Schokoladen-Tafeln und -Figuren erfolgt produktabhängig direkt auf der Schokolade sowie auf der jeweiligen Verpackung. Durch ein neues technisches Verfahren sind Sonderanfertigungen bereits ab kleinen Mengen zu adäquaten Preisen möglich. Darüber hinaus wurde das vielfältige Schokoladen-Angebot mit weiteren süßen Werbe-Klassikern ergänzt. So gibt es bei der Kaiserstuhl-Chocolaterie jetzt auch Fruchtgummis in vielen Sorten, Formen und Tütenformaten, Pfefferminzartikel, auch zuckerfrei, und bunte Dragees in Beuteln und Dosen, Traubenzucker, Gebäck-Spezialitäten, Bonbons und Kaugummis sowie Zucker- und Brausetüten. Alles natürlich in bester Markenqualität und individuell nach den Wünschen der Kunden bedruckt.

48639 • Kaiserstuhl-Chocolaterie GmbH & Co KG • Tel + 49 7642 9000-90
info@kaiserstuhl-chocolaterie.de • www.kaiserstuhl-chocolaterie.de



ZEITLOSE TEEFREUDEN

Tee steht für Genuss, für Gesundheit und für fernöstliche Philosophie. All dies symbolisiert auch die Teekanne Olongi von der Römer-Tochter Rominox. Als moderne Kombination zeitloser TeeFREUDEN verbindet sie Bambus mit hitzebeständigem Glas. Mit dem großen Einsatz kann die Geschmacksstärke des Tees auf die individuellen Wünsche angepasst werden.

43892 • Rominox / Römer Wein und Sekt GmbH
Tel +49 6541 81290 • info@rominox.de • www.rominox.de



WERBEN MIT SPITZEN-MARKE

Neu im Schokoladen-Sortiment 2014 der Jung Bonbonfabrik taucht erneut eine starke Marke als Werbe-Produkt auf: die Toblerone Minis (12,5 g). Das beliebte Schweizer Qualitätsprodukt wird per Banderole mit auffälligem Werbeteil im 4c-Digitaldruck individualisiert. Hier findet sich viel Platz für die Botschaft des Werbenden. So ist zum Beispiel die spitze Form der Schokolade bestens als Sinnbild für diejenigen geeignet, die Höchstleistungen und Spitzenprodukte bewerben möchten. Die Toblerone Minis geben eine ideale Paketbeigabe ab oder sind als Give-away für ganzjährige POS-Aktionen einsetzbar.

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

KRÄUTER FÜR DIE ITALIENISCHE KÜCHE

Freunde italienischer Küche werden bei Multiflower fündig: Das Unternehmen hat drei (aus ökologisch abbaubaren Kokospflanzenfasern bestehende) Töpfe mit typischen Kräutersamen für mediterrane Rezepte im Sortiment. Die im Durchmesser 12,5 Zentimeter großen Töpfe des Sets werden geliefert mit drei Holzstecketiketten, Erdtabletten und Samen von Basilikum, Majoran und Thymian. Ein individuell gestaltbarer Werbedruck auf dem Standardmotiv des Deckel-Etiketts ist bereits ab einer Menge von 250 Stück inklusive.

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



NOBLER TEEGENUSS

Tee stilvoll genießen ist Trend und wird jetzt auch zubereitet in edlem Glas: dem Metmaxx® Teapot „Tea&Pot Glas“, den die Spranz GmbH anbietet. Der noble wie äußerst funktionale Teapot garantiert eine einfache Zubereitung. Erhältlich ist er inklusive Teesieb und praktischem Silikondeckel mit Gravurplakette für edle Lasergravuren im Designkarton. Mehr Artikel zu diesem oder vielen anderen Themen sind in der aktuellen Spranz Kollektion zu finden.

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





PIZZA SCHNEIDEN WIE DIE PROFIS

Mit dem Pizzaschneider „Useful“ von Inspirion machen sich Kunden nicht die Finger schmutzig. Das leicht laufende, scharfe Edelstahl-Schneiderad gleitet wie von selbst auch durch krossen Pizzaboden. So lässt sich die Lieblingspizza ohne großen Kraftaufwand in appetitliche Stücke zerteilen. Zudem eignet sich der stabile Kunststoff-Haltegriff mit exponierter Metallfläche hervorragend für eine Werbeanbringung. Der handliche Pizzaroller ist in drei Farben erhältlich. Die Lieferung erfolgt in einer Geschenkbox.

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

FUSSBALLZUCKER 2014

Brasilien steht für Kaffee, Zucker und Fußball. Passend zum größten Fußballereignis des Jahres bietet Zuckermaier den Fußballzucker 2014 an. Fußballzucker macht Kaffeegenießer und Fußballfans gleichermaßen glücklich. Er bringt Werbebotschaften während der WM an die gewünschten Zielgruppen. Alle Flaggen der teilnehmenden Nationen sind einzeln auf Zuckerportionen (Tetraeder, 4 g Zucker) gedruckt. Diese Tetraeder können zusätzlich oder komplett individuell eingefärbt oder bedruckt werden. Mit QR-Codes können interaktive Aktionen (Tagesangebote, Gewinnspiele) ausgelöst werden. Verpackt sind die Zuckertetraeder zu je 54 Stück in einer Schachtel mit Spenderklappe. Individuell vierfarbig bedruckt gibt es diese ab 1000 Schachteln. Für Inhaltsmengen von 108 bzw. 405 Zuckertetraeder sind größere Kartons mit Spenderklappen wählbar.

47457 • German's Best Werbezucker und mehr GmbH • Tel +49 7666 933026
info@zuckermaier.de • www.zuckermaier.de



INTENSIVER GESCHMACK

Die kleinen Fruchtgummi-Pfirsiche haben es in sich. Mit 10 Prozent Fruchtsaftkonzentrat verbleibt der vollmundige Pfirsichgeschmack besonders lang und sinnlich sanft auf der Zunge. Wohlbehütet wachsen die Fruchtgummi-Pfirsiche im Hause Kalfany Süße Werbung in IFS-zertifizierter Produktion. Das ist rundum naturnah gedacht: Die 100 x 75 Millimeter große Pfirsich-Packung trägt das „Keimling“-Zeichen und ist vollständig kompostierbar. Nicht nur der Umwelt tun die Fruchtgummis gut, sondern auch den Kunden. Fruchtgummi-Pfirsiche enthalten 10 essentielle Vitamine. Die gesunde Wirkung von Vitaminen hilft dabei, das schlechte Gewissen während des Naschens zu beruhigen. Sie runden zudem das fruchtig frische Bild mit einer Werbebotschaft perfekt ab, sei es für Apotheke, Wellnessstudio oder Reisebüro. Und damit gelangt das Beste der Pfirsich-Frucht in die Kundentasche – und bleibt sommerlich pfirsichfrisch.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co KG • Tel +49 7643 801-25
vertrieb@ksw24.com • www.suesse-werbung.de



ALLEN MESSERN GEWACHSEN

Messer gehören zu den wichtigsten Küchenutensilien – genau so wichtig ist aber auch die richtige Schneidunterlage. Darum erweitert Emsa sein Schneidbretter-Sortiment und bietet so für jeden Bedarf die passende Lösung: vom Allrounder bis zur Top-Innovation – messerschonend und absolut hygienisch. Vor allem das neue Click Cut Modell wird Kunden begeistern. Es ist das erste Schneidbrett, das mit seinen Aufgaben wächst. Der neue Helfer hat immer die richtigen Maße. Dank unkompliziertem Nut-/Feder-Mechanismus werden einfach beliebig viele Bretter individuell zusammengesteckt, fertig. Jedes Element ist 29 x 20 Zentimeter groß. Click Cut mit weißer Schnittfläche und grünen Federkanten wird solo und im preisattraktiven Doppelpack angeboten. Mit Click Cut komplettiert Emsa das bewährte Schneidbretter-Sortiment zu einem starken Trio. Auf den Modellen schneidet jeder wie ein Profi. Grund dafür ist ihr hochelastisches Material, das die Schärfe der Messer erhält. Außerdem sind die Schneidbretter absolut hygienisch, 100-prozentig spülmaschinenfest, geruchs- und geschmacksneutral. Und für sicheres Schneiden sind sie mit einem rutschfesten Boden ausgestattet.

42692 • Emsa GmbH • Tel +49 2572 13256

info@emsa.de • www.emsa.com



PRALINÉS NACH WUNSCH

Mit der gelungenen Umstellung auf die eigene Schweizer Schokolade und der Einführung des neuen Sortiments hat die Confiseur Läderach Deutschland GmbH & Co. KG nun auch die Individualisierungslösungen erweitert und erleichtert, um den Kunden aus dem Werbemittelhandel noch mehr Möglichkeiten zu bieten, Werbepresente in eigenem Stil in bester Qualität zu gestalten. Mit einem individuellen Wunschpraliné mit eigenem Logo können interessierte Firmen persönliche Grüße ausdrücken oder aber für Firmenfeste oder Weihnachtsfeiern die richtige süße Kleinigkeit auftischen. Aus einem breiten Verpackungssortiment kann der persönliche Favorit ausgewählt werden. Hierbei kann entweder die bewährte Marke „Marc Antoine“ als Absender aufgebracht werden oder die eigene Packung kann mit Schleifen und Sticker oder sogar mit einer selbst gestalteten Banderole oder mit eigenem Deckel bestückt werden. Wer es also ganz individuell mag, der kann mit Läderach sein eigenes Design auf den Packungen umsetzen. Und dies schon ab kleinen Auflagen. Interessierte Kunden werden vom Design bis hin zum fertigen Druck der Packungen betreut. Über die weiteren vielfältigen süßen Werbemöglichkeiten berät man bei Läderach gerne.

48666 • Confiseur Läderach Deutschland GmbH & Co. KG • Tel +49 2771 3009-0

info@laederach.de • www.laederachprofessional.de



IMEK

Messe & Kongress für Indirekten Einkauf
28. – 29. April 2014 in München



**Freier
Messeintritt
bei Vor-
registrierung**



**2-gleisiger Kongress
mit 30 Vorträgen**

In jedem Unternehmen kommen Waren und Dienstleistungen, die für eine effiziente und effektive Arbeitsweise im Betrieb gebraucht werden, aus dem Indirekten Einkauf. Bisher fehlte es im Bereich des Indirekten Einkaufs an einer Veranstaltung. Diese Lücke schließt die Network Press Germany mit der IMEK–Messe & Kongress für den Indirekten Einkauf.

Ausstellungsbereiche sind Versorgungsleistungen für das Unternehmen:

- **Warenversorgung (z.B. Händlerlösungen)**
- **Full-Service/Einkaufs-/Einkaufsnah Dienstleistungen**
- **Unternehmensberatung, Einkaufsberatung, Consulting**
- **IT, TK, Technik, Software**
- **Marketing, Vertriebsunterstützung**
- **Einkaufsnah Logistik**
- **Personalwesen, Personalrecruiting, Aus- und Weiterbildung**
- **Facility-Management, Energie, Entsorgung**

Erwartete Besucherzielgruppen:

→ Geschäftsführer → Einkaufsleiter → Einkäufer
→ Warengruppenverantwortliche → Entscheider
aus Personal, Marketing, Buchhaltung, Produktion

Infos unter:

www.imek-messe.de

Jetzt anmelden!



FORMSCHÖNE HELFER

Das praktische und optisch ansprechende Messer-Set von Krüger & Gregoriades ist ein praktischer Helfer in jeder Küche und eignet sich auch ideal als aufmerksames Geschenk für jeden Käse-Genießer. Das formschöne, in zeitlosem Design gestaltete Set besteht aus einem Käsemesser, einem Käsehobel und einem Käsebeil aus Edelstahl. Es ist hochwertig verarbeitet und LFBG-Standard geprüft. Verpackt in einer edlen Geschenkbox mit transparentem Überzug (Maße ca. 28,5 x 19,0 Zentimeter) ist es für jede Küche eine willkommene Gabe.

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

SÜSSER SCHREIBTISCH-CONTAINER

Eine neue Art der Bonbon-Präsentation findet sich im Werbe-Ideen-Sortiment 2014 der Jung Bonbonfabrik: die Container-Box. Eine Klappe zum Öffnen an der Frontseite ermöglicht den bequemen Zugriff nach dem leckeren Inhalt, den Fruchtmix-Bonbons in sechs bunten glänzenden Wickelpapieren. Farbkombinationen können auf Anfrage an die Außengestaltung der Box oder an die Logo-Farben angepasst werden. Natürlich sind auch viele weitere Füllvarianten möglich. Die Box selbst ist aus weißem Karton und kann komplett individuell schon in kleinen Auflagen im 4c-Digitaldruck gestaltet werden. Als Give-away bieten sich viele Einsatzmöglichkeiten an: zum Beispiel für den Außendienst als Mitbringsel oder an der Theke im Autohaus, im Hotel, als Paketbeigabe für hochwertige Sendungen und vieles mehr.

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



GENUSS-SICHERUNG

Für den stilvollen Weintrinker empfiehlt Troika den WINE@8, einen Tropfenfänger und Korkenhalter in einem – stylish design von studio dreimann. Dieser erhöht den Genuss eines guten Tropfens doppelt. Erstens fängt der (glänzend verchromte) Metallring mit Innenfilz unerwünschte Tropfen auf. Zweitens verlängert der Silikon-Korken die Trinkbarkeit geöffneter Flaschen, selbst wenn der Flaschenkorken nicht mehr passt. Beim Ausgießen findet der Silikonkorken bequem Platz in der Halterung am Metallring. WINE@8 – wieder ein guter (W)Einfall von Troika.

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



„PREMIUM“ LUTSCHEN

Die leckeren Bonbons „Premium“ sind ganz neu im Sortiment von Giving Europe. Das Sortiment umfasst Lakritze, Gummibärchen, Weingummi, Tum Tum Fruchtgummi, Geleebonbons und Colaflaschen. Die Bonbons sind nach Sorten sortiert verpackt. Für die Werbung gibt es eine große Druckfläche auf der Vorderseite des Artikels. Direkt ab Lager sind die „Premium“ Bonbons mit Werbeanbringung sofort verfügbar. Aufbewahrt werden sie in wieder verschließbaren Folientüten.

45737 • Giving Europe GmbH • Tel +49 421 596597-0
kontakt@givingeurope.de • www.givingeurope.de



DIE PURE LEBENSENERGIE

Der neue Promo-Spitz von Süße Werbung ist sportlich und steckt voller Energie. Dynamisch dreht man die Packung in der Hand – ist er vierseitig oder rund? Kunden haben die Wahl, welche Persönlichkeit sie ihrer Werbetüte geben. „Bedrucken Sie die dynamische Werbetüte mit Ihrem Werbeauftritt und erzählen Sie Ihre Geschichte“, sagen die Süßwarexperten. Der sportliche Promo-Spitz kommt abwechslungsreich daher. Frisches Weiß, abenteuerliche Goldnuggets oder lebendige Farbenpracht – sechs Varianten in Form, Farbe und Geschmack stehen frei: Zuckerfreie Pfefferminzpastillen oder Schokolinsen, steviagesüßte Pulmoll Halsbonbons, tic tac Fresh Mints oder Fresh Orange, Hitschies Kaubonbons oder die neuen Pfefferminzgoldnuggets. Kalfany Süße Werbung stellt die pure Lebenslust IFS-zertifiziert her.

„Bedrucken Sie die dynamische Werbetüte mit Ihrem Werbeauftritt und erzählen Sie Ihre Geschichte“, sagen die Süßwarexperten. Der sportliche Promo-Spitz kommt abwechslungsreich daher. Frisches Weiß, abenteuerliche Goldnuggets oder lebendige Farbenpracht – sechs Varianten in Form, Farbe und Geschmack stehen frei: Zuckerfreie Pfefferminzpastillen oder Schokolinsen, steviagesüßte Pulmoll Halsbonbons, tic tac Fresh Mints oder Fresh Orange, Hitschies Kaubonbons oder die neuen Pfefferminzgoldnuggets. Kalfany Süße Werbung stellt die pure Lebenslust IFS-zertifiziert her.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co KG • Tel +49 7643 801-25
vertrieb@ksw24.com • www.suesse-werbung.de



Werbewirkung
schmeckt!



XS-Taschendose

→ 20g tic tac Fresh Mints



Schoki-Fußballer

→ 6g

Alpenmilch-Schokolade von Kraft Foods/ Mondelez Int.



Fruchtgummi

→ 10g Werbetütchen



Wir informieren Sie gerne!
Hotline: 07643/801-555
Vertrieb über Werbemittelfachhandel.





WERBEFRISCHE MINTBONBONS

Mit einer gelungenen Werbesüßigkeit ist man immer auf der richtigen Seite. Die neueste kundenspezifische Werbeidee des Unternehmens Miyo Promo sind Mintbonbons, die ganz nach den Bedürfnissen des Kunden geformt werden können. Selbstverständlich kann auch das gewünschte Logo auf den Mintbonbons selber angebracht werden. So entsteht ein einzigartiges Give-away, das erfrischt und lange in Erinnerung bleibt. Verpackt in der passenden (ebenfalls individualisierten) Dose unterstützen die minzigen Leckereien jeden Event und sind in einer Vielzahl von Ausführungen erhältlich. Nähere Informationen gibt es direkt bei Miyo.

48364 • Miyo Promo Ltd Sti • Tel. +90 212 649 8080

hayatiabulaf@gmail.com • info@miyopromo.com • www.miyopromo.com

KLEINE KÖSTLICHKEIT

Eine kleine Köstlichkeit für zwischendurch offeriert Multiflower. Es handelt sich um das Klappkärtchen Kaffeepause. Es enthält genau die Menge löslichen Espresso-Kaffees für eine Tasse für zwischendurch. Einfach heißes Wasser aufgießen, schon ist der Genuss perfekt. Der Digitaldruck (1-4 c) ist ab einer Menge von bereits 250 Stück inklusive. Alternativ ist eine eigene Gestaltung ab der gleichen Menge realisierbar. Ein wahrhaft aromatisches Give-away, das sich natürlich auch zum Verschicken eignet.

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560

info@multiflower.de • www.multiflower.de



SALZIG-SÜSSES KNABBERN

Die schokolierten Salzbrezeln von Magna sweets sind ein ganz besonderes Geschmackserlebnis. Drei Mini Brezeln sind mit feiner Vollmilch Schokolade überzogen. Verpackt sind die leckeren Salzbrezeln in einem individuell bedruckten Tütchen mit den Maßen 70 x 90 mm. Doch wer lieber Schokolade pur mag für den hält Magna ganz neu das Schokokonfekt bereit: leckere, schwedische Schokolade in Bonbonform verpackt. Eingewickelt wird das aus Vollmilch- oder Zartbitter-Schokolade bestehende Konfekt in einem nach Kundenwunsch bedruckten Cellophan- oder Metallicwickler.

41617 • Magna sweets GmbH • Tel +49 8146 99660

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



COOLE WERBUNG

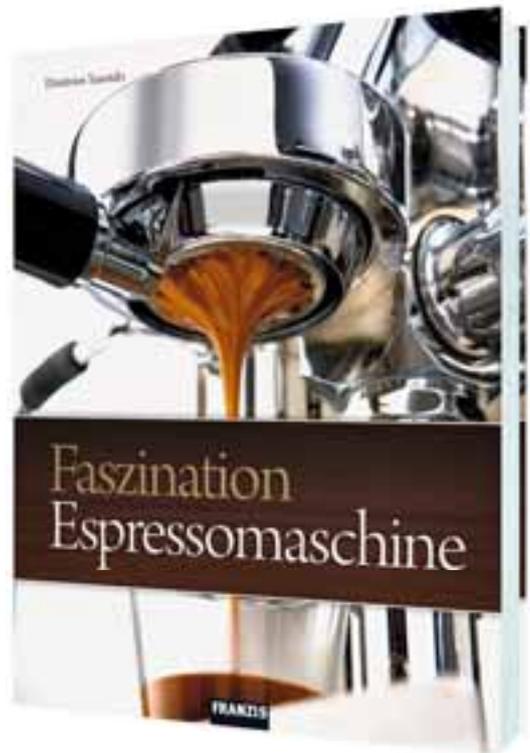
Eine wirklich coole Art, Werbung in Szene zu setzen, präsentiert das Unternehmen Original Lanyards mit seiner Marke Original Icecup. Dieses vor allem an warmen Tagen erfrischende Produkt wird in Portugal gefertigt und enthält jeweils 100 ml köstlicher Eiskrem, die in gleich 12 Geschmacksrichtungen erhältlich sind. Der Original Icecup kann komplett in den Kundenfarben (4c) sowie mit dem gewünschten Aufdruck individualisiert werden. Ab einer Mindestmenge von 240 Stück kann das Produkt innerhalb von acht Tagen überall in Europa ausgeliefert werden, heißt es aus Portugal. Die Tiefkühlruhen werden vom Unternehmen bereitgestellt und können ebenfalls voll personalisiert werden. Näheres gibt's zu erfahren unter: www.originalicecup.com

46305 • Original Lanyards • Tel +351 214 351106
 export@originallanyards.com • www.originallanyards.com

DIE LUST AM WAHREN „CAFFÈ“

Bella Macchina: Glänzender Edelstahl, archaisch anmutende Bedienelemente, eine Formensprache, die durch ihre funktionale Ästhetik begeistert, gepaart mit dem Genuss edlen Kaffees. Das sind die Gründe, warum echte Siebträgermaschinen und wahre Kaffee-Kenner nicht einen Blick an plastikstrotzende Vollautomaten und dergleichen verschwenden. Dieses Buch des Franzis Verlages erzählt alles über die Faszination dieser Technik, über Bedienung, Wartung und Pflege von Siebträgermaschinen und über die Lust und Leidenschaft der Zubereitung eines „Caffè“, wie man ihn bislang noch nie getrunken hat. „Faszination Espressomaschine“ verbindet spannendes Wissen mit eindrucksvollen Bildern und lädt ein in die faszinierende Welt des Espressos – eine Welt der Aromen, der Ästhetik und des Genusses.

46594 • Franzis Verlag GmbH • Telefon: +49 89 25556-1834
 mkoschewa@franzis.de • www.franzis.de



FÜR SCHLECKERMÄULER

Das Eisbecherset „Giaveno“ von Easy Gifts ist etwas für Schleckermäuler. Aus diesem farbenfrohen, aus vier verschiedenen farbigen Kunststoffbechern mit passenden Kunststofflöffeln bestehenden Set genossen, schmeckt das Eis gleich doppelt so gut. Es ist die perfekte Ergänzung zu Artikel 2721, dem Eisportionierer. Die Kundenwerbung wird mittels eines Aufklebers auf der Einzelverpackung angebracht. Verpackt wird das Set in einer transparenten PVC-Box.

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



PATISSERIE-KUNST ZU OSTERN

Der internationale Erfolg der Colomba aus dem Hause „Dolciaria Loison“ liegt in der Kombination von Kunst und Qualität, Kreativität und Unternehmertum, Erfahrung und Innovation. Die Zutaten sind sorgfältig ausgewählte Produkte, welche den speziellen Duft der Loison Kuchen und Gebäcke zur Entfaltung bringen. Der Gewürze werden mit viel Fingerspitzengefühl verwendet – für ein besonderes Geschmackserlebnis. Die Klassiker „Patisserie Colomba“ des Lieferanten „Die Olive – und mehr“ werden nach altem mailändischen Rezept produziert. Sie werden zu Ostern nur mit kandierten Orangen und Mandeln zubereitet. Variationen dieser Panettone oder Colomba werden mit innovativen und ausschließlich frischen Gewürzen angeboten. Das gleiche gilt für den Pandoro, der mit ausgewählten Eiern und Butter hergestellt wird.

48993 • Die Olive – und mehr GmbH & Co. KG • Tel +49 6721 185300
info@olive.de • www.olive.de

EDEL, VERRÜCKT UND LECKER

Popcorn mit außergewöhnlichen Geschmacksrichtungen ist in den USA bereits eine beliebte Alternative zu Chips, Nüssen und Co. Auch in Deutschland geht der Trend zu innovativen Snacks. CrazyPopcorn, „Made in Germany“ von der Firma Markenreich, ist ein Gourmetpopcorn, das sich durch hohe Qualität und acht raffinierte Würzmischungen auszeichnet, die zu einer Geschmacksreise um die Welt einladen. Qualität, Geschmacksvielfalt und Innovation sind keine Begriffe, mit denen man bisher Popcorn in Verbindung brachte. Der neuentwickelte Gourmetpopcorn CrazyPopcorn aber revolutioniert den deutschen Knabbermarkt. Das Popcorn besteht aus genfreien Maiskörnern und wird mit gehärtetem Pflanzenöl erhitzt. Die ungewöhnlichen Variationen sind inspiriert von Aromen aus aller Welt. CrazyPopcorn wird verpackt in 500ml PET-Dosen mit 50 g Inhalt: Die Topseller für Hotels, Seminare, Meetings, Messeauftritte, Veranstaltungen.

48670 • Markenreich GmbH • Tel +49 2175 157970
info@markenreich.de • www.markenreich.de



PRICKELNDE ERLEBNISSE

Unkomplizierter Genuss und spontane Freude: Der Secco Frizzante d'Italia in der Lifestyle-Dose von Sanders Imagetools garantiert prickelnde Marketingerlebnisse mit unbeschwerten, italienischen Momenten. Der klassische, italienische Perlwein mit elegant-jugendlicher Note kommt aus den besten Lagen Venetiens. Mit hohem Aufmerksamkeitswert und Qualitätseindruck punktet die trendige Alu Slimline Can nachhaltig beim Kunden. Bereits ab 264 Stück lässt sich der 200 ml Secco d'Italia in den Dekorvarianten Smart Label, Body Label und No Label Look in 4c-Fotoqualität Kunden preisattraktiv individualisieren. Alternativ dazu gibt es die kundenindividuelle Gestaltung für die Fullbody Variante, die mit hochglänzender oder trendiger matter Kaschierung eine Ausgestaltung in 4c-Digitaldruck auch in die konischen Bereiche der Lifestyle-Dose erlaubt und den Secco d'Italia zu einem einzigartigen Designobjekt werden lässt, das sicherlich in Erinnerung bleibt.

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





BESONDERE GAUMENSCHMEICHLER

Neben der großen Vielfalt an Tees bietet Henosa-Plantanas als Importeur von Trockenfrüchten und Nüssen auch zum Thema Naschen eine große Auswahl. Sonnengereifte Früchte und erlesene Nüsse aus den besten Anbaugebieten der Welt, veredelt mit feinsten, handgeschöpfter Schokolade machen den Frucht-/Nussgenuss zu einem ganz besonderen Erlebnis. Dazu werden nur die besten Zutaten verwendet: Allgäuer Markenbutter und Rahm sowie hochwertigster Plantagen-Kakao zeichnen diese zart schmelzende Kuvertüre aus. Nicht umsonst zählen diese Schoko-Früchte und Nüsse zu den weltweit hochwertigsten Confiterie-Spezialitäten, heißt es bei Henosa-Plantanas. Verpackt werden die Gaumenschmeichler in Dosen, Glanzbeutel, Polybeutel oder Karton, jeweils nach Wunsch individuell gestaltet.

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

WÜRZIGER WILDDIEB

Für Freunde frugaler Genüsse empfiehlt sich der bei BONUS2U (einer Marke der IT2U) erhältliche Kräuterlikör „Wilddieb“. Die einzigartige Rezeptur von über 30 ausgesuchten Kräutern verleiht dem Getränk eine kraftvoll natürliche und herzhaft Geschmacksnote. Zur geheimen Kräutermischung gehören unter anderem Angelikawurzeln, Fenchel, Anis, Macisblüten, Koriander, Pfefferminzblätter, Thymian, Veilchenwurzeln, Enzian und Pimpernelle. Seinen interessanten Namen verdankt der Likör Kräutertliebhaber und Erzeuger Walter Frick: „Ich fühlte mich beim Kräuter suchen auch immer ein bisschen wie ein Wilddieb...“ Selbst die Tradition zum Trinken des „Wilddieb“ gilt noch heute. Der Kräuterlikör wird aus dem original Wilddieb-Stiefel getrunken, ohne dass es dabei gluckert. Die nächste Runde geht auf den, bei dem dies trotzdem passiert.

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



FARBENFRISCH SERVIERT

Ein echter Hingucker ist die Schale „Square!“ von dom Polymer-Technik. Die quadratische Schale gibt es in sieben frischen Farben. Das Produkt ist „Made in Germany“ und entspricht den EU-Richtlinien für den direkten Lebensmittelkontakt (VO 10/2011). Es eignet sich ideal für Eis, Salate oder kleine Snacks. Mit Deckel wird die Schale zur praktischen Aufbewahrungsbox, die in keinem Haushalt fehlen sollte. Ab einer Bestellmenge von 5000 Stück lassen sich die Schalen mit einer individuellen 4-c-Gestaltung „all over“ via In-Mould-Label in digitaler Fotoqualität veredeln. Mit Deckel sind sie ab April lieferbar.

40723 • dom Polymer-Technik GmbH • Tel. +49 9552 92260
info@dom-pt.com • www.dom-pt.com



DAS AUGE ISST MIT

Kochen ist eine Leidenschaft. Schon Bilder von gezauberten Köstlichkeiten lassen Genusslandschaften auf der Zunge entstehen. Das Auge isst mit und je schöner die Ausgestaltung einer Speise, umso intensiver der Genuss. Kreative Küchengeister sind begeisterte Vorspeisen- und Dessert-ringanhänger. Denn mit ihnen lassen sich kulinarische Meisterwerke gestalten. Fantasiervolle Nachtische, traumhafte Vorspeisen, Reis oder Beilagen lassen sich mit ihnen in Form bringen. Das Set Reflects-Sasebo von LM Accessoires besteht aus vier Desserttringen, Ausdrückhilfe und Rezepten zum Ausprobieren. Es ist spülmaschinengeeignet und lässt sich per Lasergravur veredeln.

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

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

KUNSTWERKE FÜR DEN GAUMEN

Seit nun mehr als fünf Jahrzehnten erfreut DreiMeister Spezialitäten seine Kunden mit kleinen Kunstwerken für den Gaumen. Das Sortiment besteht mittlerweile aus über 100 Sorten und wird immer wieder durch neue, erfrischende Kompositionen bereichert. Dazu lässt sich die Confiserie auch gerne von Kundenideen inspirieren. So gibt es inzwischen nicht nur klassische Pralinen und Trüffel, sondern auch ausgefallene Varianten; z. B. den Schwarzwälder Kirsch Trüffel. Um einwandfreien Genuss garantieren zu können, ist es wichtig, nur erlesene und ausgewählte Zutaten für die Herstellung zu verwenden. Denn nur so können qualitativ hochwertige Kreationen angefertigt werden. Qualität wird bei DreiMeister großgeschrieben, denn es kommt auf die richtige Umsetzung traditioneller Rezepturen an. Ganz ohne Konservierungsmittel, Geschmacksverstärker oder Farbstoffe werden die kleinen Naschwerke nicht nur handwerklich von Meisterhand hergestellt, sondern auch handverpackt.

44886 • DreiMeister Spezialitäten • Hans Schröder GmbH & Co. KG • Tel +49 2922 8773-0

info@dreimeister.de • www.dreimeister.de



WERBE-GRÜSSE FÜR GENIESSER

CD-LUX, die Experten für süße Werbemittel, bieten eine vielseitige Auswahl und über 20 exklusive Neuheiten für jedes Budget. Feiner Honig-Mandel-Nougat steckt in der beliebten Schweizer Milkschokolade von Toblerone. Die leckere Kombination sorgt für ein intensives Geschmackserlebnis und macht dieses Werbemittel zu einem echten Highlight. Die einzigartigen Toblerone „Minis“ sind von einer individuell bedruckbaren Werbebänderole umhüllt und so ein perfektes Give-away. Neu sind die „Minis“ im Werbedisplay, das noch mehr Platz für Werbung bietet. Weiterer Neuzugang sind die Toblerone im flachen Tafelformat. Zum Unikat wird die Schokoladentafel in einer individuell gestalteten Werbekartonage. Ein schokoladiges Original sind die leckeren Pralines von Lindt & Sprüngli im „Kleinen Dank“, dem beliebten Dauerbrenner von CD. Und wie von Großmutter gebacken schmecken die Muffins „Maxi“ in der Promotion-Box. Der Trend-Werbeartikel im Würfel bietet auf fünf Seiten vielseitige Gestaltungsmöglichkeiten.

45452 • CD-LUX Adventskalender GmbH • Tel +49 9971 8571-0

info@cd-lux.de • www.cd-lux.de

Wenn es mehr sein soll als reines Naschen!

Der Zuckerbäcker fertigt aufsehenerregende Werbemittel, die für Gesprächsstoff sorgen.



Der essbare WM Rasen

Ein besonderer Leckerbissen für den Fußballsummer: Der essbare Fußballrasen mit einem Kaugummi-Fußball (oder Golfball).

- Mindestabnahme • 250 Stück
- Größe • 77mm x 71mm
- Inhalt • 150g



Naschtaschen

Zeit für auffällige Streuartikel! Das Kärtchen wird nach Wunsch gestaltet und passend zu Ihrem Slogan befüllt.

- Mindestabnahme • 1.000 Stück
- Größe • 85mm x 55mm
- Inhalt • Nach Wunsch (ca. 15-30g)



Großmutter's Backmischung

Wer Liebe schenken möchte, schenkt diese klassische Milchflasche mit einer Backmischung für zauberhafte Kekse.

- Mindestabnahme • 100 Stück
- Größe • 200mm x 60mm
- Inhalt • 500ml



Werbe-Pizza

Ein süße Art seine Visitenkarte zu verschenken kann man jetzt mit der Werbe-Pizza: Fruchtgummi im bedruckbaren Karton.

- Mindestabnahme • 100 Stück
- Größe • 200mm x 60mm
- Inhalt • 500ml





Das gutgelaunte Maxim-Standteam auf der PSI 2014 (v.l.): Michael Uwarow, Renata Kaczor, Arkadiusz Ratajczak, Kamila Czeszak, Stephan Horlebein, Magdalena Gallina, Zbigniew Kaczor, Franco Piovesan, Magdalena Samulska.

PORCELINE BY MAXIM

EDLE WERBEKERAMIK AUS POLEN

Das Unternehmen Maxim ist Hersteller und Importeur von Werbekeramik und einer der ersten Lieferanten des polnischen Werbeartikelmarkts, der sich entschieden hat, seine Produkte nur über den Werbeartikelfachhandel zu vertreiben. Wir haben Maxim für Sie am Firmensitz in Wolkowo besucht.

Angefangen hatte die Erfolgsgeschichte von Maxim im Jahre 1998 mit der mutigen Entscheidung des Gründers und Inhabers Zbigniew Kaczor, im polnischen Örtchen Wolkowo die Produktion von Keramik für den Werbemittelmarkt zu starten. Man begann zunächst mit einem kleinen

Brennofen und einer manuellen Druckmaschine, Rohware zu veredeln. Handwerkliches Verständnis und unternehmerisches Geschick trugen dazu bei, dass sich Maxim ebenso kontinuierlich wie zielstrebig weiterentwickelte. 2001 ging der noch junge Betrieb mit seiner ersten Website online

und heimste beim polnischen Brauereiuunternehmen Tyskie den ersten Großauftrag mit 100 000 personalisierten Krügen ein.

WERBEARTIKELBRANCHE IM FOKUS

Weitere Erfolge ließen nicht lange auf sich warten und so wuchs Maxim mit klugen Investitionen in gesundem Tempo. Stück um Stück vergrößerte man den Maschinenpark und mit beständiger, vom Kundenkreis mehr und mehr geschätzter Qualitätsarbeit auch das Auftragsvolumen. 2002 entschied sich Maxim für eine Mitgliedschaft im PSI Netzwerk und erweiterte so seinen unternehmerischen Radius in die europäische Werbeartikelbranche hinein. Idee und Prinzipien des PSI sowie die daraus resultierenden Geschäftskontakte überzeugten Zbigniew Kaczor und sein Team, so dass sie sich letztlich dazu entschlossen, sich ganz auf den Werbeartikelmarkt zu konzentrieren und die eigenen Produkte ausschließlich über dessen professionelle Wiederverkäufer zu vertreiben.

AUSGEZEICHNETE ARBEIT

Qualitätsarbeit und Zuverlässigkeit zahl-



Im neuen Firmengebäude steht auch der nagelneue Tunnelofen, der auf dem neuesten Stand der Technik arbeitet. Im Bild der schicke Bürotrakt.



porce  ne
BY MAXIM



ten sich aus und wurden von Kunden und der Branche honoriert. Regelmäßig wurden Maxim und seine Produkte mit Auszeichnungen des Marktes bedacht. Dies jedoch war und ist dem rührigen Unternehmensteam stets Ansporn, sich weiter zu verbessern und so arbeitet Maxim an der ständigen Optimierung seiner Produktion, seiner Produkte und seiner Services im Hinblick auf den Kundenkreis, wobei man ausgesprochenen Wert auf eine loyale wie langfristig angelegte Partnerschaft mit den Auftraggebern legt.

QUALITÄT UND DESIGN

„Was unsere Produkte betrifft, sind für uns eine hohe – vom Fresenius Institut geprüfte – Qualität und innovatives Design die wichtigsten Kriterien. Eine bestimmte Anzahl von Produkten ist das Resultat einer Zusammenarbeit mit renommierten Designern“, erklärt Zbigniew Kaczor und führt



Das neue Hochregallager bietet Platz für über 3,7 Millionen Tassen und Becher.

aus: „In unserem Produktprogramm unter der Eigenmarke ‚PorceLine by Maxim‘ verfügen wir über 30 eigene Designs von Bechern und Tassen, die uns in ganz Europa vorbehalten und geschützt sind. PorceLine haben wir zudem in vier Produktgruppen untergliedert, welche es dem Kunden ermöglichen, auf einfache Weise seine bevorzugten Modelle zu finden. Dank eines modernen Maschinenparks garantieren wir ein günstiges Preisniveau und zugleich eine hohe Druckqualität.“

PRODUKTIVITÄT ERHÖHT

Um den eigenen hohen Ansprüchen adäquat gerecht zu werden, zog Maxim im Herbst 2013 in ein neues Firmengebäude um. Dort bietet ein neues Hochregallager Platz für über 3,7 Millionen Tassen und Becher. Dort auch wurde ein weiterer Tunnelofen nach dem neuesten Stand der Technik in Betrieb genommen, der die Produk-



Ein kompetentes Team arbeitet im neuen Firmengebäude unter optimalen Produktionsbedingungen.



tivität um rund 50 Prozent erhöht und die Durchlaufzeiten nochmals erheblich verkürzt. Die tägliche Produktionskapazität liegt derzeit bei ca. 15.000 Stück und kann bei Bedarf nach oben angepasst werden.

72-STUNDEN DRUCKSERVICE

„Die Leistungssteigerung unseres Maschinenparks, der erst jüngst durch eine neue und technologisch hochmoderne Direktdruckmaschine für bis zu sechs Farben ergänzt wurde, erhöht zusätzlich die Wertschöpfung unseres Geschäfts. Ab sofort bieten wir einen 72-Stunden Druckservice an. Das bedeutet, wir können nach Auftragsfreigabe innerhalb drei Tagen ausgewählte Modelle fertigen“, so Arkadiusz Ratajczak, Marketing Direktor bei Maxim. Bei der Personalisierung der Produkte stehen sechs Veredelungstechniken zur Verfügung, die auch über die Firmenwebsite per Video ausführlich erklärt werden. Damit aber

nicht genug, denn Maxim stellt auch die Kartonagen und Umverpackungen für seine Ware am Standort Wolkowo selbst her und kann so auch individuelle Verpackungen realisieren, inklusive Bedruckung.

DER KUNDE IM ZENTRUM

Neu ist auch der 2014 eingeführte „SMARTclub“: „Für das Team von Maxim zählt nicht allein der Umsatz, vielmehr ist uns an einer steten und dauerhaften Partnerschaft mit unseren Wiederverkäufern gelegen. Umso mehr bedanken wir uns hierfür mit interessanten Händlererrabatten. Die Basis hierfür sind die Aufträge der Kunden. Zu den Vorzügen des SMARTclub zählen unter anderem gemeinsame Marketingaktivitäten, Schulungen, eine priorisierte Auftragsbearbeitung bis hin zu unseren Fast Track-Produktionen innerhalb 72 Stunden“, erläutert Stephan Horlebein, Geschäftsführer der 2012 gegründeten Ma-

xim-Tochter Maxim Ceramics GmbH, die für den Vertrieb der Maxim-Produkte in der Region D-A-CH zuständig ist. So arbeiten die Experten von Maxim stetig an neuen und modernen Informationsmodulen, die ihren Kunden die Kommunikation mit dem Endkunden aus Industrie und Handel erleichtern. „Zum Beispiel stellen wir neben unserer eigenen Website für unsere Kunden einen virtuellen Katalog, personalisierte Webseiten inklusive Kalkulator sowie neutrale Verkaufsunterlagen zur Verfügung“, so Horlebein. Maxim wird seiner Philosophie auch in Zukunft treu bleiben und den Kunden weiterhin im Zentrum seiner Aktivitäten halten. In dieser Hinsicht darf man auf die weitere Entwicklung des Leistungsspektrums der polnischen Werbekeramiker gespannt sein. <



Maxim war auf der PSI 2014 mit einem schicken Stand vertreten.



Das Inhaber-Ehepaar Renata und Zbigniew Kaczor vor einem Bild, das ihnen die Mitarbeiter zur Eröffnung des neuen Firmengebäudes schenkten.

MAXIM CHRONOLOGIE

- 1998 Start mit einem kleinen Brennofen und einer manuellen Druckmaschine.
- 2001 Erste Website geht online. 100000 Krüge werden für Tyskie personalisiert.
- 2002 Inbetriebnahme des ersten Tunnelofens zum Brennen von 3000 Einheiten pro Tag. Erstmals Ankauf von Ware in China. Vertrag mit Tchibo zur Produktion des bis dahin größten Tassenauftrags. Mitgliedschaft beim PSI.
- 2003 Erste Maschine für 1c-Direktdruck.
- 2004 Mitglied beim Programm „Solid in Business“.
- 2005 Modifikation des ursprünglichen Firmenlogos.
- 2006 Entscheidung, eigene Produkte nur über den Werbeartikelhandel zu verkaufen. Erste Ausgabe des Newsletters „Maxletter“.
- 2007 Einführung eines modernen Kalkulationsprogramms auf der Firmenwebsite. Erste Vertretung in Skandinavien. Betrieb des ersten Tunnelofens zum Brennen von 10000 Einheiten pro Tag.
- 2008 Auszeichnung „The Golden Crown of Advertising“ in der Kategorie „Hersteller für Werbeartikel“ bei den RemaDays Warschau. Übernahme des Wettbewerbers „Multigrafika Blue Ceramics“.
- 2009 Erneute Auszeichnung „The Golden Crown of Advertising“ in der Kategorie „Hersteller für Werbeartikel“ bei den RemaDays Warschau. Einführung zweier neuer Dekorationstechniken (Art Print und Magic Mug).
- 2010 Baubeginn des neuen Hauptsitzes (Lager, Produktion, Büros). Dritte Auszeichnung „The Golden Crown of Advertising“ in der Kategorie „Hersteller für Werbeartikel“ bei den RemaDays Warschau.
- 2011 Mitarbeiterstand auf rund 90 Personen angewachsen.
- 2012 Auszeichnung „The Golden Crown of Advertising“ in der Kategorie „Hersteller für Werbeartikel“ bei den RemaDays Warschau. Gründung der Tochtergesellschaft Maxim Ceramics GmbH (verantwortlich für die Geschäfte in D-A-CH).
- 2013 Weitere Auszeichnungen beim jährlichen „Gifts of the Year“: Das Produkt „Handy Supreme“ gewinnt den ersten Preis in der Kategorie „markenstärkendes Produkt“ bei den Rema Days in Warschau; in der Kategorie „Impulse Gifts“ bei den RemaDays in Nürnberg gewinnt der Artikel „Fusion“ den zweiten Preis als „Werbeartikel des Jahres“. Zum sechsten Mal in Folge Auszeichnung „The Golden Crown of Advertising“. Erneute Senkung der Mindestmenge pro Auftrag von 36 auf 24 Stück, bezogen auf das Maxim-Standardsortiment. Umsiedlung von Produktion und Administration in das neue Firmengebäude. Eröffnung des neuen, 5000 qm großen Hochregallagers. Inbetriebnahme eines weiteren modernen Tunnelofens. Einführung der Eigenmarke „Porceline by Maxim“.
- 2014 Erfolgreiche Teilnahme an der PSI 2014, u.a. bei PSI FIRST.
- 2014 Auszeichnung mit „The Golden Crown of Advertising“ (zum siebten Mal).

Kontakt:

MAXIM Ceramics GmbH

Tel. +49 6061 979 8780

info@maxim.com.de

www.maxim.com.de



MARIETTA CHRIST UND MAXIMILIAN SPALL

DIE FAMILIENTRADITION FORTGEFÜHRT

Schon ihre Väter waren Partner des 1971 gegründeten Werbeartikelhandels Kurt Hoffmann Exklusive Werbeartikel mit Sitz in Bad Kreuznach. Die heutigen Geschäftsführer, Marietta Christ und Maximilian Spall, waren beide schon viele Jahre im Unternehmen beschäftigt, bevor sie die Firma im Jahr 2000 übernahmen. Die zweite Generation im Portrait.

Wir besuchen kh-Werbeartikel im 43. Jahr seines Bestehens. Der geräumige Unternehmenssitz liegt auf einem ehemaligen Firmengelände und beherbergt neben dem Bürotrakt auch ausgedehnte Räumlichkeiten für Lager und Veredlung. Die Hausfrauen Marietta Christ und Maximilian Spall führen uns durch einen beeindruckend ausgestatteten Betrieb, der dem Kunden nahezu jeden denkbaren Service rund um exklusive Werbeartikel bietet. Wie das Unternehmen arbeitet und wie es sich in den letzten vier Jahrzehnten entwickelt hat, erzählt das

muntere Geschäftsführer-Duo mit dem gleichen Enthusiasmus, mit dem es auch sein Unternehmen führt.

KLASSISCHES WERBEARTIKELGESCHÄFT
„Wir betreiben das klassische Werbeartikelgeschäft, das heißt, wir verkaufen Werbeartikel an Endkunden. Der gewachsene Kundenstamm aus inzwischen rund 15000 kleineren und mittleren zumeist inhabergeführten Unternehmen wird von 35 fest angestellten Außendienstlern betreut, die bundesweit agieren“, erklärt uns Maximilian Spall. Mit dem Direktvertrieb durch einen eigenen Au-

ßendienst spricht er einen Punkt an, der im Werbeartikelhandel nicht alltäglich ist. Als Händler, der mit solch geballter Vertriebspower vorgeht, kümmert er sich intensiv und systematisch um seine Kunden und kann auch in Sachen Neugeschäft aktiv sein. Hierzu gehört auch, ganz individuell den Bedarf des Kunden zu eruieren und sein Interesse an Werbeartikeln zu wecken. Verkauft wird ein festes Sortiment, das alle Produktgruppen abdeckt und das der Vertriebsmitarbeiter dem Kunden im Rahmen von fest vereinbarten Terminen anhand einer Musterkol-

lektion vorstellt. Bei der Auswahl wird der Kunde sachkundig durchs Produktportfolio geführt. Dieses wird regelmäßig aktualisiert und spiegelt aktuelle Trends wider. Als Inspirationsquelle für den Aufbau des Sortiments dienen die PSI sowie die Hausmes- sen und Roadshows in der Region. Oberste Priorität bei der Zusammenstellung der Kollektion haben der praktische Bezug und der Nutzen der Artikel. Denn nur Nützliches wird beim Empfänger die gewünschte Werbe- wirkung erzielen und auf Dauer ein posi- tives Image des Werbetreibenden unterstüt- zen. Einige wenige Produkte wie zum Bei- spiel diverse Kleinlederwaren, Kunststoff- produkte, ein Kugelschreibermodell sowie ausgewählte Sonderanfertigungen entste- hen in Eigenregie.

AUSDIENST ALS KAPITAL

„Unsere Positionierung als klassischer Händ- ler mit einer Vertriebsstruktur, die auf den persönlichen Kontakt zum Kunden setzt, hat sich seit Unternehmensgründung nicht ver- ändert“, ergänzt Maximilian Spall. Und das aus gutem Grund, denn man ist gut gefahren damit und hat deswegen nach dem Betriebs- übergang im Jahr 2000 lediglich leichte An- passungen vorgenommen. Spall sieht den Außendienst als wertvollstes Kapital der Fir- ma, und entsprechend hoch sind auch die Investitionen in sorgfältig ausgewähltes und top geschultes Personal sowie einen Fuhr- park schicker BMWs – gleichzeitig Anreiz und exklusives Extra für die Mitarbeiter. Dem Vertriebsteam lässt das Unternehmen viel Spielraum: Jeder kann den Grad seiner Ak- tivität selbst bestimmen, und vielleicht ist es gerade diese Freiheit, die die Mitarbei- ter so eng ans Unternehmen bindet. Viele sind seit Jahrzehnten dabei und ihre Erfah- rung ist ein unschätzbare Potenzial, das sie nach und nach auch an die nachwachsen- de Kollegengeneration weitergeben. Sie ken- nen ihre Kunden lange und gut und betreu- en sie persönlich, und das scheint einer der Schlüssel zum Erfolg zu sein.

MIT BEWÄHRTEM ZUM ERFOLG

Wie Marietta Christ betont, wird der Kunde nicht von einer Unmenge an Produkten über- schüttet, in der er sich zurechtfinden muss. Stattdessen wählt er aus einem überschau-

baren, gut gegliederten Angebot bei seinem persönlichen Ansprechpartner das für ihn Passende aus. Das können auch kleinste Men- gen sein. Kataloge und Online-Shop sind in diesem Modell überflüssig. „Wir wollen nicht alles verkaufen und müssen auch nicht al- les können. Was der Kunde bei uns nicht findet, kauft er woanders zu“, sagt Spall selbstbewusst. Sein Modell funktioniert: Die meisten Kunden kommen wieder, viele kom- men auf Empfehlung hinzu – ein bestän- diges Geschäft in bester Tradition.

GESAMTE VEREDLUNG INHOUSE

Eine weitere Besonderheit von kh-Werbe- artikel: Die gesamte Veredlung findet mit wenigen Ausnahmen im eigenen Hause statt. Es gibt Sieb- sowie Tampondruckmaschi-

nen, Lasergravur und eine Offset-Druckerei ist angeschlossenen, wo einige Kalendervari- anten sowie Papierprodukte wie Zettelblö- cke und Schreibtischunterlagen gedruckt werden. Sogar eine Ätzmaschine gibt es, die von Marietta Christ persönlich bedient wird. Niemand kann die Werbeanbringungstech- nik für den typischen dezenten Look so per- fekt anwenden wie die Chefin selbst. Auch Logobearbeitung und Grafik sowie die ge- samte Druckvorstufe gehören zum Service. Das gesamte Sortiment ist am Lager vorrä- tig, es wird ausschließlich ab Lager verkauft. Das schafft Flexibilität und kurze Wege –

zum Vorteil des Kunden. Streckengeschäfte vom Lieferanten direkt zum Kunden gibt es nicht. Denn in Sachen Qualität geht man kein Risiko ein: Jedes einzelne Produkt je- des Auftrags wird selbst kontrolliert und erst dann an den Kunden ausgeliefert. „Wir ge- hen ganz auf Nummer sicher, das sind wir dem Kunden schuldig. Er bekommt ein Kom- plett-Paket aus Produkt und Dienstleistung von uns, das höchsten Ansprüchen genügt“, sagt Marietta Christ. 25 Mitarbeiter sind am Firmensitz damit beschäftigt, diesen An- spruch umzusetzen.

ZURÜCK INS FAMILIENUNTERNEHMEN

Seit über 25 Jahren ist Marietta Christ schon in der Firma tätig, in der sie vor dem Be- triebsübergang bereits Geschäftsführerin



war. Maximilian Spall ist einige Jahre spä- ter als Vertriebsmitarbeiter ins Unterneh- men eingetreten und rasch ins Geschäft hi- neingewachsen. Beide Firmenchefs haben sich mühelos in ihre Rolle eingefunden, die sie beim Generationswechsel übernommen haben. Zwar hatten beide ihre Wunschbe- rufe gelernt und waren darin auch tätig – Christ als Fotolaborantin und Spall als Braumeister – doch dann zog es sie doch in die väter- liche Firma, die ihnen von Kind an vertraut war. Da auch die Familien befreundet wa- ren, kennen sie sich von Kindheit an und verstehen sich bis heute bestens. <

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



MIT ELEGANTEN KURVEN

Elegante Kurven, an denen man sich nicht die Finger verbrennt. So beschreibt die SND PorzellanManufaktur ihren neuen henkellosen Becher „Porto“. Die herausragenden Eigenschaften des 0,2-Liter-Porzellanstücks: Porto ist doppelwandig und seine leichten Einbuchtungen sorgen bei einem Gewicht von 326 Gramm, einer Höhe von 96 Millimetern und einem Durchmesser (oben) von 99 Millimetern für guten Halt. Außerdem bietet der henkellose Becher mit seiner taillierten Optik auch etwas fürs Auge. Porto kann darüber hinaus durch Hydro- oder Siebtransferdruck, Gravur oder Personalisierung auch noch veredelt werden.

45567 • SND PorzellanManufaktur GmbH • Tel +49 6183 80080

info@snd-porzellan.de • www.snd-porzellan.de

KLEINER BÄR ZUM GROSSEN KUSCHELN

Der „Bear of the Year 2014“ von mbw heißt Lia und ist eine kleine Eisbärdame. Sie ist ca. 20 Zentimeter groß, schneeweiß und zuckersüß. Lia besticht durch ihre treuen Knopfaugen und ihren kuschelweichen Plüsch. Niedliche Details wie die kleinen Krallen an den Tatzen sprechen für die hochwertige und liebevolle Verarbeitung. Lia ist auch gut als Werbeartikel geeignet. Für die individuelle Werbebotschaft empfiehlt sich ein Dreieckstuch, Schal oder Doming.

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

info@mbw.sh • www.mbw.sh

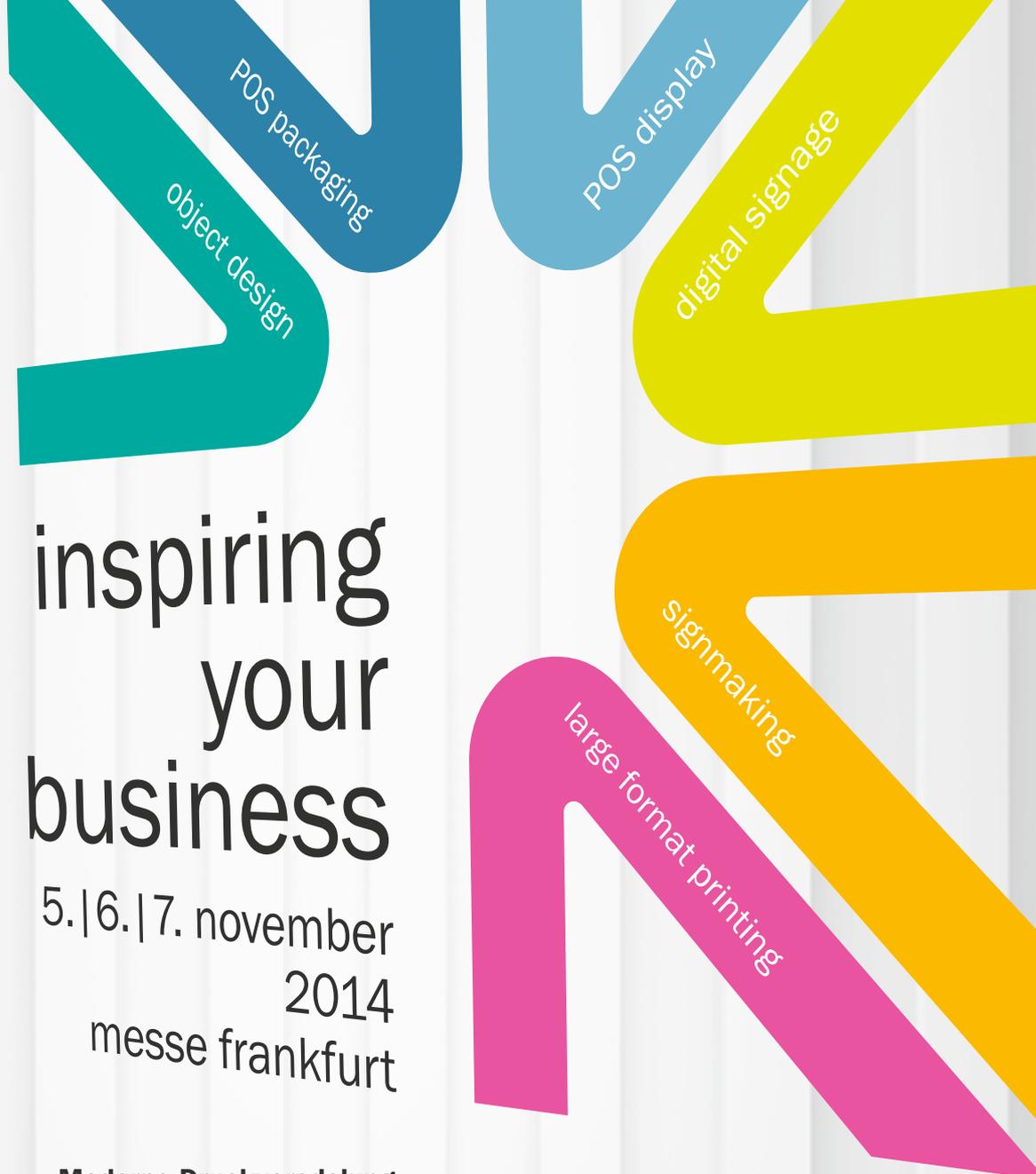


STILVOLL UNTERWEGS

Coffee2Go Lux ist eine neue Version des doppelwandigen Thermo2Go-Bechers. Die Rauten im Chesterfieldstil vermitteln bereits ohne weitere Veredelung einen besonders hochwertigen Eindruck. Auch der Deckel besteht vollständig aus Porzellan. Alternativ kann der klassische 2Go-Deckel verwendet werden. Der Becher ist bedruckbar und kann mit Glasur oder Gravur versehen werden. Ein Logorapport eignet sich dafür besonders gut.

44833 • Mahlwerck Porzellan GmbH • Tel +49 8031 274725

ingo.moeller@mahlwerck.de • www.mahlwerck.de



inspiring your business

5. | 6. | 7. november
2014
messe frankfurt

Moderne Druckveredelung und funkelnDe Styles

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

www.viscom-messe.com
www.viscomblog.de



viscom

frankfurt 2014

internationale fachmesse für
visuelle kommunikation

BESTENS GEWAPPNET



Mit dem Kraftform XXL Satz beantwortet Wera die häufige Frage nach den wichtigsten Schraubendrehern, die man in der Werkstatt haben sollte. Die Mischung aus zwei Schraubmeißeln für härtere Jobs, sieben Werkstatt-Schraubendrehern, zwei bei 10.000 Volt stückgeprüften VDE-Schraubendrehern und einem Spannungsprüfer macht aus diesem XXL Satz ein Sortiment, mit dem man für die häufigsten Anforderungen bestens gewappnet ist. Die Schraubmeißel und Schraubendreher verfügen über den Kraftform Griff, der durch die optimale Kombination aus Hart- und Weichzonen für unversehrte Hände bei gleichzeitig hoher Arbeitsgeschwindigkeit auch im längerfristigen Einsatz sorgt – praktischer Nebeneffekt inklusive, denn häufig wird ein Schraubendreher nicht nur zum Schrauben verwendet: Die Schraubmeißel können zusätzlich zum Meißeln, Stemmen oder Schlagen genutzt werden.

48078 • Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co. KG •

Tel +49 202 4045144

matuschek@wera.de • www.wera.de

LEUCHTEN AM LAUFENDEN METER

Seit fast hundert Jahren gilt meterex als der Spezialist für Messwerkzeuge. Ganz neu im Repertoire: die nach Angaben des Unternehmens längste Taschenlampe der Welt. Der „Leuchtmeter“ kombiniert einen hochwertigen, zwei Meter langen Kunststoff-Gliedermaßstab mit einer integrierten LED-Beleuchtung. Auf diese Weise lassen sich dunkle Bereiche, wie zum Beispiel hinter Heizungen, Schränke, Schächte, Motoren oder Maschinen, beleuchten. Haarrisse in Rohren können punktgenau sichtbar gemacht werden. Der Leuchtmeter kann abgeknickt und leuchtend in die Brust- oder Hosentasche gesteckt werden, um beide Hände zum Arbeiten frei zu haben. Um Energie zu sparen, wurde in die Elektronik eine Abschaltautomatik nach fünf Minuten Leuchtzeit eingebaut.

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

meterex@meterex.com • www.meterex.com



KLEINE FRÜCHTCHEN

Wer gerne gesund lebt und Natürliches zu schätzen weiß, kann jetzt mit Leichtigkeit alles verbinden, was Freude macht: Mit natürlichen Aromen und reinen Pflanzenextrakten gefärbt, frei von tierischer Gelatine, sind die pastelligen Joghurt-Gums ein Genuss für jeden, der einfach Freude am Süßen hat. Bei Sport und Fitness, auf der Tagung oder im Meeting – wenn sich Kalfany Süße Werbung und Katjes zusammmentun, wird vegetarisches Bewusstsein zum Spaß auf hohem Niveau. IFS-zertifiziert stellt Kalfany Süße Werbung das neue Joghurt-Fruchtgummisortiment frei von jedem Zusatz vor. Verpackt sind die kleinen Früchtchen in einer 100 x 75 Millimeter großen Hülle – wahlweise glasklar oder milchweiß.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG • Tel +49 7643 80127

vertrieb@ksw24.com • www.suesse-werbung.de



ECHTE HINGUCKER

Strimaxx präsentiert seine neue MAXX-Serie: Der RetroMAXX ist transparent und ermöglicht auch beim stärksten Regenschauer den freien Blick nach allen Seiten. Durch das tiefer gezogene Gestell kann der Nutzer auch mit Kopfbedeckung aufrecht gehen. Für die Damen wichtig: Die Frisur bleibt in Form. Während der Regenpausen lässt sich der Schirm elegant mit dem Schultergurt tragen. – Ultraflach und federleicht zeigt sich dagegen der kleine MAXX (unten). Er passt in die kleine Abendtasche oder sogar in die Innentasche des Sakkos und trägt dabei nicht stärker auf als eine Brieftasche. Das 159 Gramm-Leichtgewicht ist durch die Verwendung hochwertiger Materialien robust: Der Kleine besteht aus Fiberglasendspeichen, stabilem Teleskop-Metallgestell und ultra-leichter Pongee-Spezialbespannung mit 87 Zentimetern Durchmesser: einzigartig in der Kombination von Miniaturisierung, Gewicht und Qualität. Und beide Schirme sind echte Hingucker.

48720 • Strimaxx & Friends GmbH •

Tel +49 40 73926680 • info@strimaxx.de • www.strimaxx.de

PROFISCHUTZ FÜR GRILLMEISTER

Mit der aus robustem 600 D Polyester produzierten Grill-schürze von Giving Europe avancieren ambitionierte Grillfreunde zum Grillmeister: Der praktische Schutz ist mit nützlichen Fächern ausgestattet, die mit einer Grillzange, Schaber, Fleischgabel, Grillhandschuh sowie Salz- und Pfefferstreuer gefüllt sind. Sie lässt sich leicht zusammenfalten und dadurch problemlos verstauen. Eine Werbeanbringung erfolgt laut Anbieter per Transferdruck.

45737 • Giving Europe GmbH • Tel +49 421 596597-0

kontakt@givingeurope.de • www.givingeurope.de





BASISSET FÜR EINSTEIGER

Gut gerüstet startet in die bevorstehende Grillsaison, wer mit dem Grillbesteckset Basic von Giving Europe ausgestattet wird. Das Grillbesteck ist aus robustem Edelstahl gefertigt und beinhaltet eine Zange, einen Schaber sowie eine Fleischgabel. Das Etui ist aus Non-Woven-Material hergestellt und verfügt über praktische Tragegriffe – ein interessantes Geschenk für angehende Grillmeister. Laut Hersteller lässt sich die gewünschte Werbebotschaft per Transferdruck aufbringen.

45737 • Giving Europe GmbH • Tel +49 421 596597-0
kontakt@givingeurope.de • www.givingeurope.de

EIN MUSS FÜR ECHE FANS

Der Fanblock des Wolpertinger Warenhauses für eine umfassende Fußballspielstatistik stammt aus der Serie des „neuen deutschen Formularwesens“. Er ist für echte Fans des „grünen Sports“ und lässt es diesbezüglich an nichts fehlen. Von Aufzeichnungsmöglichkeiten der Aufstellung, dem Leistungsdiagramm der einzelnen Spieler, den Ballkontakten und Torchancen, über gelbe und rote Karten, Kommentar- und Bewertungsfelder bis zu den verschiedenen Turnierkategorien ist alles auf 50 Blockseiten dokumentierbar. Für Tipp-Könige und echte Fans ein Muss. Die Formularblock-Familie wurde mit dem Red Dot Design Award und dem iF Communication Design Award für ihre gute Gestaltung ausgezeichnet.

48637 • Wolpertinger Warenhaus © Eine Marke der Gute Gesellschaft mbH •
Tel +49 211 6999088-0
kaufich@wolpertingerwarenhaus.de • www.wolpertingerwarenhaus.de



WIDERSTAND ERWÜNSCHT

Auf Ideallinie gegen den Strom und dabei möglichst viel Reibung erzeugen: Mit dem neuen „Straight Gum“ Druckkugelschreiber in angenehm haptischer Softtouch-Oberfläche liefert uma eine besonders formschöne Vorstellung davon, wie man bei seiner Zielgruppe einen spiegelglanzgravierten Eindruck hinterlassen kann. Denn wenn man den hohen Wert seiner Marke schon in fremde Hände legt, sollte er sich dort ja auch als entsprechend zukunftsfähig und haltbar erweisen. Die kontraststarke Kombination von Metallschreibgerät und gummiertem Schaft wirkt schon ungeschrieben wie das unterzeichnete Versprechen, nicht nur mit der Spitze zu blitzen, sondern dauerhaft an seinem Anspruch festzuhalten. Erhältlich ist der „Straight Gum“ in 12 verfügbaren Farbtönen der Standardpalette und ist ausgestattet mit der europäischen uma TEC Kunststoffgroßraummine mit deutscher Paste und einer Schreiblänge von 4.500 Metern.

41848 • uma Schreibgeräte Ullmann GmbH • Tel +49 78 32 707-0
info@uma-pen.com • www.uma-pen.com

LICHTAKZENTE SETZEN

Diese Kopfbedeckung fällt garantiert auf. Neben den aufwendig verarbeiteten Pailletten setzen bei den neuen „Flashing Hats“ die integrierten LEDs besondere Lichtakzente. Über einen Schalter sind drei verschiedene



Blinkmodi einstellbar. Individuelle Motive sind mittels Bestickung realisierbar. Die LEDs können auch in unterschiedlichen Farben gewählt werden. Einfarbige Hüte und natürlich auch der zur WM passende „Deutschland-Hut“ sind kurzfristig ab Lager lieferbar.

46095 • Lumitoys-GmbH • Tel +49 2331 3775450

info@lumitoys.de • www.lumitoys.de



FAN-TASTISCHE BASTELIDEEN

Die Vorfreude auf das Fußball-Großereignis in Brasilien fördert fischertechnik mit dem „fischer TiP Eimer 500 Deutschland“. Mit dem neuen Fan-Eimer in den Nationalfarben kann die ganze Familie individuelle Fanartikel basteln. Enthalten sind neben den 500 TiPs in den Farben Schwarz, Rot und Gelb auch Schwammtuch, Schneidwerkzeug und ein Sonnenschild zum Bekleben. Mit der bereits enthaltenen Schnur können Blumenkette und Wimpelgirlande gebastelt werden. Der besondere Clou: fischer TiP besteht aus Kartoffelstärke sowie Lebensmittelfarbe und ist zu 100 Prozent biologisch abbaubar.

48315 • fischertechnik GmbH • Tel +49 7443 124395

info@fischertechnik.de • www.fischertechnik.de

Inserentenverzeichnis

PSI No.	Inserent	Seite
	All about Sourcing	063
49043	bwg - Bundesverband der Werbemittel-Händler D-A-CH	Beilage
42819	Gustav Daiber GmbH	U2
48449	Der Zuckerbäcker GmbH	071
	FIBO - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	055
	FKM Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen	002
44615	Golfball Bussjäger	029
45666	Halfar System GmbH	031
41545	Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG	U4
48639	Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co. KG	059
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	065
41816	Nestler-matho GmbH & Co. KG	007
42332	prodire S.A.	001, 027
	PSI Promotional Product Institute - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	043, 085, 087
	PSI PROMOTION WORLD - Reed Exhibitions Deutschland GmbH / Deutsche Messe	U3
47182	Reisenthel Accessoires	025
47620	Rheingold - Comet - Sports GmbH	029
49084	Schrimms GmbH	023
	SEMINAR ALLIANZ c/o Reed Exhibitions Deutschland GmbH	039
41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	005
41032	Suthor Papierverarbeitung GmbH & Co KG	083
44970	TRIGON Deutschland GmbH	003
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	033
	viscom - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	079

Wir sind ein mittelständisches, inhabergeführtes Unternehmen und Marktführer in Herstellung und Vertrieb von Werbe-, Fest- und Dekorationsartikeln aus Papier, Karton und Kunststoff. Vom Standort Nettetal bedienen wir mit unseren Artikeln und Dienstleistungen den deutschen und westeuropäischen Markt.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir aus der Region einen/eine

Mitarbeiter/in Vertrieb Innendienst

mit kaufmännischer und/oder drucktechnischer Ausbildung

Ihr Aufgabengebiet umfasst u.a.:

- die Erstellung von Angeboten sowie deren aktive Verfolgung
- die Betreuung unserer Kunden sowie Erfassung und Abwicklung eingehender Aufträge, inkl. der Kontrolle der Drucklayouts
- die Teilnahme an Messen sowie vereinzelte Besuche der wichtigsten Kunden
- die enge Zusammenarbeit mit der Marketing- und EDV-Abteilung

Das bringen Sie idealerweise mit:

- kaufmännische Ausbildung (z.B. Ausbildung zum/zur Industriekaufmann/-frau)
- idealerweise Erfahrungen in der Werbearbeit- und/oder Druckbranche
- gute kommunikative Fähigkeiten und sprachliches Ausdrucksvermögen
- überzeugend durch organisierte, strukturierte und selbstständige Arbeitsweise
- gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift
- sicher im Umgang mit aktuellen Office-Programmen (insbesondere Excel)

Wir bieten Ihnen die Chance mit uns zu wachsen und neue Bereiche aufzubauen. Es erwartet Sie eine abwechslungsreiche, herausfordernde Tätigkeit in einem motivierten Team mit flachen Hierarchien und kurzen Entscheidungswegen in einem dynamischen Umfeld.

Bitte senden Sie uns Ihre Bewerbung mit komplettem Lebenslauf und Zeugnissen unter Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung; bevorzugt in digitaler Form.

Suthor Papierverarbeitung GmbH & Co KG
Van-der-Upwich-Str. 26-28 · 41334 Nettetal
bewerbung@suthor.de · www.suthor.de



AUF EIN WORT

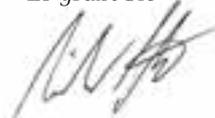
In unserer schnelllebigen Zeit, in der man sich immer schwerer tut, Orientierung zu finden, braucht es einschneidende Ereignisse, um schlagartig innezuhalten. Ein solches Ereignis war der Tod von Walter Jung, dem Gründer des PSI. Ich war sehr betroffen von der Nachricht, obwohl ich wusste, dass es ihm gesundheitlich nicht gutging.

Es mag pathetisch klingen, aber jede Zeit hat ihre prägenden Figuren. Walter Jung war unbestritten eine prägende Figur der Werbeartikelbranche. Prägend bedeutet nicht nur, dass er ihr seinen Stempel aufgedrückt hat, er hat diese Branche entwickelt, sie erfolgreich gemacht. Viele Unternehmen, Werbeartikelhändler und Lieferanten sind mit ihm groß und durch ihn reich geworden. Er hat für diese Branche gekämpft, auch politisch.

Ich habe Walter Jung vor nunmehr fast sechs Jahren kennenlernen dürfen. Wir haben uns auf Anhieb verstanden und respektiert. In dieser Zeit haben wir uns oft getroffen, manchmal auch durch Zufall bei einer Messe oder bei einem Kaffee in Düsseldorf. Er war trotz Krankheit und des tragischen Verlustes seiner Frau Barbara immer bestens informiert und immer ein guter Ratgeber bei Fragen, die das PSI betrafen. Nie werde ich seinen Satz vergessen: „Herr Freter, im Zweifel ist immer das PSI schuld! Das war schon immer so.“ Ein Satz, den ich mir immer ins Gedächtnis rufe, wenn es mal wieder Streitereien innerhalb der Branche gibt, bei denen leider allzu oft die Egos im Vordergrund stehen und nicht die Erkenntnis, was das PSI auch heute noch leistet oder was gut oder schlecht für die Branche ist.

Walter Jung hat mich immer darin bestärkt, meinen Weg mit dem PSI zu gehen und mich von Unstimmigkeiten nicht beeindrucken zu lassen. Ich hätte Walter Jung gerne früher kennengelernt. Ich bin jedoch stolz, ihn gekannt zu haben und werde sein Andenken und seinen Rat bewahren. <

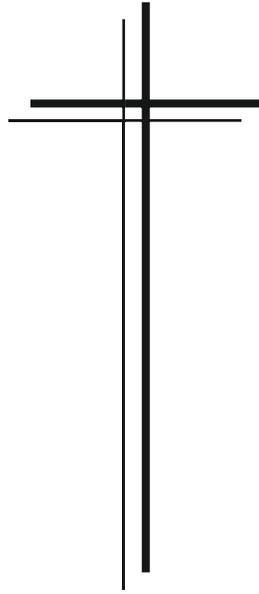
Es grüßt Sie



Michael Freter
Herausgeber PSI Journal
Geschäftsführer PSI
michael.freter@psi-network.de



»Walter Jung hat diese Branche entwickelt, er hat sie erfolgreich gemacht.«

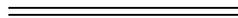


Walter Georg Jung

1.8.1934 – 6.3.2014

In Gedenken an unseren Freund und Gründer

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des PSI
Reed Exhibitions Deutschland GmbH



Unvergessen und trotz aller Trauer ein Moment, an den wir zurückdenken,
war die 50. Jahr-Feier zur PSI 2010, bei der Walter Jung von der Branche
für sein Lebenswerk mit standing ovations gewürdigt wurde.

„Ich ziehe nach wie vor den Blick aufs Morgen vor, aber es macht im Alter gelassener,
wenn das Gestern so viele schöne Bilder und ganze Filme bereit hält“,
sagte er damals vor mehr als 1.200 Gästen.

Wir werden diese Bilder in fester Erinnerung behalten.

PSI PROMOTION WORLD

AUF DEM EIGENEN STAND KOMPETENZ DEMONSTRIEREN

Präsenz zeigen. Aufmerksamkeit erzielen. Kontakte knüpfen. Die PSI PROMOTION WORLD (8. bis 10. April 2014 während der HANNOVER MESSE) ist nicht nur eine hervorragende Bühne zur aufmerksamkeitsstarken Präsentation von Werbeatikeln. Veranstaltungen wie das „marketing forum hannover“ und der „First Choice Award“ im Rahmen der PSI PROMOTION WORLD sind ein zusätzlicher Magnet für Marketing- und Werbefachleute. Wo aktuelle Trendthemen im Marketing diskutiert und erfolgreiche Werbemittel sowie Incentives gekürt werden, ist ein echter „Place to be“ für alle. Deshalb: dabei sein und Kompetenz zeigen. Alles Wichtige rund um die PSI PROMOTION WORLD sowie alle Informationen für Aussteller sind unter www.psi-promotion-world.de zusammengestellt.

MARKETING FORUM HANNOVER – B2B-TREFFPUNKT FÜR ENTSCHEIDER

Gegenständliche Werbung. Haptische Markenkommunikation. Multisensorisches Marketing. Werbung in ihrer ganzen Dimension (be-)greifen – das marketing forum hannover bietet vielfältige Ansätze, Trendinformationen zu Social Media, SEO und Content Marketing sowie interessantes Know-how rund um Compliance, Produktökologie und Markenführung. Das marketing forum hannover 2014 liefert Expertenwissen für den Kundendialog. Und ist damit Anziehungspunkt für Marketingentscheider. Eine gute Gelegenheit, auch und gerade in diesem Rahmen Kompetenz zu zeigen und das eigene Portfolio zu demonstrieren.

„FIRST CHOICE AWARD“ – DIE ERSTE WAHL

Welcher Werbeatikel begeistert Unternehmen am meisten? Die Antwort auf diese Frage gibt der „First Choice Award“. Er ist der Publikumspreis, mit dem die PSI PROMOTION WORLD das Thema Werbeatikel und Incentives auf eine neue Ebene hebt. Denn: Allein das Messe-Publikum entscheidet per Stimmabgabe über die Top Ten der ausgestellten Werbeatikel. Ein Anreiz für alle Aussteller, das eigene Top-Produkt ins Spiel zu bringen. An einem Sonderstand werden hochkarätige Werbeatikel ausgestellt, von den (Fach-)Besuchern begutachtet und prämiert. <



PSI SUPPLIER FINDER

EINTRÄGE NOCH **BIS** **ZUM 11. APRIL** AKTU- ALISIEREN

Der PSI Supplier Finder ist für Händler eine wichtige Stütze bei der Suche nach den für die individuellen Bedarfe geeigneten PSI Herstellern und Lieferanten. Wer im PSI Supplier Finder steht, wird gefunden. Und wer sich noch bis zum 11. April 2014 registriert, wird in Ausgabe 1/2014, die zurzeit erstellt wird, aufgenommen. Allein in der vergangenen Ausgabe (2/2013) waren Lieferanten in 5.100 Warengruppen mit Quellenangaben für den Bezug von Produkten und Dienstleistungen gelistet. Dank des Zertifizierungssystems können Lieferanten verdeutlichen, dass sie sich in Professionalität und Kundenbetreuung höchsten Ansprüchen verpflichtet sehen. Um das Online-Formular zu bearbeiten, genügt ein Login unter www.psi-network.de/supplierfinder mit den entsprechenden PSI Zugangsdaten. Für weitere Beratung und Rückfragen steht Tobias Fliss gern zur Verfügung: Tel.: +49 211 90 191 – 321, E-Mail: tobias.fliss@reedexpo.de. <

› PSI

DER › PSI WEBSHOP

Neue Kunden, neuer Umsatz.
Ihr neuer Service.

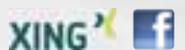


In wenigen Schritten zum eigenen Webshop!
Telefon +49 211 90191-279

Kein Shop auf Ihrer Internetseite? Kein Problem!

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

Besuchen Sie uns auf:



 Reed Exhibitions

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



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



SCHREIBENDER EINDRUCK

Auf der Beliebtheitskala der Werbeartikel liegen sie ganz vorne: Schreibgeräte und Büroartikel. Mit Blick auf Funktionalität und konkreten Nutzen sind sie nahezu unschlagbar. Und auch in puncto Originalität und Kreativität haben sie jede Menge zu bieten – wie das Titelthema „Schreibgeräte und Büroartikel“ der kommenden Ausgabe zeigen wird. Stetig zunehmender Beliebtheit auf dem Werbeartikelmarkt erfreuen sich auch „Textilien und Caps“. Für das PSI Journal ist es deshalb selbstverständlich, auch diesem Themenbereich Raum und Seiten zu geben.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Titelthemen der Juni-Ausgabe „Marken und Premiums“ sowie „Outdoor und Sicherheit“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) spätestens bis zum 18.04.2014 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechemer@edit-line.de. <



GUT AUFGESTELLT FÜR DIE ZUKUNFT

Im Jahr 2008, mit Inbetriebnahme seiner gigantischen, automatisierten Produktionsstätte modernster Prägung in der marokkanischen Stadt Skhirat, hat Fruit of the Loom auch auf dem europäischen Markt endgültig zur Gruppe der Marktführer im Bereich Bekleidungstextilien aufgeschlossen. Dieser Anspruch erforderte entsprechend hohe Investitionen. Das PSI Journal hatte Gelegenheit zum Blick hinter die Kulissen. <



PSI JOURNAL VOR ORT AUF DEN HAUSMESSEN

Hausmessen sind längst zu einer wertvollen Ergänzung im Messe-Terminkalender von Werbeartikelherstellern, -lieferanten und -händlern geworden. Dass sie sich auch großer Beliebtheit erfreuen, zeigen die langjährigen Bestehen und hohen Teilnehmer- sowie Besucherzahlen. Das PSI Journal ist vor Ort und berichtet über die Hausmessen im Frühjahr, blickt hinter die Kulissen und bereitet alles Wissenswerte auf. <

IMPRESSUM

Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-Wirtschaft von
PSI Promotional Product Service Institute
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, André Weijde

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: Martin Höchemer, Anke Zimmermann,
Christian Jacob, Werner Menzel, Christoph Zimmermann,
Simon Dietzen

Chefvom Dienst: Martin Höchemer

Verkaufsleitung: Gülden Cihantimur

Anzeigenleitung: Anja Späker

Objektleitung: Anja Späker

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

Anna Vaccari, Tel.: +49 211 90191-192

**Postleitzahlen: 0, 3, 4, 5 / Regionen: Naher und Mittlerer
Osten, Irland, Baltikum, Finnland, Afrika:**

Senija Menzel, Tel.: +49 211 90191-114

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

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

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

**Postleitzahlen: 7, 8 / Regionen: Zypern, Griechenland,
Schweiz:**

Armin Cyrus, Tel.: +49 211 90191-161

Spanien: Olga Pons, GPE S.L.

Tel.: +34 93 4244000

Italien: Luigi Quadrelli, Reed Exhibitions ISG Italy S.r.l

Tel.: +39 02 43517048

UK: Charlie Pace, Reed Exhibitions UK

Tel.: +44 20 89107748

Frankreich: Marie-Rose Michel

Reed Exhibitions France, Tel. +33 1 41904667

Türkei: Ismail Sezen, İstexpo Fuarçılık Hizmetleri Ltd.
Şti, Tel.: +90 212 2758283

Gestaltung: Edit Line GmbH, Mainz
im Auftrag von PSI Promotional Product Service Institute
Reed Exhibitions Deutschland GmbH

Art-Direction: Stephan Weiß, Stephan Flommersfeld,
Doreen Balber

Fotos: Lars Behrendt, Ursula Geppert, Martin Höchemer
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. 46 vom 1. Januar 2014.

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

Wirkt!

Kann man drehen, wie man will.



Werben in höchster Auflösung.

Außergewöhnliche Giveaways im Fokus? Dann finden Sie bei uns Werbe-Ideen, die kreativ überraschen und geschmackvoll begeistern. Zum Beispiel unsere Dosen-Highlights, die über einen Full-Body-Sleeve im 4-c Digitaldruck umfangreiche Werbebotschaften „rundum“ und in hochwertigem Design ermöglichen. Viele verschiedene Ausführungen

und Inhalte wie Gummibärchen, Bonbons oder Pfefferminz sind für alle Anlässe und Kommunikationsziele einsetzbar. Zum Beispiel auf der Messe, beim Tag der offenen Tür oder am P.O.S. als kleines Dankeschön. Mehr Infos, Kataloge und Gratis-Muster jetzt beim JUNG-Team anfordern. www.jung-europe.de