

JOURNAL

Renate Hoess
Topkapi Tessuti
„Made in Italy“
aus Überzeugung



Bas Lensen
Toppoint
Spannender Blick
in die Toppoint-Welt



Werbeartikel-Guide
Gesundheit, Fitness,
Beauty

Kalender, Papier,
Verpackungen

Xindao
„Vision 2020“
als Gradmesser

Neu am Markt
Werbeartikel-
Innovationen



MESSE IM FOKUS
SO BUNT WAR DIE PSI 2014



Promotional Products



Post-it® is a registered trademark of 3M

DANK E

... für die beeindruckende Anzahl an Besuchern auf unserem Stand bei der PSI 2014 und für das überwältigend positive Feedback auf unsere Produktneuheiten der Serie Post-it® Promotional Products.

Sie konnten leider nicht dabei sein? Informationen und Muster gibt es unter www.promotion.michaelschiffer.com

Der Vertrieb unserer Produkte erfolgt ausschließlich über Werbemittelhändler.

EDITORIAL

WERTEWANDEL UND COMPLIANCE

Überall sprießen derzeit neue Compliance-Berater und -Manager wie Pilze aus dem Boden. Konzerne haben schon Abteilungen in Bataillonsstärke aufgebaut. Warum das? Waren wir in Europa dabei, im Korruptionssumpf zu ertrinken? Sicher nicht. Viele Unternehmer reagieren nicht nur deshalb hilflos, wenn das Thema Compliance auf den Tisch kommt.

Viele von uns sind von Ihrer Vita geprägt, wovon auch sonst? In den 50er-Jahren war man mit Compliance großzügig – man wusste nicht mal, was es war. Es ging damals um Aufstieg, für manche immer noch ums Überleben. Geschäfte mit „Geschmäckle“ wurden wohlwollend umschrieben: man hatte etwas beschafft oder organisiert. Die Staaten hatten genug damit zu tun, Infrastruktur und Rechtsstaatlichkeit wieder in Gang zu setzen. Ende der 60er-Jahre hieß es dann: „Trau keinem über dreißig“. Dahinter verbarg sich ein massives Misstrauen gegenüber dem Staat und seinen Repräsentanten. Als in Europa aber wieder Wohlstand eingezogen war, begannen die Staaten langsam und sicher, weite Teile der Gesellschaft zu alimentieren und zu subventionieren.

Viele Menschen sahen das gern. Aber wenn ein Staat großzügig ist und alles regelt, dann darf man auch nicht murren, wenn er einem mehr als je zuvor auf die Finger schaut. „Hotel Mama“ ist dann eben überall. Und wie Eltern schreibt der liebende Staat dann vor, nach welchen Regeln gelebt und gewirtschaftet wird. Compliance-Regeln in Unternehmen gehören auch dazu. Sie sollen uns Leitplanken sein. Schön und gut. Nichts gegen Regeltreue. Aber wer legt die Regeln fest? Volksvertreter? Ein gesellschaftlicher Diskurs? Nein, Compliance-Manager, die sich und ihren Job verselbständigen. Eigentlich sollen sie nur kontrollieren, ob von „ihren“ Unternehmen Gesetze und Kaufmannsregeln eingehalten werden. Aber sie machen ihre eigenen Regeln. Regeln, die auch massiv den Werbeartikel treffen. Wer so ein wichtiges Werbeinstrument zerschlägt, weil er Werbung mit Streuartikeln in die Nähe der Korruption rückt, der ist mehr als fehl am Platz – auch wenn sein Übereifer im Trend liegt.

Die Globalisierung der Wirtschaft und damit auch die des Handels hat dazu beigetragen, dass wir mehr und mehr mit internationalen Regeln arbeiten müssen. Eigene Wertvorstellungen sind nicht überall Standards. Vieles im Compliance-Bereich macht daher Sinn. Das muss in einer zivilen Wohlstandsgesellschaft sicher anders gesehen werden als in hemdsärmeligen Aufbaugesellschaften. Die Verbände der Werbeartikelwirtschaft werden Wertewandel und Compliance verstärkt auf ihre Tagesordnungen setzen müssen. Dieses Feld darf man den Compliance-Managern nicht allein überlassen.

Packen wir es an



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

WERBEN MIT WOHLGEFÜHL

36

Kaum ein anderer Wunsch wird so häufig geäußert wie der nach Gesundheit. Entsprechend hohe Aufmerksamkeit genießen auch Werbeartikel, die sich diesem Themenkreis widmen. Eine hohe Aufmerksamkeit erzielen trotz Smartphones, Smartpads oder E-Books auch Kalender und Papierprodukte. Dank moderner Techniken sind sie noch vielseitiger und individueller geworden. Und Verpackungen sind längst nicht mehr bloße Zutat, wie ab Seite 64 zu sehen ist.



TRENDS & BRANDS	Der besondere Kick	4
	Die große Wellness-Welle	6
FOKUS	Haftungsfallen im Onlineshop vermeiden	8
MESSE AKTUELL	Die PSI als Premierenshow	10
GESUNDHEIT, FITNESS,		
BEAUTY	Werben mit Wohlgefühl	36
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	56
	Werbemittelmesse München 2014: Wieder ein voller Erfolg	60
	Jahresmitgliederversammlung des bwg:	
	Zielführende Diskussionen	62
KALENDER, PAPIER,		
VERPACKUNGEN	Schönes schön umhüllt	64
UNTERNEHMEN	Toppoint: Spannender Blick in die Toppoint-Welt	76
	Xindao: „Vision 2020“ als Gradmesser	78
	Elasto Form: Hüttengaudi in Halle 11	80
PORTRAIT	Renate Hoess: „Made in Italy“ aus Überzeugung	82
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	86
MEINUNG		92
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	94
IMPRESSUM		96

PSI 2014: DIE PSI ALS PREMIERESHOW

10



Es war die 52. PSI. Trotzdem ist es der europäischen Leitmesse der Werbearbeitelbranche gelungen, sich neu zu erfinden. Und: Die Aussteller zogen mit und haben für sehenswerte Inszenierungen ihrer Produkte gesorgt. Ob PSI FIRST, GUSTO, CATWALK, Technology Forum, AFTERWORK, PSI CAFÉ und, und, und. Diese Ausgabe beleuchtet ausführlich alle Highlights und wirft noch einmal einen Blick zurück.

BWG: ZIELFÜHRENDE DISKUSSIONEN

62



Traditionell am Tag vor der PSI Messe veranstaltete der Bundesverband der Werbemittel-Berater und -Großhändler (bwg) seine Jahresmitgliederversammlung in Ratingen. Zentrale Themen diesmal waren die Neuwahlen des Vorstandes und die neuesten Entwicklungen zum Einheitsverband. Während der Vorstand für weitere zwei Jahre im Amt bestätigt wurde, ist die Diskussion um die Ausgestaltung eines Einheitsverbands noch in vollem Gange.

XINDAO: „VISION 2020“ ALS GRADMESSER

78



Zu 100 Prozent nachhaltig werden. Das ist das hehre Ziel der „Vision 2020“, die Xindao jüngst am Rande der PSI 2014 vorgestellt hat. Eine große Herausforderung und – das hat der niederländische Werbearbeitellieferant zugegeben – der eine oder andere Rückschlag wird auf dem Weg dorthin wohl nicht ausbleiben. Der Fokus der „Vision 2020“ liegt gleich auf vier Aspekten: den Produkten, der Lieferkette, dem Unternehmen und der Kommunikation.

RENATE HOESS: „MADE IN ITALY“ AUS ÜBERZEUGUNG

82



Deutsche Präzision in Verbindung mit italienischer Kreativität und Tradition. Es sind genau diese Werte, die Kunden an Topkapi Tessuti schätzen. Mutter des Erfolgs ist Renate Hoess. Seit bald 20 Jahren stellt ihr Unternehmen mit Sitz am Comer See hochwertige Accessoires aus Seide, Baumwolle, Polyester und anderen interessanten Mischgeweben für den Werbearbeitelmarkt her. Ein Markt, den sie sich eher zufällig erschlossen hat.

Ich seh' dir in die Augen, Kleines!

Den Ort dafür können Sie sich bei unserer **StadtEnte®** aussuchen.



Geschmacksmusterschutz EU-weit

mbw Vertriebsges. mbH
Tarper Str. 2 | 24997 Wanderup
www.mbw.sh

**SPIELEND FANS GEWINNEN**

Taktiker
Creativ GmbH
PSI Nr.: 11399
www.creativ.de

**FÜR DIE KRITISCHEN MomENTE**

Anti-Stress-Fußball „Kick-off“
Inspirion
PSI Nr.: 42907
www.promotiontops.eu

**ELF FREUNDE SOLLT IHR SEIN**

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

SÜSSE ABRUNDUNG

Meisterschafts-Lolly aus Schokolade
Kellermeister Manns GmbH
PSI Nr.: 45384
www.kellermeister-manns.de

**DER BESONDERE KICK**

Eine Redewendung sagt, Fußball sei die schönste Nebensache der Welt. Anlässlich großer internationaler Fußball-Ereignisse nimmt der Kampf um das runde Leder für viele eingefleischte Fans ohne Zweifel einen wesentlich höheren Stellenwert ein. Dabei können sich die Wenigsten vorstellen, dass Fußball vor hunderten Jahren eine Sportart war, die ausschließlich hinter den Mauern britischer Eliteschulen betrieben wurde. Die Grundlagen für die Regeln des modernen Fußballs bilden übrigens die „Cambridge Rules“ von 1848. Nach Deutschland kam der Fußball Ende des 19. Jahrhunderts. Nach erheblichen Anlaufschwierigkeiten ist er heute längst zum Volkssport Nummer 1 geworden – wie neben der Begeisterung für die bevorstehende WM auch die verstärkte Zuwendung der Werbeartikelbranche zu diesem Thema zeigt.



ZWILLING
J.A.HENCKELS

*Geschenkkideen
die in Erinnerung bleiben*

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

Kester Bolz Handelsvertretung
Buntentorsteinweg 169
28201 Bremen

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

www.zwilling.com

ZWILLING. Passion for the best.
Since 1731.



VIER AUF EINEN STREICH

Massagebürste
Frank Bürsten GmbH
PSI Nr.: 41853
www.frank-brushes.de



LAVASTEINE GEGEN STRESS

Massage-Set „Take it easy“
Citizen Green Boomerang S. A.
PSI Nr.: 42811
www.bewear-pro.com



WELLNESSDUFT MIT GUTEM GEWISSEN

Massage-Kerzen
Gams Wellness
PSI Nr.: 45698

www.gams-wellness.de



WELLNESS-TRAUM ALL INCLUSIVE

Wellness-Traum
Römer Wein und Sekt GmbH
PSI Nr.: 43892
www.roemer-praesente.de

DIE GROSSE WELLNESS-WELLE

Nach der Bedeutung von Wellness befragt, antworten die meisten Menschen mit Massage, Sauna, Whirlpool, Beauty & Spa – kurzum: sich rundum verwöhnen lassen. Dabei hat Wellness, das nach heutiger Definition luxuriöse einmal-nichts-Tun, einen völlig anderen Ursprung. Wie viele Trends hat auch Wellness seine Wurzeln in den USA und geht auf den Präventivmediziner Dr. Halbert Dunn zurück. In den 1950er-Jahren wurde es zum Inbegriff einer neuen Gesundheitsbewegung: Krankheiten vorbeugen durch eine bewusste Lebensweise. Der gesunde Lebensstil à la Wellness umfasst heute zudem längst – und vor allem – Kosmetik und Green Spa (für mehr Nachhaltigkeit). Für die kleine Auszeit zu Hause gibt es mittlerweile auch eine ganze Reihe ansprechender (Werbeartikel-)Produkte.

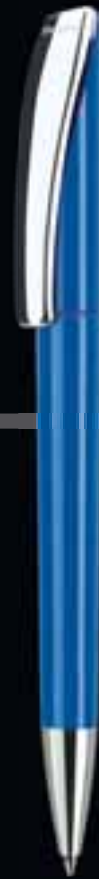
 **DreamPen**[®]
Producer of ballpens

New 2014

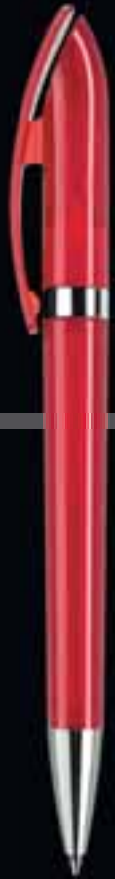
New neon
colors



Evo



Evo
metal clip



Polo

Clip4You



www.dreampen.com



BUTTON-LÖSUNG IM ONLINESHOP

HAFTUNGSFALLEN VERMEIDEN

Der Onlineshop ist ein Vertriebskanal, den inzwischen fast alle Unternehmen nutzen. Doch auch erfahrene Shopanbieter geraten immer wieder in Haftungsfallen. Hier steckt der Teufel allzu oft im Detail. Daher ist die Kenntnis der aktuellen Rechtslage für alle im Onlinehandel involvierten Kreise ein absolutes Muss. Ein Fall aus der Praxis.

Wir kennen ihn alle und haben ihn schon oft benutzt, aber in einem Onlineshop ist ein Button mit Beschriftung „Bestellung abschicken“ rechtswidrig. Dies entschied das Oberlandesgericht Hamm in einem aktuellen Urteil vom 19. Novem-

ber 2013 (AZ4 U 65/13). Hintergrund der Streitigkeit war eine Auseinandersetzung zwischen zwei Unternehmen im Bereich Wettbewerbsrecht. Das abgemahnte Unternehmen hatte in seinem Onlineverkaufsangebot auf der letzten Seite des Bestell-

vorgangs die Schaltfläche, mit dem der Kunde seine Bestellung abschicken kann, mit „Bestellung abschicken“ beschriftet.

INFORMATIONSPFLICHT BEACHTEN

Dies sah ein Mitbewerber als wettbewerbswidrig an und sprach eine Abmahnung aus. In dem Verfahren vor dem Oberlandesgericht sprachen die Richter dem abmahnenden Unternehmen die Kosten der Abmahnung überwiegend zu. Sie sahen auch die gewählte Beschriftung als unzulässig und damit wettbewerbswidrig an. Hintergrund ist, dass seit dem 1. August 2012 aufgrund einer gesetzlichen Änderung Kunden eines Onlinehändlers noch stärker darauf hingewiesen werden müssen, dass ihre Bestellung auch Geld kostet. Daher sind nur Beschriftungen wie beispielsweise „kaufen“ oder „zahlungspflichtig bestellen“ zulässig.

GESTALTUNG ÜBERPRÜFEN

Dieses Urteil ist eines der ersten eines deutschen Oberlandesgerichts zur Umsetzung der so genannten „Button-Lösung“, die seit dem 1. August 2012 in Kraft ist. Das Gericht bekräftigt, dass wettbewerbswidrig gehandelt wird, wenn eine falsche Beschriftung für den Button auf der Bestellabschlussseite gewählt wird. Onlinehändler sollten diese Entscheidung zum Anlass nehmen, die Gestaltung des Bereichs rund um den Bestellvorgang auf die aktuellen gesetzlichen Vorgaben hin zu prüfen oder prüfen zu lassen, empfiehlt Rechtsanwalt Rolf Albrecht. <

DER AUTOR

Rolf Albrecht ist Fachanwalt für Informationsrecht bei der Kanzlei volke2.o. volke2.o ist seit mehr als 14 Jahren ausschließlich in den Bereichen Intellectual Property (Marken-, Wettbewerbs-, Patent- und Urheberrecht) sowie Informationstechnologierecht tätig.

Kontakt:

Tel.: +49 (0) 2306 756840

E-Mail: presse@volke2-o.de

Web: www.volke2-o.de

AUTOSONNENBLENDEN CAR SUNSHADES

Made in Europe

Static 170



Metallic

ECO-Cardboard



Compact



More than 25 different
car sunshade models

clipy

Manufacturers since 1987

www.clipy.com info@clipy.com +34 915 238 206



PSI FIRST CLUB

DIE PSI ALS PREMIERESHOW

Neuheitenshow war die PSI schon immer. Doch echte Produktpremieren, die wirklich noch nirgendwo anders zu sehen waren, sind rar geworden, denn mit Roadshows und Vorabpräsentationen geben Lieferanten inzwischen schon vor der PSI einen Vorgeschmack auf das neue Sortiment. Damit die Messe wieder richtig spannend wird, hat PSI den PSI FIRST Club ins Leben gerufen. Unter diesem Brand präsentierten 50 Aussteller jeweils ein echtes Premierenprodukt. Fazit: Eine Bereicherung für die Messe.

Kaum hatte PSI im vergangenen Sommer die Idee des PSI FIRST Clubs vorgestellt, stieß sie auf breite Zustimmung unter den Ausstellern. Zunächst sollte der exklusive Club maximal 20 Unternehmen die Möglichkeit geben, eine Produktpremiere vorzustellen, dann hat sich der Kreis der Interessenten ganz schnell auf 50 vergrößert. Nicht nur das Konzept, auch die Umsetzung auf der Messe war gelungen und wurde von allen Seiten gelobt. Kein Wunder, denn PSI ebenso wie die Aussteller haben sich einiges einfallen lassen: Eine PSI FIRST-Route im Hallenplan führte auf dem kürzesten Weg zu den Ständen, von Weitem schon erkannte man an den goldfarbenen Teppichen mit FIRST-Logo, wo der nächste Stopp angesagt war. Die Aussteller selbst hatten ihr FIRST-Produkt in der Regel an exponierter Stelle präsentiert, zum Beispiel gut sichtbar in Vitrinen oder auf einzelnen Displays, oft begleitet von entsprechenden Verkaufsunterlagen. Eine eher zufällige Auswahl an FIRST-Produkten haben wir auf der Messe für Sie zusammengetragen. Weitere werden folgen.

JÜRGEN GEIGER, GEIGER-NOTES AG AUSSER DER REIHE

Viele Papierwaren sind im Format genormt, was die Produkte vergleichbar macht, aber auch eine gewisse Eintönigkeit bedeutet. Dieser hat Geiger-Notes mit seinem PSI FIRST-Produkt offensiv entgegengewirkt. „Unser neues Note Book Report hat ein Zwischenformat zwischen A5 und Pocket. Es ist außergewöhnlich, handlich und kompakt und zudem im Hoch- und Querformat zu haben. Damit demonstrieren wir unsere Vielfalt an Formaten, in denen wir Notizbücher und Kalender liefern können“, sagte Jürgen Geiger, den wir am neuen Messestand besuchten. Natürlich ist das Note Book Report vielfältig gestaltbar und individualisierbar.



FRITZ HAASEN, KALFANY SÜSSE WERBUNG ALLES DREIECK

Immer nur rund? Langweilig, meinten die Produktmanager von Kalfany Süsse Werbung und erfanden eigens für die PSI 2014 die neue Dreieck-drück-mich-Dose, gefüllt mit goldfarbenen Pfefferminzchen – natürlich dreieckig. „Es ist wichtig, sich auch mal vom Althergebrachten zu distanzieren und sich damit im Angebot zu differenzieren. Mit diesem Produkt unterstützen wir den PSI FIRST Club – eine Idee, die ich sehr gut finde. Die Produktpremieren betonen den Innovationscharakter der PSI und erhalten die Spannung auf der Messe“, so Geschäftsführer Fritz Haasen.





ARMIN HALFAR UND VANESSA KINDER, HALFAR SYSTEM DIE TASCHE FÜR ALLE FÄLLE

Mit der variablen Umhängetasche Craft hat Halfar eine äußerst praktische Rolltasche kreiert. Der obere Rand kann je nach Platzbedarf ein- oder ausgerollt werden, was die Tasche sehr vielseitig macht. Den Allrounder gibt es entweder aus Plane oder diversen textilen Materialien. „Der PSI FIRST Club ist eine super Idee und sehr gut umgesetzt“, sagte Armin Halfar, dem vor allem die Teppiche als Wegweiser zu den PSI FIRST-Produkten gut gefallen haben. „Eine besondere Neuheit speziell für die PSI zu entwickeln, sehen wir als kleines Extra für unsere Kunden. Wenn das Produkt dann noch auf der Messe in den Fokus gestellt wird, weckt es zusätzliches Interesse an unserem Angebot.“ Wer am Halfar-Stand war, konnte sehen, dass das Konzept bestens funktioniert hat.

HARALD VÄTH, TEAM-D FLEXIBLER GEHT ES KAUM

Als uns Harald Väth, Geschäftsführer von Team-d, sein PSI FIRST-Produkt zeigt, ist unser erster Gedanke: „Was ist das?“. Denn zunächst kann man sich bei dem Gebilde aus schwarz-weißen Kugeln nicht vorstellen, was man da vor sich hat. Im Gespräch erfuhren wir mehr über die Produkt-premiere: OKTO FLEX ist ein äußerst flexibler Halter für Smartphone und Kamera. Die funktionale Halterung kann auf verschiedene Modelle eingestellt werden. Das coole Accessoire besteht aus schwarzem ABS Plastik in Kombination mit weißem, thermoplastischem Gummi. Vielseitige Verwendungsbeispiele liegen in der bedruckbaren Verpackung bei. Eine echte Innovation also.



ULRIKE HINRICHS, INSPIRION DER LIEBLINGSSONG FÜR UNTERWEGS

Handlich, formschön und in mehreren Farben zu haben ist der kleine Bluetooth-Lautsprecher von Inspirion, mit dem man auch unterwegs seinen Lieblings-sound hören kann – auch mal ohne Kopfhörer. Mit komfortabler Suchfunktion ist der gewünschte Song immer gleich parat. Für Ulrike Hinrichs, die schon seit Jahren ihren Vater Sönke Hinrichs auf die PSI begleitet, ist die PSI FIRST-Neuheit das perfekte Gadjet für Strand und Freizeit.

KARIN PFROMMER, NESTLER-MATHO STARKER SOUND AUS DEM KOFFER

Ye!! heißt das neue Sound Gear von Nestler-Matho. Der Bluetooth-Power-Lautsprecher hat 2 mal 3 Watt und LFC-Funktion und garantiert satten Stereo-Sound. Ideal also für alle, die geschäftlich oder privat viel unterwegs sind und ihre Musik in hoher Wiedergabequalität genießen möchten. Die Messeneuheit ist auf Reisen im stabilen Case gut geschützt. „Schon das Aussuchen macht Spaß, denn Ye!! ist in vielen Farben erhältlich“, erklärt Karin Pfrommer, die von Ye!! sichtlich begeistert ist. Zu sehen war das PSI FIRST-Produkt in einer eigenen Vitrine am Messestand.





MAGDALENA UND RAFAEL KLADZINSKI, CHOCOLISSIMO FIRST SELECTION

Vorbildlich präsentierte Chocolissimo seine PSI FIRST Premiere: Die exklusive Auswahl feinsten Pralinen in einem besonderen Karton hinter Glas, ein Werbeaufsteller mit dem PSI FIRST-Logo und allerlei zum Probieren. Mit der First Selection zeigte der Lieferant hochwertiger Schokoladen und Pralinen eindrucksvoll, was er dem Kunden bieten kann. Magdalena und Rafael Kladzinski waren gleich von Anfang an von der PSI FIRST Club-Idee begeistert: „Eine gute Möglichkeit, unseren Qualitätsanspruch in den Mittelpunkt zu stellen und eine wirksame Werbung oben-drein“, so der Tenor der beiden Geschäftsführer.

STEF VAN DER VELDE, GIVING EUROPE STOLZER PREISTRÄGER

Mit espresso, einer tragbaren Miniaturespresso-Maschine für unterwegs, hat sich Giving Europe einen PSI FIRST Award gesichert. „Das praktische Gerät ist mit einem Anschluss für Netzkabel sowie für Zigarettenanzünder ausgestattet und liefert daher auf Reisen jederzeit frischen Espresso“, so Stef van der Velde, der den Preis für Giving Europe entgegennahm. Die Neuheit wurde am Stand in Aktion vorgeführt. Der würzige Kaffeeduft sorgte zusammen mit dem längsgeteilten Auto für viel Aufmerksamkeit bei allen, die vorbeikamen. Neben Giving Europe wurden reeko design und Richartz mit dem PSI FIRST Award ausgezeichnet. Die drei vergebenen Auszeichnungen für gelungene Produktpremieren sind gleichwertig.



ANNA-LISA SELTER, GUSTAV SELTER SICHERER HALT FÜRS SMARTPHONE AM BIKE

Biken macht Spaß und hält fit – aber auch unterwegs sollte das Smartphone immer griffbereit sein. Auch wer die Navigation nutzt, braucht das Display gut sichtbar vor sich. Deswegen hat Selter einen stabilen Smartphone-Halter entwickelt, mit dem sich Smartphones am Rad befestigen lassen. Der Halter lässt sich für verschiedene Handy-Modelle adaptieren und natürlich auch bedrucken. „Wir haben bei der Entwicklung besonderen Wert darauf gelegt, dass die Halterung hochwertig und leicht zu handeln ist und das Smartphone absolut sicher im Griff hat“, erklärt Anna-Lisa Selter. Mit dem nützlichen Bike-Zubehör ergänzt Selter sein im Vorjahr neu aufgelegtes Sortiment an trendigen Fahrrad-Produkten, zu dem unter anderem auch Werkzeuge gehören.

KATJA ÜBBING-MÖLDERS, JOYTEX TASCHE IM JEANS-LOOK

Das PSI FIRST-Produkt von Joytex ist eine Tasche aus Jeansstoff – dachten wir. Doch beim näheren Hinsehen entpuppte sich die praktische Umhängetasche als sogenannte Woven Coated Bag, die nicht aus Stoff ist, sondern einer Stofftasche nur täuschend ähnlich sieht. Hierzu erklärt Geschäftsführerin Katja Übbing-Mölders: „An dieser Tasche im Jeans-Look kann man gut sehen, welche brillante fotorealistische Qualität sich mit unserer Technik erzielen lässt. Der Effekt entsteht dadurch, dass eine bedruckte Folie auf ein Basismaterial aufgeklebt wird. Je nachdem, welches Basismaterial man wählt, entstehen immer wieder andere Strukturen.“ Dass die bedruckte Folie so echt wirkt, ist ein Effekt, der sich sicherlich für viele Werbeideen einsetzen lässt.





TASTING PAVILION GUSTO

NICHTS GEHT ÜBER PROBIEREN

Produkte mit allen Sinnen erleben – dazu lud der Tasting Pavilion GUSTO in Halle 9 ein. Ob Schokolade, Tee, Getränke, Süßes oder Würziges – an der praktisch eingerichteten Probiertheke konnten PSI-Besucher allerlei Leckerer direkt versuchen. Der elegant gestylte Stand hat seine Premiere erfolgreich geschafft und die PSI um eine weitere Produktpräsentation bereichert.

Nach dem Motto „Schmecken, Riechen, Genießen“ hat GUSTO, die neue, attraktive Produktpräsentation, kulinarische Produkte auf der PSI multisensorisch erfassbar gemacht. Hier konnten Messebesucher in Ruhe testen, was sie ihren Kunden empfehlen möchten. Denn hat man ein Produkt schon selbst probiert, ist es umso leichter, den passenden Geschmack zu treffen. In unseren Gesprächen mit den Vertretern der teilnehmenden Firmen kamen verschiedene Aspekte zur Sprache, an denen unter Umständen noch gearbeitet werden könnte – auch was gut ist, kann man im zweiten Anlauf noch besser machen. So wurde die Theke als sehr hoch und insgesamt sehr tief bewertet, so dass das Standpersonal recht weit weg vom Besucher stand. Dass mancher Besucher den Stand fälschlich als Kaffeebar interpretierte, könnte künftig durch noch intensivere Kommunikationsmaßnahmen im Vorfeld der Messe sowie in den Hallen selbst verhindert werden. Einige Erfahrungen der GUSTO-Aussteller lesen Sie im Folgenden.



DIE OLIVE UND MEHR MEDITERRANE KÖSTLICHKEITEN

Der Name ist Programm: Im Zentrum der Köstlichkeiten von Barbara Hollandt, Geschäftsführerin bei Die Olive und mehr, steht hochwertiges Olivenöl aus der Toskana, stilvoll in Flaschen, kleine Blechkanister oder Geschenkkartons verpackt. Aber auch edle Aceto Balsamico gehören zum mit mehr als 500 Produkten mediterranes Flair versprühenden Sortiment. „Das Konzept des GUSTO-Stands ist prinzipiell sehr gut, künftig wäre aber eine noch offensivere Bewerbung dieses Areals wünschenswert“, so Hollandt, die dennoch am Abend des zweiten Messtages ein durchaus positives Fazit zog: „Ich bin zufrieden mit dem spürbaren Interesse der Besucher an unserem Sortiment.“ Kein Wunder, denn es gab viel Besonderes zu entdecken und zu probieren.

HACHEZ NASCHEN ERWÜNSCHT

Feinste Schokolade und Pralinen – wer kann da schon widerstehen? Beim Bremer Chocolatier Hachez war Probieren sogar sehr gern gesehen. So war der Thekenplatz auch beständig von Naschkatzen frequentiert, die sich von der einzigartigen Qualität der Confiserie überzeugten. Für den Premium-Schokoladenhersteller war es der erste Auftritt auf einer PSI Messe. „Wir haben unseren Messestand ganz bewusst direkt neben dem GUSTO platziert. So kann man von der lockeren Probieratmosphäre einfach nach nebenan wechseln, um sich fachlich beraten zu lassen“, erzählte uns Export Manager Melih Cap.



KOLB IMPORT & EXPORT TEEGENUSS TO GO

Bambustee als frischen, mineralreichen Durstlöcher schenkte Anke Kolb am GUSTO-Stand aus. Der Bambus verwies auf die Verpackungsgestaltung des neuesten Produkts der Hamburger Unternehmerin und Patentinhaberin: Einen Glasthermosbecher to go – geeignet für Heiß- und Kaltgetränke. „Zum Kühlen eines Getränks kann man zum Beispiel unsere wiederverwendbaren Logo-Eiswürfel aus Kunststoff nutzen“, erklärt Kolb. Das bereits sehr erfolgreiche Produkt ergänzt das Produktportfolio bestens. „Ich würde keinen Produktstart ohne PSI wagen – die Kontakte und Unterstützung sind einfach wertvoll, vor allem auch im Ausland. Da haben wir sehr gute Erfahrungen gemacht.“



DER ZUCKERBÄCKER TREFFPUNKT FÜR SÜSSSCHNÄBEL

Bereits der Prototyp der neuesten Köstlichkeit des Zuckerbäckers auf der GUSTO-Theke war zum Anbeißen: eine Fruchtgummi-Pizza, bunt wie das mit Salami, Gemüse und Käse belegte Original. Sogar ein essbarer WM-Rasen war unter den bunten Süßigkeiten, die Anastasios Pallakoudis präsentierte. Kunden und probierfreudige Liebhaber von Süßwaren ließen sich beraten und nahmen neue Werbeideen mit. „Zurzeit noch nicht so viele Kontakte, aber sehr intensive Gespräche“, so der erste Eindruck von Pallakoudis, der das gelungene Konzept des GUSTO-Stands lobte. „Allerdings möchte ich nicht auf unseren Hauptstand in Halle 12 verzichten. Dort können wir unser ganzes Sortiment zeigen, hier bieten wir nur eine Auswahl zum Probieren an.“ Eine gute Kombination also.

SANDERS IMAGETOOLS GMBH & CO. KG GETRÄNKE IN INNOVATIVEN ALU-FLASCHEN

Das GUSTO-Konzept ist hoch attraktiv – hier kann sich der Besucher rasch einen Überblick über die wichtigsten Kernkompetenzen des Nahrungsmittelbereichs verschaffen“, so Stefan Fleischmann, Geschäftsführer Sanders Imagetools. „Wir haben in erster Linie viel Bestandskundenpflege betrieben und uns in angenehmer Atmosphäre viel Zeit für gute Gespräche genommen“, ergänzt Fleischmann. Zum Renner wurde die Idee des Unternehmens, verschiedene Getränke in einer pfandfreien Aluminiumflasche anzubieten. Als PSI-Sponsor hatte der bayrische Getränkepezialist 6000 solcher Flaschen mit Cola und Apfelschorle an die Kunden verteilt.



YOOMIG KG KUCHEN IM GLAS IN BIOQUALITÄT

Die Verkostung unserer Kuchen im Glas kommt bei den Kunden sehr gut an“, erklärte Sandra Haslbeck, Gründerin und Geschäftsführerin von Yoomig. „Allerdings wissen nicht alle Besucher, was wir hier machen und verwechseln den Stand manchmal mit einer Kaffee-Bar“. Yoomig hat durchweg hochwertige Bioprodukte im Sortiment: Dazu gehören neben den Kuchen im Glas auch Bioland-Kekse oder etwa eine Backmischung im Weckglas mit allem darin außer Ei und Butter. Das Angebot aus Kundenspezialitäten im Glas wird abgerundet von den entsprechenden Rezepten zum Nachbacken. Schöne Ideen für alle, die mit Qualität und Geschmack werben möchten.



EUROPEAN USB WAREHOUSE

Europäisches Lager von USB Sticks

MODEL
C27



with logo
in 3-4 days!!
mit Logo
in 3-4 Tagen!!

bestseller

engraving
for free
lasergravur frei



1422 Colors mixed
Farbenkombinationen



**PAPER GIFT BOX AND LANYARD - FOR FREE
BOX UND SCHLÜSSELBAND – FREI**



ul. Reniferowa 65, 03-289 Warszawa, POLAND
tel. +48 22 839 49 45, 22 741 64 11, fax +48 22 839 75 92, mobile: +48 500 259 593
citron@citron.pl, www.citron.pl



INTERNATIONAL AREA

INTERNATIONALER TREFFPUNKT

Inmitten der PSI als Dreh- und Angelpunkt des globalen Werbearbeitelgeschäfts präsentierten sich 15 Nationen mit ihren Verbänden, Unternehmen und Länderpavilons auf rund 1000 Quadratmetern in der International Area in Halle 11. Das diesjährige PSI-Partnerland Niederlande war mit einem eigenen Stand präsent, der an allen Messetagen gut besucht war.

Zeit für Gespräche und für den Genuss landestypischer Spezialitäten boten die niederländischen, spanischen und italienischen Messestände. Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden präsentierten sich gemeinsam in der Scandibase. Darüber hinaus waren folgende Verbände in der International Area vertreten: der europäische Dachverband EPPA, ASSOPROM aus Italien, BAPP aus Belgien, BPMA aus UK, PIAP aus Polen, FYVAR aus Spanien/Portugal, AVIR-SU aus der Ukraine, IAPP und IPSA aus Russland. Ebenfalls dabei: die internationale Händlervereinigung IPPAG sowie PromoAlliance, die Kooperation zwischen ASI (USA), Sourcing City (UK) und dem PSI.

PARTNERLAND NIEDERLANDE

Eine besondere Rolle kam in diesem Jahr dem Messeauftritt des neuen PSI-Partnerlandes Niederlande zu, das mit knapp 70 Ausstellern die internationale Ausstellerriege der PSI 2014 anführte. Mit 1,8 Milliarden Euro gehört der niederländische Markt zu den bedeutendsten Werbearbeitelmärkten Europas. Mit der Länder-Partnerschaft wurde die wichtige Rolle der Niederlande in der europäischen Werbearbeitelbranche auf der Messe deutlich gemacht. Am Dutch Pavilion, der nach Art einer Kultkneipe gestaltet war, herrschte an allen Tagen großer Andrang. Bei Bier und Fingerfood in entspannter Atmosphäre fanden Besucher Gelegenheit zu Fachgesprächen, aber gefeiert wurde natürlich auch. Immer gute Stimmung herrschte auch am Stand von Gotcha, inmitten der International Area. Der Spezialist für Werbeteextilien gab sich einen durch und durch internationalen Anstrich: Überlebensgroße Darstellungen europäischer Staatsprominenz – mit der niederländischen Königin Máxima und Mathilde als gekröntem Oberhaupt Belgiens, eingerahmt von Bundeskanzlerin Angela Merkel und der britischen Queen – sorgten allenthalben für ein amüsiertes Schmunzeln. <

BPMA-EMPFANG NICHT NUR FÜR DIE INSEL

Treten Sie mit UK-Lieferanten in Kontakt und finden Sie heraus, was diese für Sie tun können“. Mit diesen Worten hatte der britische Branchenverband bpma (british promotional merchandise association) zum Empfang auf der PSI 2014 am 9. Januar 2014 geladen. Ein zentrales Thema des bpma und seines Generaldirektors Gordon Glenister waren die Integrität britischer Lieferanten sowie die Beziehungen zwischen ihnen und dem europäischen Werbeartikelhandel. Eingebettet in den Empfang war auch die Rede von Ehren-gast Hans Poulis, Geschäftsführer der European Promotional Products Association (EPPA). Er sprach über die Bedeutung des Code of Conduct sowie über das Zertifizierungsprogramm rund um die unternehmerische Gesellschaftsverantwortung CSR (Corporate Social Responsibility).



Strahlende Gesichter beim Empfang von bpma. Gordon Glenister (2. v. r.) freute sich über den Besuch von Gastredner Hans Poulis (3. v. r.).

BPMA STUDENT DESIGN COMPETITION STUDIERENDE FÜR BRANCHE BEGEISTERN



Gordon Glenister erläuterte mit viel Enthusiasmus die originellen Ideen der Studierenden. Er sieht in diesen Arbeiten eine Bereicherung für die Werbeartikelbranche.

Abseits des Empfanges war es Gordon Glenister eine echte Herzensangelegenheit, den Wettbewerb „bpma Student Design Competition“ vorzustellen. Innerhalb dieses Wettbewerbs zeigen junge Kunst- und Design-Studierende kreative und innovative Produktideen für die Werbeartikelindustrie, die – so die Bedingung – unbedingt „spannend, vielseitig verwendbar, als Werbeartikel neu und sowohl im B2B- und B2C-Bereich einsetzbar“ sein müssen. Der Wettbewerb soll nicht nur der Branche helfen, sondern auch in den britischen Universitäten auf die Werbeartikelindustrie aufmerksam machen. Die beste Idee wird mit dem „bpma Design Innovation Award“ ausgezeichnet.



Zertifiziert und glücklich. Anlässlich der PSI 2014 überreichte EPPA-Chef Hans Poulis die ersten Zertifizierungsurkunden in Gold und Silber.

EPPA CSR CERTIFICATION ERSTES DUTZEND GEEHRT

Drei Jahre war EPPA mit der Erarbeitung des europäischen Verhaltenskodex für die Werbeartikelbranche beschäftigt. 2013 hatte CEO Hans Poulis das dreistufig aufgebaute Programm am Rande der PSI vorgestellt. Auf der PSI 2014 war es nun soweit: Die ersten Unternehmen wurden mit den EPPA Code of Conduct Certifications ausgezeichnet: zehn in Gold, zwei in Silber.

Die zwölf prämierten Unternehmen hatten in den vergangenen Monaten an der Pilotphase des Zertifizierungsprogramms für Corporate Social Responsibility (CSR) teilgenommen. Während dieser Phase wurden sie durch unabhängige Audits auf die Transparenz ihrer nachhaltigen Wertschöpfungskette hin geprüft – mit Blick auf soziale, ökologische und ökonomische Standards für Mensch und Umwelt.

GLÜCKLICHE GOLD-PRÄMIERTE

Das Ergebnis dieser Audits: Den Gold Certification Level erhielten gleich zehn

Unternehmen. Aus den Händen von EPPA-Geschäftsführer Hans Poulis nahmen die Vertreter folgender Firmen die Auszeichnung entgegen: Brand Addition, Van Bavel Gifts & Premiums, Interimage bv, Intraco Trading bv, Giving Europe bv, Langhoff Promotion A/S, Metz A/S, PF Concept und Xindao.

STRAHLENDE SILBER-GEWINNER

Der Silver Certification Level ging an Brandwijk Kerstpakketten/Promo.nl und Consuma-IssueTissue bv. Silver-Level bedeutet: Das Unternehmen muss seine soziale Verantwortung anerkennen und die Elemente des Kodex in seinem täglichen operativen Geschäft umsetzen. Für den Gold-Level ist darüber hinaus entscheidend, dass das Unternehmen die wichtigsten Beteiligten an seiner Lieferkette bis hin zum Hersteller auf höchster Stufe kontinuierlich überwacht und überprüft. <

<



Charlie Taublieb gehört schon fest zur PSI. Seine Textildruck-Demonstrationen waren sehr gut besucht, denn hier konnte man selbst Shirts bedrucken.

TECHNOLOGY FORUM

NEUES AUS DER WELT DES DRUCKS

Wer die 52. PSI über den Nordost-Eingang betrat, war sofort mittendrin im Technology Forum der Halle 12. Gleich rechter Hand präsentierten insgesamt 14 Aussteller ihre Produkte und zeigten Trends und neue Techniken zum Thema Drucken. Der Standort und das erweiterte Konzept des Technology Forums wurden von allen Ausstellern als sehr vorteilhaft bezeichnet.

Einen perfekten Standort hatte das Technology Forum auf der PSI 2014: „Die meisten Besucher kamen gleich morgens vom Eingang Nordost und waren noch völlig entspannt und ausgeruht“, so die Einschätzung von Enrico Doliwa von der FD Textil oHG. In diesem Sinne äußerten sich die meisten Aussteller, mit denen wir sprachen. Die Demonstration Area wurde grundsätzlich begrüßt, allerdings wünschten sich manche Aussteller mehr Struktur, beispielsweise eine bessere Abgrenzung zum eigentlichen Technology Forum.

VERBESSERTERTE TECHNIKEN IM FOKUS
Und was gab es Neues? Revolutionäre Techniken wurden erwartungsgemäß nicht gezeigt, eher ging es um Verbesserungen von bekannten Technologien. Das trifft für einen Bereich allerdings nicht ganz zu, denn die am Stand der Sintermask GmbH gezeigten 3D-Drucker der Marke fabbster

sind im Bereich Werbemittel noch wenig im Einsatz. Fabian Grupp, Product Manager bei Sintermask, meint, dass es zum Beispiel im Anwendungsbereich Prototypen- oder Modellbau gute Chancen für den 3D-Druck gäbe. „Der Entwickler eines Produkts kann mit dieser Technik sehr schnell einen Prototypen herstellen und dem zukünftigen Produzenten übergeben“, umreißt er nur eine von schier unendlich vielen Möglichkeiten. Die Kontakte, die auf der PSI 2014 geknüpft wurden, bezeichnet Grupp als vielversprechend. Es seien viele Interessenten gekommen, die sehr gute Ideen zur Anwendung der 3D-Technik entwickelt hätten.

ANSCHAULICHE INFOS IN DER DEMONSTRATION AREA

Lebhaft ging es meistens auch bei den anderen Ausstellern und in der Demonstration Area zu. Die Besucher interessierten sich vorrangig für Verbesserungen bei



Mimaki präsentierte Digitaldrucktechnik.

Drucksystemen. Hier hat die LED-Technik Einzug gehalten: Der Druck wird zwar nach wie vor mit UV-Licht getrocknet, dieses stammt aber von LEDs. Das hat mehrere Vorteile, denn es handelt sich um eine Lichtquelle mit wesentlich geringerem Energieverbrauch und außerdem wird die unerwünschte Wärmeentwicklung vermieden. Letzteres wiederum verbessert das Druckergebnis. Das konnte der Besucher zum Beispiel an den Ständen von Mimaki, Neoflex und Teca-Print sehr eindrucksvoll nachvollziehen, indem konkrete Objekte an Ort und Stelle mittels Digital- oder Tampo-Druck veredelt wurden.

GRÖßERE HERAUSFORDERUNGEN DES MARKTES

Übereinstimmend war von den Ausstellern zu hören, dass die Herausforderungen des Marktes nicht kleiner würden. Hierzu Darryl Gooley, Managing Director von Neoflex: „Wenn an einen Produktveredler bisher Aufträge über eine größere Jahresstückzahl in einem bestimmten Design erteilt wurden, so möchten die Auftraggeber nun in kürzeren Abständen kleinere Stückzahlen mit häufigen Designwechseln. Die Hersteller der Drucktechnik müssen sich diesen Forderungen stellen und flexible Lösungen anbieten. Die LED-UV-Technik ist eine da-



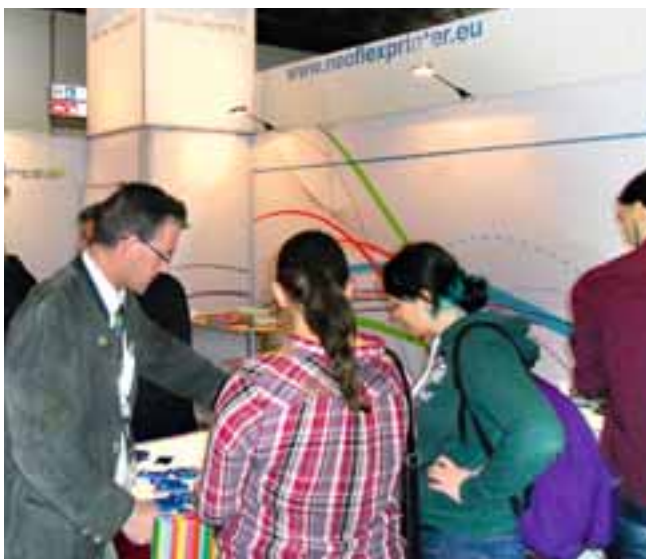
Bei Teca-Print ging es um hochwertige Drucksysteme im Bereich des Tampondrucks.

badge4u hatte durchgängig hohe Besucherfrequenz. Gezeigt wurde die Herstellung von Badges.

von und wird der Zukunftstechnologie Digitaldruck noch mehr Aufschwung verschaffen“. Heinz Lenhard, Sales Manager der Teca-Print AG ergänzt: „Teca, als Lieferant für hochwertige Drucksysteme im Bereich Tampondruck, hat durch den Einsatz der UV-LEDs die Wirtschaftlichkeit des Tampondrucks und die Qualität der Druckergebnisse deutlich verbessert“.



fischertechnik hatte ein Modell ausgestellt, das von der Staudinger GmbH mit Bauteilen von Fischer gebaut wurde.



Neoflex zeigte Technik im Bereich Digitaldruck.



Bei Sol Expert war man sehr zufrieden mit Standort und Besuch.



ERFINDER IN DER HALLE13-AREA

KREATIVITÄT OHNE GRENZEN

Bereits zum dritten Mal bereicherten sie die PSI. Auch 2014 hatten Erfinder wieder die Chance, ihre auffallend ausgefallenen Produkte zu präsentieren. In der HALLE13-Area stellten Tüftler aus allen Themenbereichen aus.

Der Fantasie und Kreativität ihrer Erfindungen waren wirklich keinerlei Grenzen gesetzt – wie eindrucksvoll zu bestaunen war. Besucher, die ganz speziell nach Innovationen, Neuheiten und im wahrsten Sinne des Wortes kreativen Werbeartikeln gesucht haben, wurden in der HALLE13-Area fündig. Denn auch in diesem Jahr hatte das bunte Völkchen der Erfinder nichts an Originalität vermissen lassen. Ob pfiffig, plakativ, praktisch, faltbar oder gar trendverdächtig, alle Produkte hatten eines gemeinsam: Sie waren einfach etwas anders und dabei garantiert werbewirksam. Jede Menge Potential, das nun gehoben werden kann. <

PSI GENIUS-AWARD FÜR ANDERS HANSSON

Ein Schuhanzieher als Rauchmelder-Tester. Dieses außer- wie ungewöhnliche Produkt heißt Testhornet® und erhielt auf der PSI 2014 den PSI Genius-Award. Mit dieser Auszeichnung, die mit einem Förderpreis von 2000 Euro dotiert ist, werden Erfinder innovativer Werbeartikel geehrt. Für die Jury war das in diesem Jahr die Anders Hansson Infoprodukte Sweden AB. Der Schuhanzieher der schwedischen Firma, der Leben retten kann, ist vor allem adressiert an Versicherungen, die Sicherheits- und Brandschutzbranche, Feuerwehren, Rettungsdienste, Bauträger oder Hausverwalter. Das Besondere an dieser Erfindung: Mithilfe des kleinen Druckknopfes am oberen Ende des 78 Zentimeter langen und trotzdem stabilen Schuhanziehers können alle handelsüblichen Rauchmelder auf ihre Funktionstüchtigkeit hin geprüft werden.

Freudige Überraschung für einen unkonventionellen Erfinder: Der PSI Genius-Award 2014 ging an den schwedischen Feuerwehrmann Anders Hansson (hier bei der Scheckübergabe mit PSI-Chef Michael Freter).



WERBEWIRKSAMES WEBCAM-COVER HEY!BLAU LABS

Camblock von Hey!blau Labs aus Köln haftet ohne Kleber auf der Webcam des Laptops, ohne Rückstände zu hinterlassen: „Das Webcam-Cover schützt vor Webcam-Hackern und ermöglicht zugleich eine Werbebotschaft direkt im Sichtfeld“, erläutert Thomas Mühlhoff die nützliche Idee. „Eine Webcam ist leichte Beute für Hackerangriffe und schon von wenig versierten Computernutzern nahezu problemlos zum Ausspähen persönlicher Informationen missbraucht worden“, so Mühlhoff.

FUNKTIONALER HANDYSCHUTZ ESSENTIAL ELEMENTS

Mit der pfiffigen Handyschutzhülle Loksak kommt eine praktische Smartphone-Zubehör der Schweiz auf den Markt. Der Clou: Wasserdicht eingepackt in die transparente Schutzhülle, lässt sich das Display weiterhin per Berührung bedienen. „Loksak schützt vor Wasser und Feuchtigkeit, und auch am Strand ist das Handy vor Sand geschützt“, erklärt Markus Nanzig, Geschäftsführer bei Essential Elements. Über das Händlernetz und Agenturen soll das Produkt nun schnellstens zum Bestseller aufsteigen.



TWISTKEY DIE VERPACKUNG MACHT'S

Um USB-Sticks noch attraktiver zu präsentieren, hat sich die britische Firma TwistKey besondere Verpackungsformen einfallen lassen: Neben dem eigentlichen, ebenfalls individualisierbaren Stick ergänzt die Verpackung Werbebotschaften und Informationen sinnvoll und plakativ. Mit seinem serienreifen Produktportfolio strebt TwistKey nun zu neuen Märkten: „Dies ist unser erster Messeauftritt außerhalb von Großbritannien und natürlich versprechen wir uns auf der PSI neue Kundenkontakte“, blickt Business Development Manager Emily Carpenter auf Europa.



DOCTIME GANZ SCHÖN VIELSEITIG

Im Rahmen eines Pilotprojekts einer Schweizer Schule hat Praktikant Luca Hoch (rechts im Bild) in Zusammenarbeit mit Doctime ein viel versprechendes Produkt entwickelt. „Faltbar“ heißt treffend die Strand- und Picknickdecke, die nicht nur als hochwertige Unterlage dient, sondern auch, auf verschiedenen Arten gefaltet, zur praktischen Umhängetasche wird. Sogar als Rucksack ist „Faltbar“ zu tragen. Tewodros Demissie (links) stand dem jungen Produktmanager, der für das Projekt eine eigene Firma gründen musste, mit Rat und Tat des erfahrenen Unternehmers zur Seite. „Das Projekt passt gut zu unserer Positionierung, die sich inzwischen immer mehr Richtung Sonderanfertigungen bewegt. Neben dem Kernsegment Uhren kann man bei uns Taschen, Tassen und trendige Lifestyleprodukte finden“, erklärt Demissie. Besonders gut gefallen hat uns die neue, ultraflache Kunststoffuhr, die es in vielen Farben gibt.



PSI DESIGN FORUM GUT BERATEN VON ERFAHRENEN DESIGNERN

Nur ein guter Werbeartikel ist auch ein wirksamer Werbeartikel. Unter diesem Leitgedanken stand die Messepräsenz des PSI Design Forums in Halle 12. Die Experten für Produktentwicklung und Design, Lutz Gathmann, Franz G. Hohenthaner, Manfred Makedonski und Henrich Piltz boten kostenlose Initialberatung zu Produktsicherheit, Produktentwicklung und Design. Die vier erfahrenen Designer und Inhaber erfolgreicher Designbüros zeigten die Entwicklung eines Werbeartikels von der Idee bis zum fertigen Produkt auf und waren kompetente Gesprächspartner für alle Messteilnehmer, die sich durch Eigendesign von der Masse der Anbieter abheben möchten. Der kostenlose Service von PSI vermittelt Fachkenntnisse und schärft das Bewusstsein für alle Fragestellungen rund um Produktgestaltung und Produktsicherheit.



NUNETTES GERMANY GMBH BRILLEN ZUM STAUNEN

Die Nunettes Germany GmbH, ein junges Unternehmen aus Köln, vermarktete am Stand in Halle 12 individualisierbare und thematisch gestaltete Brillen. Seit Oktober 2013 sind die Kölner offizieller Partner des letztjährigen Champions-League-Finalisten Borussia Dortmund und auch weiterer Bundesliga-Vereine. Auch die NBA oder die Smiley Company ordern die piffigen Brillen, deren Gläser mit einer individuell gestaltbaren, perforierten Folie beklebt werden können, um so persönliche Botschaften zu transportieren. Uneingeschränkte Sicht für den Brillenträger bei gleichzeitig klarer Sichtbarkeit von außen ist garantiert. Nach Absatzerfolgen im Einzelhandel will das erstmals auf der PSI präsente Unternehmen mit seinem Ende 2012 auf dem deutschen Markt lancierten Produkt auch im Werbemittelhandel als Party-, Werbe- und Eventgadget für Furore sorgen.



Die Vorträge im Rahmen von „Lunch & Learn“ stießen auf großes Interesse und zogen die Zuhörer in ihren Bann.

LUNCH & LEARN LEHRREICH UND LECKER

Umfangreiches Programm in offenem Ambiente. So lässt sich das Vortragsprogramm „Lunch & Learn“ im Rahmen der PSI 2014 am besten beschreiben. Locker und mit Barhockern an hohen Tischen präsentierte sich das dreitägige „Wissenforum“ in Halle 12. Aufgrund des großen Interesses auf der PSI des Vorjahres wurde die Vortragsreihe diesmal erweitert. Von Werbemittelmarketing und geschützter Vielfalt über Verbesserung von Arbeitsbedingungen in der Lieferkette und Produktsicherheit bis hin zum Zoll als Partner im Kampf gegen Marken- und Produktpiraterie – die Themenpalette war breit angelegt. Und die gut besuchten Vorträge zeigten, dass ein Bedarf an profunden Informationen besteht. Produktsicherheit und Werbemittelmarketing stießen dabei auf besonders großes Interesse. Neben dem geistigen Futter gab es für die Teilnehmer der Vortragsreihe in Form einer mit Snacks und einem Getränk bestückten Lunchbox auch etwas gegen knurrende Mägen.



Produktsicherheit ist ein Thema, das alle betrifft. Denn: Es enthält viele Fallstricke. Referent Lutz Gathmann klärte in seinem Vortrag auf.



HANDELSATTACHÉS ZU BESUCH MESSERUNDGANG MIT INTERNATIONALEM FLAIR

Eric Cormann, Geschäftsführer des belgischen Werbeartikelverbandes Belgian Association of Promotional Products (BAPP), hatte sich am Eröffnungstag der PSI die Rolle des Allround-Kommunikators auf die schwarz-gelb-rote Fahne geschrieben: Im Rahmen eines Messerundgangs stand der Werbeartikelspezialist zehn Handelsattachés aus den Ländern Österreich, Ungarn, der Schweiz, Großbritannien, Niederlande, Rumänien, Griechenland sowie auch drei Handelsvertretern seines Heimatlandes Belgien Rede und Antwort zu Fragen rund um das Business mit dem Werbeartikel. Neben klassischer Lobbyarbeit auf europäischer Ebene ließ sich die internationale Delegation während eines Sektumtrunks zudem von PSI-Geschäftsführer Michael Freter über die verschiedenen PSI Services und Sourcing-Angebote informieren.



LM ACCESSOIRES BRILLANTE SHOW

Da blieb jeder stehen: Kaum begann am Stand von LM die Musik und die Show startete, konnte man den Blick nicht mehr abwenden. Die professionell inszenierte Kombination aus digitaler Neuheitenpräsentation und Live-Act zog Kunden und vorübergehende Besucher sofort in den Bann. Bei der eigenwilligen Digital-Dance-Performance standen fünf junge Künstler aus der RTL-Talent Show „Das Supertalent“ auf der Bühne, die mit Bewegungspräzision in atemberaubendem Tempo begeisterten.



Klaus Beyer knüpft die Kontakte zur skandinavischen Werbemittelbranche.

PSI SCANDIBASE WERBEPOWER IN NORDEUROPA

Klaus Beyer, der auf eine langjährige wie breite Erfahrung in der Werbeartikelwirtschaft zurückblicken kann, ist neuer Repräsentant des PSI für Skandinavien. Durch zahlreiche Verbindungen und seine eigene Messetätigkeit in der nord-europäischen Promotionsbranche wird er in enger Kooperation mit dem PSI die Kontakte zum skandinavischen Markt betreuen, pflegen und weiter stärken. In dieser Rolle fungierte er mit seinem Unternehmen Beyer GmbH während der PSI 2014 an der so genannten ScandiBase in Halle 11 als Ansprechpartner und Bindeglied zwischen skandinavischen Partner und Verbänden auf der einen sowie allen Ausstellern und Besuchern, die sich für diese attraktive (Werbe-)Region interessierten, auf der anderen Seite.

Kontakt: Tel. +49 5824 985826,

Mobil +49 172 7477262

klaus@beyergmbh.com



Eng aber entspannt war die Atmosphäre rund um die „Holland-Bar“.

BAPP-EMPfang RELAXTES NETWORKING

Zum Ende des ersten Messtages lud der belgische Branchenverband BAPP (Belgian Association of Promotional Products) bei den Benelux-Nachbarn an der „Holland-Bar“ zum Empfang. In relaxter Atmosphäre trafen sich hier Aussteller und Kunden zum angeregten Networking, bei dem man gemeinsame Projekte entspannt vertiefte. Gesprächsthema war sicherlich auch die nächste von BAPP organisierte PromGifts in Brüssel, die am 18. März mit einem Pro Day für Händler beginnt. Die beiden Folgetage richten sich dann an Industrieekunden und Agenturen. www.bapp.be

BOOGAARD TEXTILES BITTE ENTSPANNEN

Gerne Station machten die Messebesucher am Stand von Boogaard Textiles, wo jede Menge bequemer wie werbewirksamer Sitzgelegenheiten ausprobiert werden konnten. Das niederländische Unternehmen ist spezialisiert auf die Produktion von Werbeartikeln und individuellen Blickfängern wie Sitzsäcken, Hockern und Stühlen, Kissen, Schirmen, Zelten, Loungemöbeln und eigenen Formen mit digital bedruckten Stoffen. www.boogaardtextiles.nl



In den Sitzkissen von Boogaard Textiles wird es wohl eine gemütlich Fußball-WM.



Offenkundig praktisch: Hier wird der „Sunny-table“ begutachtet.

CREATIV PROMOTION ENTERPRISES CLEVERER „SUNNY-TABLE“

Das Problem kennt jeder Strandurlauber: Wohin mit den Strandutensilien, wo legt man Sonnencreme, Sonnenbrille oder Getränke am Strand, am Badensee oder im Garten ab, ohne dass Sand oder Schmutz auf den Sachen kleben? Die Lösung parat hat Creativ Promotion Enterprises in Form des Sunny-table. Der mobile Sonnenschirmtisch ist ein neuer und innovativer Werbeträger für jeden Anlass und für jede Branche mit ausgeprägten Werbemöglichkeiten, die das kreative Team des Unternehmens auf der PSI vorstellte. www.creativpromotion.de



Jobet zeigt ein Herz für die PSI.

JOBET GMBH MESSEPREMIERE MIT BLICKFANG

Zu den Ausstellungsneulingen auf der PSI 2014 zählte auch die Jobet GmbH, ein Unternehmen der Halbmond Teppichwerke. Zwar war der Name für viele Branchenkenner sicherlich noch neu, doch ausnahmslos allen Besuchern der PSI sprangen die Produkte beim Gehen durch die Messehallen unmittelbar ins Auge: Alle Läufer und Matten, die mit den auffälligen Motiven der diesjährigen Messekampagne geschmückt waren, stammten vom Werbemattenproduzenten Jobet. Auch der Stand des Unternehmens geriet zum echten Blickfang. Getreu dem Motto „Wir leben Kreativität und unsere Kunden sollen es mit uns (er)leben“ fanden sich die Standgäste einer Art Künstleratelier ein, deren Rückwand mit kreativen Graffitis bedeckt war. Der eigens engagierte Paintbrush-Künstler Florian Pohl „zauberte“ live und direkt auf der Matte Kundenlogos im Graffiti Style – eine Aktion die zahlreiche neugierige Passanten auf die „Matte“ von Jobet brachten und so den Slogan der Firma („Wir drucken worauf Sie stehen“) trefflichst veranschaulichte. „Damit wollten wir die kreativen Werbemöglichkeiten aufzeigen, welche mit viel Farbe auf der Matte eine extrem hohe Wirkung mit großem Erinnerungswert erreichen“, so Geschäftsführer Dr. Ralf Litzenberg. Das Konzept von Jobet fand großen Anklang bei den Besuchern, die alle schon jetzt gespannt sein dürfen, wie Jobet seine Produkte auf der kommenden PSI in Szene setzen wird. www.jobet.eu



Graffiti-Künstler Florian Pohl von „On Ball Artworks“ in Aktion.



KICKPACK GMBH VOM KARTON ZUM KICKERTISCH

Die Halle 12 war eine ausgesprochene Halle der Innovationen. Neben der erfindungsreichen HALLE13 Area befanden sich hier auch das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderte „Forum junge innovative Unternehmen“, wo es viel neues Werbeträchtiges zu entdecken gab. Hier zeigte unter anderem das Braunschweiger Unternehmen Kickpack GmbH seinen „Kartoni 2.0“, einen Kickertisch aus umweltfreundlicher Pappe zum unkomplizierten Selberbasteln. Der stabile Spielspaß mit zahlreichen Extra-Features kommt in einem Weltmeisterschaftsjahr als individualisierbare Werbegabe sicher noch besser an als sonst. Jedenfalls wurde bei Kickpack ständig fleißig gekickert. www.pappkicker.de



Von Pappe – aber nicht ohne: Der „Kartoni 2.0“ von Kickpack.

MBW GRUPPENBILD MIT GESCHÄFTSFÜHRERN

Am Gemeinschaftsstand von ideas4, den Unternehmen Städtler, Magna Sweets, KHK und mbw, gab es auf weichem Teppichboden wieder einmal zahlreiche Neuheiten zu entdecken. Dort lud man zudem zum Ausklang des Eröffnungstages an die Standtheke, wo das Kölner Original Köbes Bert (Schmitz) aus Hückelhoven fleißig frisches Kölsch für die Kunden zapfte – das man auch in Düsseldorf dankend annahm. Das mbw-Team aus Deutschlands Norden war zwar wie gewohnt servicebetont, jedoch auch mit frischgebackenem Geschäftsführer aktiv: Seit Januar 2014 agiert der bis dahin als Prokurist tätige Jan Breuer als auch als weiterer Geschäftsführer. Der 30-Jährige bildet damit gemeinsam mit den Firmengründern Monika und Walter Both die nun zum Trio angewachsene Führungsspitze des Unternehmens. www.mbw.sh



Im Kapitänstand (v.l.): Monika und Walter Both sowie der „Neue“, Jan Breuer.

POWERED BY HENOSA-PLANTANAS TEEGENUSS VOM FEINSTEN

Teegenuss vom Feinsten in entspannter Atmosphäre am Rande des Messetrubels – dies gab's für die Liebhaber des heißen Aufgussgetränks in der PSI Teelounge in Halle 12. Die erfahrenen Experten der Henosa-Plantanas Group servierten hier Teespezialitäten aus aller Welt. Erlesene Plantagentees in besonderer und hochwertiger Qualität tragen zum perfekten Aroma der Mischungen bei. Über den Tee in individuell gestalteten Dosenserien hinaus bietet Henosa-Plantanas auch Gewürze und Kräuter sowie süße Werbeideen mit schönen Verpackungen, die ebenfalls am Stand zu begutachten waren.



ERSTMALS AUF DER PSI MODICO MIT NEUEM STEMPELSYSTEM

Erstmals als Aussteller auf der PSI Messe vertreten war das Unternehmen Modico GmbH & Co KG aus Fürstenfeldbruck. Modico ist Hersteller eines einfachen, schnellen, emissionsfreien und umweltfreundlichen Systems zur Produktion von Bürostempeln, Stiftstempeln, Golfballstempeln, Prüfstempeln, Markierungstools oder Stempeln für Oberflächen wie Glas und Metall und anderen Materialien. Das Verfahren ist laut Modico leise und zu 100 Prozent emissionsfrei. Es werden keine Absaugung und keine teuren Maschinen benötigt, sondern nur das modico Stempelkopiergerät. „Nie war es umweltfreundlicher und profitabler, Stempel als Werbemittel selbst herzustellen“, so Modico-Geschäftsführer Joachim Kuon. Die Show Specials umfassten Belichtungsgeräte, Material und Stempelkits.

www.modico-stempel.de



Modico-Geschäftsführer Joachim Kuon (r.)
erläutert das neue System.



Attraktiver Stand für legendäre Produkte: Moleskine wirkt.

MOLESKINE ERFOLGREICHER AUFTRITT

Nach dem Debut auf der PSI im vergangenen Jahr scheint Moleskine, italienischer Hersteller der legendären Notizbücher, immer mehr Gefallen an der Vermarktung seiner Produkte im B2B-Bereich zu finden und war erneut mit einem attraktiven Stand vertreten. Die Marke Moleskine als Synonym für Kultur, Reisen, Erinnerungen, Vorstellungskraft und persönliche Identität stößt auch in der Werbeartikelbranche auf immer größeren Widerhall, weshalb die Italiener in diesem Jahr ihre Aktivitäten in diesem Markt nochmals verstärken wollen.



Gespräche am Rande der Messe (v.l.): Marco Kröhn und Martin Hopp (Exclusive Gifts, offizieller Moleskine Lieferant für D-A-CH und Skandinavien), Andrea Rossi (Moleskine Sales Director Custom Editions) und PSI-Chef Michael Freter.

PERNOD RICARD DEUTSCHLAND VERANTWORTUNGSVOLL GENIESSEN

Auch diesmal war die Gruppe Pernod Ricard mit ihrer deutschen Tochtergesellschaft und ihrem Portfolio von bekannten Premiumspirituosen als Aussteller auf der PSI Messe präsent. Der weltweit zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern zeigte sich seiner unternehmerischen Verantwortung bei der Vermarktung von alkoholischen Getränken bewusst. David Haworth, Vorsitzender Geschäftsführer des Unternehmens: „Wir treten für einen verantwortungsbewussten Umgang mit Alkohol ein. So lautet unser Appell: Don't Drink and Drive.“ An der Havana Bar beim PSI After Work im Eingang Nord unterstützte man diesen Appell mit einer schönen Geste. Dort erhielten die Gäste von Pernod Ricard neben erfrischenden Cocktails zusätzlich Taxi-Gutscheine im Wert von 10 Euro vom Mobilitätspartner mytaxi.



SOCCER FIRST FUSSBALLARTISTIK PUR

Dass die Fußballweltmeisterschaft in Brasilien dieses Sportjahr beherrscht, war auch an vielen Ständen der PSI zu sehen. Unter den zahllosen Fanprodukten zählten die runden naturgemäß zu den beliebtesten. Etliche Anbieter von Promotionsbällen zeigten eine Vielzahl von rollenden Werbemöglichkeiten. Mit einer besonderen Aktion machte der Ballspezialist Soccer First aus Nürnberg auf seine Produkte aufmerksam. Die beiden Fußballartisten Miriam Willems und Sebastian Heller boten gegenüber des Standes mehrmals am Tag Kostproben ihrer tollen akrobatischen Fähigkeiten mit ein und mehreren Bällen. Lahm, Götze, Schweinsteiger und Co. hätten ebenfalls gestaunt.



Sebastian Heller und Miriam Willems bei ihrer akrobatischen Show.



PSI CAFÉ POWERED BY MAHLWERCK KAFFEEDUFT DURCHZIEHT DIE LUFT

Mitten im gewissermaßen multikulturellem Flair internationaler Pavilions und Ständen europäischer Werbeatikerverbände befand sich eine von Kaffeeduft durchzogene kleine Wohlfühloase: das PSI CAFÉ, sinnigerweise gesponsert vom Tassenspezialisten Mahlwerck Porzellan, lud bei (natürlich kostenfreien) Kännchen zum relaxen, verweilen und networken ein. Ausgeschenkt wurde der aromatische Muntermacher natürlich in praktischen wie formschönen Café-to-go-Bechern von Mahlwerck. Ein Angebot, das nur allzu gerne wahrgenommen wurde.



Relaxen, verweilen und networken: Das PSI CAFÉ war ein gern gewählter Treffpunkt.



Fragen rund um die PSI Angebote wurden hier am PSI Stand gut und gerne beantwortet.

PSI STAND SERVICESTARKE ANLAUFSTELLE

Egal worum es ging, ob um Mitgliedschaft, Messe, PSI Journal oder Reebuchung, das Messteam am PSI Stand in Halle 10 gab gerne und oft Auskunft über die vielfältigen Serviceangebote des PSI Netzwerks und half weiter, wenn es galt, Fragen der Besucher und Aussteller zu beantworten. So geriet der Stand auch auf der diesjährigen Messe zur servicestarken Anlaufstelle.



Onlinerecherche oder einfach nur mal abschalten: Die PSI Media Lounge bot Raum für beides.

PSI MEDIA LOUNGE RUHEPOL IM MESSETRUBEL

Zum wahren Ruhepol inmitten der Produktparade entwickelte sich die PSI Media Lounge. Hier fanden sich all Jene ein, welche abseits des Messegesehens in aller Ruhe etwas online recherchieren, ihre E-Mails checken oder einfach nur mal etwas „surfen“ wollten. Zu diesem Zweck standen hier einige Internetterminals zur Verfügung. Außerdem lagen zahlreiche Fachmagazine der PSI Medienpartner zum Blättern bereit. Auch die bequemen Sitzzecken wurden häufig und gerne genutzt, sei es zum Plausch mit einem Geschäftspartner oder um einfach nur mal abzuschalten.

PSI VERSANDSTATION ZTV AUF ZACK

Einen weitgehend ballastfreien Rundgang über die Messe bescherte die PSI Versandstation den Besuchern in Halle 9, wo der neue PSI-Kooperationspartner und Logistikexperte ZTV aus Krefeld die Verpackung und den Versand von Produktmustern und Katalogen übernahm. An gleich zwei Terminals leisteten die erfahrenen ZTV-Mitarbeiter ganze Arbeit. Egal, ob Standard- oder Expressversand gewünscht war, von der Messe aus gingen die Sendungen einfach und bequem in die Büros der Werbemittelprofis. (Bei Vorlage des Spots im PSI Voucher erhielten Versandkunden zudem eine zehnprozentige Rabattierung auf das erste Versandpaket.)



Alle Hände voll zu tun hatten die Mitarbeiter des ZTV-Logistikteams.





GESUNDHEIT, FITNESS, BEAUTY WERBEN MIT WOHLGEFÜHL

Kaum ein anderer Wunsch wird so häufig geäußert wie der nach Gesundheit. Allein dies unterstreicht den dominierenden Stellenwert derselben in unserem Leben. Entsprechend hohe Aufmerksamkeit genießen Werbeartikel, die sich diesem Themenkreis widmen.

Vom Schriftsteller Ludwig Börne, einem Zeitgenossen Heinrich Heines, ist das Zitat überliefert: „Es gibt tausend Krankheiten, aber nur eine Gesundheit.“ Dagegen meint der Philosoph Arthur Schopenhauer: „Die Gesundheit ist zwar nicht alles, aber ohne Gesundheit ist alles nichts.“ Dazu passt ergänzend das Sprichwort: „Gesundheit schätzt man erst, wenn man sie verloren hat“. In den Worten der Weltgesundheitsorganisation wird die Gesundheit des Menschen allerdings etwas ausführlicher definiert, nämlich als „ein Zustand des vollständigen körperlichen, geistigen und sozialen Wohlergehens und nicht nur das Fehlen von Krankheit oder Gebrechen“. Dass es sich hierbei vielleicht um den wichtigsten persönlichen wie gesellschaftlichen Wert handelt, wird jedenfalls kaum jemand bestreiten. Und sich gesund zu erhalten ist jedenfalls weit weniger aufwändig (und kostspielig), als Gesundheit wiederherzustellen. Zuguterletzt ein Sinnspruch, der aus China stammt: „Wer glaubt, keine Zeit für seine körperliche Fitness zu haben, wird früher oder später Zeit zum Kranksein haben müssen.“ In diesem Sinne auch: Auf allzeit gesunde wie schöne Werbung! <



WÄRMENDE WERBEIDEEN

Wärmflaschen aus Naturkautschuk und flauschig warme Wärmflaschen mit Fleecebezug bietet eitel plastic speziell für den Werbemittelmarkt an. Sowohl die Grundfarbe der Wärmflaschen als auch die Farbe des Fleecebezugs können vom Kunden frei gewählt werden. Alle Wärmflaschen sind geprüft, verfügen über ein Zertifikat und erfüllen die Norm BS 1970. Der Fleecebezug kann zudem per Stickerei oder Druck veredelt werden. Es stehen Größen von 0,6 bis 2,0 Liter Volumen zur Verfügung. Die Mindestbestellmenge liegt bei 5000 Stück.

43508 • eitel plastic GmbH • Tel +49 9187 936670
psi@eitel-plastic.de.de • www.eitel-plastic.de

SANFTE KÖRPERPFLEGE

Werbeartikelallrounder Macma empfiehlt zum Thema Beauty ein 5-teiliges Pfirsich-Mango Badeset in einer kleinen Acrylwanne mit Duschgel (280ml), Schaumbad (280ml), Körperpeeling (220ml), Badeschwamm (EVA) und Massagehilfe aus Acryl. Die Werbebotschaft kann digital (mehrfarbig) auf ein Etikett gedruckt werden, welches an geeigneter Position der Einzelverpackung aufgeklebt wird.

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



AKTIVE SPORT-PROMOTION

Active, das steht bei der Smartwares-Marke Stedman® für moderne und funktionale Sport-Styles, die in sportlichen Farben und perfekten Performance-Passformen für die verschiedensten Freizeitaktivitäten geeignet sind. Das neue Active Sports-T für Herren und Damen (ST8000 und ST8100) besteht aus 100 Prozent Active-Dry-Polyester mit feuchtigkeitsregulierenden Eigenschaften. Das brandneue Interlock-Jersey ist ein besonders weiches und strapazierfähiges Material, das sich bestens für Veredelungen eignet. Interlockware hat eine geschlossene, glatte, leicht glänzende Oberfläche und ist sehr dehnbar. Wer Polyester nicht mag, liegt mit dem neuen Active Cotton Touch (ST8600 und ST8700) richtig. Mit den gleichen Eigenschaften und einer regulären Passform fühlt sich dieser Style so weich und glatt an wie echte Baumwolle. Active Sports-T und Active Cotton Touch haben ein kleines reflektierendes Active-Dry°-Logo auf der Rückseite. Natürlich gibt es auch ein paar neue Knaller-Farben: Cyber Orange, Cyber Yellow und viele mehr. Info unter: www.stedman.eu

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





ÜBERALL ORDNUNG

Eine Aufbewahrungsmöglichkeit, die nicht nur in einem Bereich anwendbar ist, sondern überall für Ordnung sorgt, stellt Flörke mit The Box vor. Die Plastikschtel mit der vierfachen Unterteilung bietet zu Hause, im Büro oder in der Werkstatt Platz für all die vielen Kleinigkeiten, die sich dort ansammeln und sonst wild durcheinander liegen. The Box ist Bestandteil der neu geschaffenen Brand Wellness for Promo der Hermann Flörke GmbH.

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

PFIFFIGE LOGOKLINGEL

Radfahren ist gesund. Und mit entsprechenden Accessoires macht es nochmal so viel Spaß. Die Firma Hypon aus den Niederlanden hat sich hierzu eine kommunikationsfreudige Fahrradlogoklingel einfallen lassen. Diese sogenannte „Logobell“ ist erhältlich in vielen verschiedenen Farben und Materialien wie Stahl, Alu oder Kunststoff. Lieferbar ist die Logobell ab Lager und 100 Stück, entweder unbedruckt oder mit farbigem Doming-Sticker, der auch nach Wunsch für jede einzelne Klingel individuell gestaltet werden kann. Die Logoklingel selbst kann ab 1.000 Stück in den entsprechenden Kundenfarben ausgeliefert werden. Nähere Infos gibt's direkt bei Hypon.

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



FÜR NOCH MEHR ENTSPANNUNG

Daiber hat sein bereits umfangreiches Spa-Programm der Eigenmarke Myrtle Beach in 2014 erweitert. Eine neue Handtuchserie in kuschliger Frottierqualität und leuchtenden Farben macht die Spa-Kollektion zum Erlebnis. Die Serie umfasst einen Waschhandschuh, ein Badetuch, ein Gästehandtuch sowie ein Handtuch im dezenten Design. Für Saunagänge bietet sich das große Functional Saunasheet und der Bath Robe Hooded Bademantel an, welche durch zwei Seiten bestehen: das schnelltrocknende Polyestervelour auf der einen Seite, hautschmeichelndes Baumwollfrottier auf der Abseite. Fans von hochwertiger Microfaser nutzen den Microfibre Bathrobe Bademantel aus schnelltrocknendem Microfaser in strahlendem weiß und Größen von S bis XXL. Ergänzend hierzu gibt's das Saunatuch Microfibre Sauna Sheet in gleicher Qualität. Alle Artikel können durch Bedrucken oder Besticken individualisiert werden.

42819 • Gustav Daiber GmbH • Tel +49 7432 7016-800
info@daiber.de • www.daiber.de



DER FRÜHLING KANN KOMMEN!

1652

1611

1309

BIO
SECURUM
SÜDBREMEN

GRATIS, den neuen Katalog jetzt anfordern
unter info@multiflower.de

MULTIFLOWER

Promotion Ideen für Wachstum

Industriestraße 88 • D-69245 Bammental
Fon +49 (0) 6223 - 86 65 6 - 0 • Fax +49 (0) 6223 - 86 65 6 - 10
www.multiflower.de • info@multiflower.de

Handgenähte Werbebälle in allen Qualitäten direkt vom Hersteller



SOCCER IS OUR WORLD

A family of Ball makers since 1945

Vertrieb	Produktion	Beratung
 DUBI'S Promotion Service GmbH Trompeterallee 104 41189 Mönchengladbach Germany Tel: 0049-05-2186-9702791 Fax: 0049-05-2186-9702782 E-Mail: info@subipromotion.de www.dubipromotion.de	 Astra Sport Articles (Pvt) Ltd Cheera Sandha, Peenar Road, Sakkur - 612110 Pakistan Tel: 0092-52-3540 332 - 335 - 336 Fax: 0092-52-3540 334 E-Mail: info@astrasportarticles.com www.astrasportarticles.com	 Comet Sports GmbH Trompeterallee 104 41189 Mönchengladbach Germany Tel: 0049-05-2186-960000 Fax: 0049-05-2186-960002 E-Mail: zshakt@cometsports.net mail@cometsports.net www.cometsports.net

HERKA ^{frottier}

Alle Sondergrößen
Geringe Mindestmengen
Einwebung
Druck
Stick



Ihr exquisiter Werbepartner

info@herka-frottier.at



www.herka-frottier.at



HANDLICHE BEAUTY-BAGS

Immer wieder interessant und in jeglicher Form ein perfekter Werbeträger sind die Beauty-Bags, die trinomial in verschiedenen Preissegmenten anbietet. Die kleinen handlichen Beauty-Bags finden auf jeder Reise eine Verwendung und können in verschiedenen Materialien umgesetzt werden. Eine Lieferung inklusive Taschenspiegel oder Nagelset ist genauso möglich wie eine Produktion mit aufwendigen Schmuckdetails. Ein Kundenlogo kann über Druck, Prägung oder Etikett bei einer Mindestauflage von 1.000 Stück erfolgen.

46862 • trinomial GmbH • Tel. +49 2324 68690-10
welcome@trinomial.de • www.trinomial.de



MINI-FITNESSSTUDIO

Mit einem konsequenten, täglichen Trainingsprogramm von nur ca. sieben Minuten können Büromenschen ihren Oberkörper, ihre Wirbelsäule und Bauchmuskeln stärken. Das beugt Schmerzen im Rücken oder Verspannungen im Nacken vor oder tilgt sie gänzlich. Ideale Helfer hierfür sind Fitnesshanteln mit einer hygienischen Neopren-Beschichtung von der b+a Vertriebs GmbH. Es stehen fünf verschiedene Gewichte von einem bis zu fünf Kilogramm in neuen, frischen Farben zur Verfügung. Jedem Gewichtspaar liegt eine Anleitung bei, welche verschiedene Übungen zeigt.

48898 • b+a Vertriebs GmbH • Tel. +49 7062 97891-0
gauger@b-und-a.com • www.promotionkicker.de

-Anzeige-

 The advertisement for PSI 2015 features a woman with a colorful headpiece and a small dog. The text is overlaid on a blue and red background.

PSI 2015
 7th - 9th JANUARY
 DÜSSELDORF
BOOK YOUR STAND NOW!
 MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com
 Reed Exhibitions



SPIEGLEIN MAL NICHT AN DER WAND

Auch unterwegs möchte „Madame“ nicht auf ihren Kosmetikspiegel verzichten, weiß man bei Giving Europe. Das Taschenspiegelmodell „Madame“ kommt dem entgegen: Der kleine Spiegel passt in jede Handtasche, besteht aus robustem Kunststoff, ist zusammenklappbar und mit doppeltem Spiegel versehen und kommt in vier verschiedenen Trendfarben daher. Eine Werbeanbringung ist sowohl im Tampondruck als auch im Digitaldruck möglich.

45737 • Giving Europe GmbH • Tel +49 421 5965970

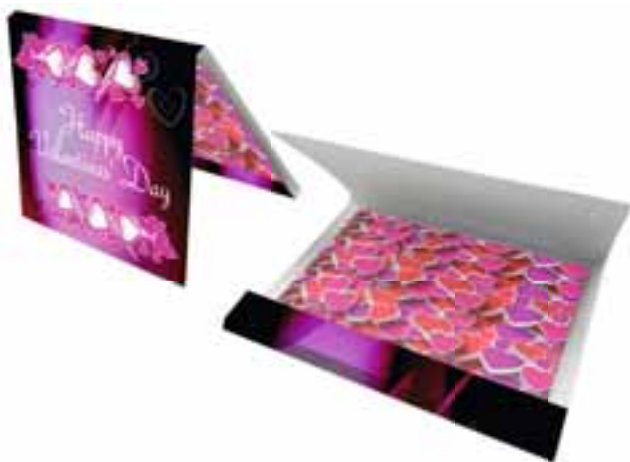
kontakt@givingeurope.de • www.givingeurope.de • www.impression-catalogue.com

KERNGESUNDE AUFSCNEIDEREI

Jeder, der Wert auf gesunde Ernährung legt, bekommt mit dem Apfelteiler Split von Inspirion ein wertvolles Werkzeug in die Hand. Der Apfelspalter wird zum Aufschneider, wenn er Kernobst sieht. Am liebsten mag er Äpfel. Zudem überzeugt er durch rostfreie Edelstahlklingen. Die scharfen Schneidflächen teilen den Apfel in acht Stücke und entfernen den Kern. So wird der Apfel ohne großen Arbeitsaufwand geschnitten und kann stückchenweise serviert werden. Der praktische Kunststoffgriff hat die Form eines Apfels und bietet eine wirkungsvolle Werbefläche. Den Apfelschneider gibt es in Rot und Grün.

42907 • Inspirion GmbH • Tel +49 421 52270

info@inspirion.eu • www.promotiontops.eu



WELLNESSMARKE STARTET NEU

Unter dem Namen „Wellness for Promo“ lanciert die Hermann Flörke GmbH einen neuen Brand, der speziell für Werbeartikelkunden gestaltet wurde. „Die neue Marke hat sich als Ergebnis der Marktentwicklung im Bereich der Werbeartikel im Rahmen der sich immer feiner fragmentierenden Kundenbedürfnisse und infolge der natürlichen Entwicklung eines hierfür spezialisierten Zweiges herauskristallisiert“, erklärt Geschäftsführer Armin Flörke. Dazu gehört auch das Nagelfeilenheftchen im Zehnerset. Es eignet sich als Give-away und für Werbeaktionen aller Art. Der kleine Helfer für unterwegs, im Urlaub, Büro und Sport bietet eine großzügige Werbefläche auf dem Umschlag und direkt auf den Feilen.

44294 • Hermann Flörke GmbH • Tel +49 6104 73373

info@floerke.de • www.floerke.de



LECKER UND FRUCHTIG

Der leckere 10g Mini- oder der köstlich fruchtige 30g Energie-Riegel von Suessigkeitenonline ist das perfekte Give-away für jeden Anlass. Mit Provitamin A und den Vitaminen C und E schmecken diese Riegel köstlich fruchtig nach Orangen, Zitronen und Karotten. Die praktische Oblatenabdeckung verhindert Krümeln oder Kleben. Und durch die schonende Verarbeitung bleibt die Stückigkeit der Trockenfrüchte im Riegel weitestgehend erhalten. Kunden haben die Wahl zwischen PE-Folien in weißer oder glasklarer Folie oder einem 4c-Digitaldruck-Papier-etikett. Die Folie der Riegel ist silber und ist auch mit 4c-bedruckbarer Banderole oder auf Anfrage auch in individuell gestaltbarer Folie erhältlich. Bei den Minis und den Riegeln mit Banderole stehen insgesamt vier (Minis) bzw. sieben (Riegel) Geschmacksrichtungen zur Verfügung. Die Riegel sind schon in kleinen Mengen erhältlich und das Unternehmen verspricht kurze, flexible Lieferzeiten. Also nichts wie zubeißen!

46453 • Viba sweets GmbH / Suessigkeitenonline GbR • Tel. +49 8261 762121
info@suessigkeitenonline.de • www.suessigkeitenonline.de

PERFEKTER TRAININGSPARTNER

Mit dem Soft-Pull „Bari“ von easy gifts werden nicht nur die Arme, sondern gleich der ganze Oberkörper trainiert. Die Fußstützen und Riemen sind aus weichem PU-Schaum gefertigt, was das Verletzungsrisiko senkt. Die weiche Ummantelung am Griff sorgt für einen sicheren Halt. Die Werbung wird mittels eines Aufklebers auf der Einzelverpackung angebracht. Der Soft-Pull ist einzeln verpackt im farbigen Karton.

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



messegelände köln | exhibition centre cologne

JOIN GLOBAL FITNESS AT FIBO: 3 – 6 APRIL 2014



**GLOBAL
FITNESS
2014**



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

internationale leitmesse für fitness, wellness & gesundheit





SCHNELL BEI DER HAND

Mit nur einem Handgriff lässt sich die Edelstahl Trinkflasche mit Schnellverschluss von Esbit öffnen. Bei sportlichen Einsätzen und bei Ausflügen ist das erfrischende Getränk so schnell und ohne unnötigen Stopp verfügbar. Das robuste Material macht die Flasche zu einem zuverlässigen Begleiter, auch wenn es einmal etwas robuster zugeht. Das Fassungsvermögen der Edelstahlflasche beträgt rund 800 Milliliter, der Inhalt ist durch eine spezielle Dichtung geschützt.

48003 • Esbit Compagnie GmbH • Tel +49 40 85310650

judith.henniges@esbit-marketingtools.de • www.esbit-marketingtools.de

DAS KLEINSTE SPORTSTUDIO DER WELT

Seit 2006 gehört das Fitnessband zu den Bestsellern der team-d GmbH. Egal ob für unterwegs oder zu Hause, in der Gruppe oder allein: Mit dem Fitnessband aus 100 Prozent Latex haben die Benutzer ihr Fitness-Studio immer dabei. Unabhängig von Leistungszustand oder Alter lässt sich damit ein effektives Training für Kraft und Ausdauer absolvieren. Die Bandstärke, Qualität und Praxistauglichkeit sowie die bebilderten Übungsbeispiele wurden von lizenzierten Fitness-Trainern geprüft und zusammengestellt. Das Band ist ab Lager in Blau (stark) sowie in Rot und Grün (medium) lieferbar. Die Werbeanbringung erfolgt auf dem Band direkt.

44186 • team-d Import Export Warenvertriebs-GmbH • Tel +49 7181 989600

info@team-d.de • www.team-d.de



-Anzeige-

PSI
2015
 7th - 9th JANUARY
 DÜSSELDORF
**BOOK YOUR
 STAND NOW!**
 MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com
 Reed Exhibitions



BEST OF FITNESS

Den inneren Schweinehund überwinden, wenn es um Abspecken geht? Jetzt ist das einfach gesagt und einfach getan. Denn bei Reflects von LM Accessoires engagiert man den eigenen personal coach für ganz kleines Geld. Reflects-Fano heißt er und ist mit Wonne der tägliche Begleiter auf dem Trimpfad. Das 3D-Pedometer funktioniert in der Tasche genauso wie direkt am Körper und misst horizontale und vertikale Bewegungen. Es ist mit blauer Hintergrundbeleuchtung und Uhr ausgestattet und speichert die gelaufenen Kilometer, Schritte und den Kalorienverbrauch der letzten sieben Tage.

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



LEBEN IN BALANCE

Das Silikonarmband thanxx® „Balance“ mit zwei Hologrammen und hoher negativer Ionenladung, dauerhaft im Silikon integriert, sorgt durch das Abwehren schlechter Umwelteinflüsse für mehr Ausgeglichenheit und Stärke, besseres Gleichgewicht und Konzentration, heißt es beim Lieferanten Spranz. Der Trendartikel wird, inklusive Promokarte mit einer Testanleitung für die Wirksamkeit, im Design-Fensterkarton geliefert.

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

Tacx
promotional
bottles

Bottle
Promotions

- 10-15 working days delivery
- New, improved bottle odour
- Full colour all round printing



The choice of the professionals

Tacx



www.bottlepromotions.nl | joy@tacx.nl



Qualität erleben!



Floringo GmbH, Tel.: +49 8847 6907-0
info@floringo.de, www.floringo.de



KICK AUS DER TÜTE

Einen kleinen Energie-Kick für zwischendurch liefert der neue Bio-EnergyShot in Pulverform mit Karamell-Note von myfitmix. Ob beim Sport, unterwegs oder bei einem Meeting: Der Bio-EnergyShot ist zum direkten Verzehr geeignet und versorgt langanhaltend mit zusätzlicher Energie aus Bio-Guarana und Bio-Kokosblütenzucker aus kontrolliert biologischem Anbau. Guarana stärkt das Durchhaltevermögen und hat eine anregende Wirkung auf das Herz-Kreislaufsystem. Kokosblütenzucker enthält weniger Kalorien als herkömmlicher Zucker und ist reich an Spurenelementen.

47673 • myfitmix GmbH - Gesunde Werbung • Tel +49 6195 673210

info@myfitmix.de • www.myfitmix.de

KONDITIONSTRAINER IMMER DABEI

Gesundheit und Fitness brauchen Anreize. Der Bluetooth Activity & Sleep Tracker von Intraco hilft, die Aktivität zu erhöhen und Konditionsziele zu erreichen. Wem klar wird, wie wenig er sich eigentlich bewegt, fängt möglicherweise an, Treppen zu steigen oder gar zu laufen. Bluetooth Activity & Sleep Tracker macht den Träger auf die persönlichen Bewegungsgewohnheiten aufmerksam – und dies ist schon ein riesiger Schritt in Richtung Fitness. Das anklippbare Gerät ist so klein, dass es bequem in jede Tasche passt.

43540 • Intraco Trading bv • Tel +31 75 6475420

info@d-vice.info • www.intraco.nl



FULLY-FASHIONED

Die Merkel GmbH, Spezialist für modische Promotion, bleibt ihrer Linie treu. Ab sofort führt das Unternehmen Strick Pullover für Sie und Ihn von Olymp Corporate Fashion Nos im Sortiment. Olymp ist einer der bekanntesten deutschen Hersteller von Herrenhemden. Neben Hemden werden zudem Polo-Shirts und Krawatten angeboten. Ab 2014 neu in Sortiment sind auch Strickwaren für Damen und Herren. Die Qualitäten: Spürbar weich. Maschinenwaschbar. Fully-Fashioned. Aus extrafeiner Merinowolle. Modisch-zeitgemäßer Schnitt. Hohe Formstabilität und geringe Pillingneigung. Nähere Infos gibt's direkt bei Merkel.

46786 • Merkel GmbH • Tel. +49 7121 6992670

info@stickereimerkel.de • www.stickereimerkel.de





STIMMUNGSVOLLE ATMOSPHÄRE

Wer möchte nicht nach einem anstrengenden Tag einfach entspannen und sich wohlfühlen? Das LED Stimmungslicht Spirit von Protrade schafft die Voraussetzungen dafür. Die kompakte Lampe aus ABS Kunststoff verzaubert mit beruhigenden und aktivierenden Regenbogenfarben in fließenden Farbübergängen. Durch Antippen des Lampenkopfes verwandelt sich das Stimmungslicht in eine Tischleuchte mit weißem Dauerlicht. Die kompakte Lampe lässt sich überall aufstellen und mitnehmen und sorgt so für Wohlgefühl auch im Garten oder auf Reisen. Drei AA Batterien und eine hochwertige Karton-Geschenkverpackung gehören zum Lieferumfang.

42751 • Protrade Europe GmbH • Tel +49 7044 94510
protrade@protrade.de • www.protrade.de

GESUNDHEIT IMMER IM BLICK

Das vollautomatische Blutdruck- und Pulsmessgerät BM58 von Beurer im Vertrieb von IT2U verschafft einen zuverlässigen Blick auf die Gesundheit. Das Gerät ist für Oberarmumfänge von 22-30 Zentimeter geeignet, bietet 2 x 60 Speicherplätze, automatische Druckvorwahl und Luftablass. Dank der Arrhythmie-Erkennung erfolgt bei eventuellen Herzrhythmusstörungen eine Warnung. Die Durchschnittswerte aller gespeicherten Messwerte und der jeweilige Morgen- und Abendblutdruck der letzten sieben Tage werden gespeichert. Das Blutdruckmessgerät ist als Medizinprodukt zugelassen.

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



FITNESS AUS DEM SPRAYER

Das Fitness Spray von Création Cilia Cosmetics ist ein Muskeltonikum mit Franzbranntwein und hochwertigen Inhaltsstoffen. Es belebt müde Beine und macht die Muskeln wieder fit. Dieser Fitmacher spielt insbesondere nach einem anstrengenden Tag oder intensiven Sportaktivitäten seine Stärke aus. Er spendet kühlende Momente unterwegs und in der Pause. Und: Er passt bequem in jede Sporttasche, Handtasche, den Aktenkoffer, die Jackentasche oder ins Handschuhfach des Autos. Als Give-away für Fitnessstudios, Sportmarken, Hotels oder Fluglinien kann die Zerstäuberhülle mit bis zu vier Farben bedruckt werden. Der Sprayer ist nachfüllbar, bruchfest und umweltverträglich, da ohne Treibgas.

43431 • Création Cilia Cosmetics GmbH • Tel +49 621 4844799
info@creation-cilia.de • www.creation-cilia.de





SCHÖN UND GLÜCKLICH

Schokolade macht glücklich – und schön: Davon sind die Süßwarenxperten von Chocollissimo überzeugt und präsentieren mit Vanity Chocolates „alles, was Frau zum Schönmachen braucht“. Das Set besteht aus fünf Elementen: Parfüm, Lippenstift, Nagellack, Haarbürste und Make-up-Set. Die Produkte sind aus Vollmilkschokolade und dekoriert mit weißer und Zartbitterschokolade. „Mit diesem schokoladigen Set wird jede Frau glücklich!“, heißt es vom Firmensitz aus Frankfurt.

48316 • Chocollissimo by MM Brown Deutschland GmbH

Tel +49 69 25427127 • verkauf@chocollissimo.de • www.chocollissimo.de



-Anzeige-

PSI 2015
7th – 9th JANUARY
DÜSSELDORF

BOOK YOUR STAND NOW!

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions

ENERGIE KNABBERN

Der Countdown zur Fußball-WM 2014 läuft. Hierzu hält wellnuss Premium Snacks einige Fitmacher für Gesundheitsbewusste bereit. Die Wahl besteht aus vier und acht Snacks in der edlen Birkenholzbox der Sonder-Edition „Fan-Kollektion“. Weiterhin gibt es zwei Snacks im hochwertigen Baumwollsäckchen – bedruckt entweder mit dem Motiv „Fußballstation“ oder „Fußballfan“. Sowohl Box als auch Säckchen können individuell mit Firmenlogo gebrandet werden. Für die Befüllung stehen 14 würzige Nuss-, saftige Trockenfrucht- oder verführerische Schokoladen-Kompositionen zur Verfügung – alle frei von Farb- und Konservierungsstoffen sowie künstlichen Aromen. Und mit Spitznamen wie „Glücksbringer“ oder „Energiespender“ senden die Snacks gleich noch eine sympathische Botschaft an den Beschenkten.

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

kontakt@wellnuss.de • www.wellnuss.de



SCHMUCKES FÜRS BAD

Auch für den Bereich Gesundheit, Fitness und Beauty hat Weißblechdosenspezialist ADV PAX Lutec einiges zu bieten. Der Wattestäbchenbehälter mit einem Durchmesser von 85 Millimetern passt sich attraktiv und hochwertig in jedes Badezimmer ein. Der Inhalt ist funktionell, sauber und hygienisch aufbewahrt. Bei der Gestaltung der Dose kann die Phantasie des Kunden sich frei entfalten. Ungeahnte Möglichkeiten durch Farbdruck im Offsetdruckverfahren (All-Over Druck), filigrane, großflächige Prägungen oder attraktive Matt- und Glanzeffekte sind schon ab einer Menge von 2000 Stück möglich. Das Unternehmen entwickelt für seine Kunden auch weitere bedarfsorientierte Verpackungen aus Weißblech für den Bereich Gesundheit.

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



MIT VERGNÜGEN SCHNEIDEN

Sind Messer immer langweilig? Das vierteilige Messerset aus dem Hause Blaumann beweist das Gegenteil. Es kommt im ungewöhnlichen Design daher. Gemusterte, antihaftbeschichtete Edelstahlklingen gepaart mit ergonomischen SoftTouch Griffen machen jedes Schneiden zum reinsten Vergnügen. Bestehend aus einem Allzweck-, einem Santoku- und einem Tranchiermesser sowie einem Schäler zeichnet sich das Set auch durch seine hochwertige Verpackung mit Magnetverschluss aus. Ein echtes Highlight in jeder modernen Küche.

48110 • JD Sales GmbH & Co. KG • Tel +49 4315 808190
info@jdsales.de • www.jdsales.de



NATURAL MEDIA FOR POWERFUL COMMUNICATION



INFO@TALKING-WATER.COM
WWW.TALKING-WATER.COM



TEE ZUM ESSEN UND TRINKEN

Als innovative Neuheit präsentiert Magna sweets jetzt den Teatraeder. 15 Gramm Früchtetee aus einer Mischung aus Trockenobst zum Trinken und Essen lassen Teefreunde den Genuss neu entdecken. Die kleinen Trockenobststückchen werden mit heißem Wasser aufgegossen. Nach einer Ziehzeit entfalten die aufgeweichten Trockenobststückchen ihr ganzes Aroma und können zum Tee verzehrt werden. Die natürliche Süße des Trockenobstes sorgt dafür, dass ein Nachsüßen unnötig wird. Den Tee genuss gibt es in den Geschmacksrichtungen Exotisch, Mango-Guave, Apfel-Birne-Ingwer oder Kiwi-Apfel-Ananas.

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

SPORTLICH UNTERWEGS

Die Niederländer von The Gift Groothandel offerieren ein sportliches Set für unterwegs der Marke Norländer. Das ultimative Set besteht aus einer modernen Retro-Sporttasche mit vielen Innenfächern, einem Sporthandtuch sowie einem erfrischenden Bodywash/Shampoo für Damen und Herren. Näheres unter: www.thegift.nl

48207 • The Gift Groothandel B.V. • Tel +31 226 381010
info@thegift.nl • www.thegift.nl



VIELSEITIGER TRAININGSHELFER

Ein vielseitiges Muskeltraining mit nahezu unbegrenzten Einsatzmöglichkeiten zur Steigerung von Mobilität, Kraft und Flexibilität bieten die neuen Gymnastik- und Rubberbänder von elasto form. Die beiden aus Latex bestehenden Bänder sind für viele verschiedene Übungen zur Verbesserung unterschiedlicher Muskeln und Muskelgruppen geeignet (z.B. Bauch, Brust, Bizeps, Trizeps). Die Bänder lassen sich an fast jedem Ort nutzen und sind in drei verschiedenen Stärken erhältlich (gelb=leicht, rot=mittel, blau=stark). Die Fitnessbänder lassen sich auf Kundenwunsch individuell veredeln.

41369 • elasto form KG • Tel +49 9661 8900
info@elasto-form.de • www.elasto-form.de





ZÄHNE PUTZEN WIE DIE PROFIS

Mit der elektrischen Zahnbürste Braun K-414 Oral-B ProfCare 600 bietet Lehoff ein professionelles Reinigungsinstrument für die tägliche Zahnpflege an. Sensitive Andruckkontrolle schützt Zähne und Zahnfleisch, bei zu viel Druck werden die pulsierenden Bewegungen gestoppt. Der Professional Timer (4 x 30 Sek.) signalisiert nach 30 Sekunden den Wechsel zum nächsten Kieferquadranten und nach zwei Minuten, dass die empfohlene Putzzeit erreicht ist. Lehoff bietet dazu das komplette Dienstleistungs-Paket von der Beratung über den Einkauf bis zur Auslieferung an den Kunden an.

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

GEPFLEGTE LIPPEN OHNE ENDE

Ein patentiertes Stecksystem sorgt dafür, dass der Lippenpflege-
stift Lipcare Cover von KHK mit jedem handelsüblichen
Pflegestift immer wieder neu befüllt werden kann und so seinen
Besitzer unbegrenzt begleitet. Die elegante Metall-Hülle gibt es in
fünf kombinierbaren matten Pastelltönen, ein Magnetverschluss
fügt Ober- und Unterteil zusammen. Die erste Befüllung ist bereits
enthalten, ein Nachfüllstift und die Anleitung zum Umstecken
liegen der Verpackung bei. Mit einer individuellen Gravur wird
Lipcare Cover zum exklusiven Dauerbegleiter. Lippenpflegepro-
dukte von KHK unterliegen strengen Prüfungen und werden
ausschließlich in Köln/EU nach Kosmetik-GMP sowie Kosmetik-
Richtlinie 76/768/EWG hergestellt.

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



GESUND, FRISCH, NATÜRLICH

Natürliches Mineralwasser erfrischt Körper und Geist. Ohne Zusatzstoffe
(außer Kohlensäure) ist das Wasser von Promotion Drinks by Römer ein
Naturprodukt aus frischer Quelle. Wenn es um Reinheit, Hygiene und Qualität
von Produkten geht, führt Mineralwasser die Liste der Lebensmittel in Deutsch-
land an. Mineralwasser ist das einzige Lebensmittel in Deutschland, das amtlich
anerkannt werden muss. Die wertvollen Mineralien und gelöste Spurenelemente
verleihen dem Wasser von Promotion Drinks seinen typischen Geschmack.
Kunden können so ganz nach Belieben mit oder ohne Kohlensäure in der 0,33L
oder 0,5L Variante vitalisiert werden. Bereits ab 504 Flaschen werden die
umweltschonenden PET Flaschen mit einem eigenen Etikett veredelt.

43892 • Promotion Drinks, Römer Wein & Sekt GmbH • Tel. +49 6541 8129-0
www.promotiondrinks.de • info@promotiondrinks.de



INNOVATIVE DRUCKVEREDELUNG

Mit InTec-Inmoldtechnik präsentiert Wellness-Promotion eine völlig neue, moderne Art der Umsetzung von Druckmotiven auf ihren VitaLip® Lippenpflegestiften. Insbesondere aufwendige Bildmotive oder Logos mit Farbverläufen können mittels InTec problemlos und preiswert realisiert werden. Der Druck erfolgt digital nach Euroskala, weshalb die Veredelung im InTec-Verfahren bereits ab 500 Stück möglich ist. Die Verbindung mit der Schutzkappe erfolgt nicht wie bei einem Etikett konventionell mittels Klebstoff, sondern die Werbung wird zusammen mit der Schutzkappe im Spritzgießverfahren verschmolzen. Es sind keine unsauberen Klebekanten sichtbar und die Schutzkappe ist komplett rundum und bis an die Unterkante gestaltbar. Die Werbung wird mit der Schutzkappe zu einem Teil und damit nicht mehr ablösbar. Die Produktion der Lippenpflegestifte erfolgt vollständig in Deutschland gemäß Deutscher Kosmetikverordnung und Kosmetik-GMP auf Grundlage.

42104 • Wellness-Promotion GmbH & Co. KG • Tel. +49 0731 96277-17

info@wellness-promotion.com • www.wellness-promotion.com



GUTE RAUMLUFT

Der neue Luftgüte-Monitor von technotrade hilft zu Hause und im Büro beim Aufspüren von Raumverschmutzungen durch üble Gerüche, Zigarettenrauch, Dämpfe von Reinigungsmitteln, Kochdunst und Hausstaub. Ein eingebauter Luftgüte-Sensor überwacht hierzu permanent das Raumklima und analysiert die Schadstoffkonzentration. Dabei reagiert er auf mehr als 5000 für den Menschen belastende Substanzen wie beispielsweise CO₂, Formaldehyd, Lösungsmittel, VOC's und Körpergerüche. Bei besonders gesundheitsgefährdender Raumluft erinnert der einstellbare Luftgüte-Alarm per blinkender LED und/oder Alarmton im richtigen Moment an die erforderliche Frischluftzufuhr.

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

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

-Anzeige-

PSI 2015
7th - 9th JANUARY
DÜSSELDORF

BOOK YOUR STAND NOW!

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions



LIPPENBALSAM IN DER DOSE

Als Erweiterung seines für den Markt in Großbritannien und Europa aufgestellten Produktbereiches Gesundheit, Fitness und Beauty bietet Bio Laboratories jetzt auch einen in Großbritannien hergestellten Lip Balm an. Der Balsam wird in einer recycelbaren Zindose mit einem flachen Schraubdeckel geliefert. Dieser kann mit gewölbten Etiketten individualisiert werden. Dieses umweltbewusste Lippenpflegeprodukt mit zehn Milliliter Inhalt ist in den vier Geschmacksnoten Vanille, Tropische Frucht, Schwarze Johannisbeere und Apfel erhältlich.

46839 • Bio Laboratories Ltd. • Tel +44 161 9039520
sales@bio-labs.co.uk • www.bio-labs.co.uk

-Anzeigen-



Seifenblasen Made in Germany



Erfolgreiche Werbung mit Spaß














Telefon 07071 - 78898
www.success-werbung.de
info@success-werbung.de



Werben. Spielen. Gewinnen!

Ihre Werbung auf Bällen & Sporttextilien

Eine runde Sache: ballprint steht für kreative Beratung, clevere Umsetzung und kompetente Herstellung in ISO zertifizierten Produktionsstätten. Im Mittelpunkt: Ihr Logo, Ihre Grafiken, Ihre Vorstellungen. So bleiben Sie der Optik Ihrer Marke treu und punkten bei jedem Spiel. Blitzschnell und extrem flexibel: Ob kleine oder große Auflage, wir produzieren Ihre Bestellungen professionell. Damit Ihre Ball-Spiel-Werbung ein Gewinn ist.



www.ballprint.it www.ballprint.de

ballprint gmbh - Lange Mühren 1 - D-20095 Hamburg - Tel. (+49)40/30059129 Fax (+49)40/30059145 - Mail: info@ballprint.de



KUSCHLIGES WÄRMEN

Einen Platz im Bauch der schmusigen Minifeet®-Wärmeplüschis von mbw finden perfekt die Mini-Körnerkissen. Diese sind von Hülle bis Füllung ausschließlich aus Ökotex Standard 100 zertifizierten Materialien gefertigt. Die Füllung besteht wahlweise aus Dinkel, Kirschkernen oder Getreide. Die Körnerkissen werden ohne Plüschtierhülle in der Mikrowelle aufgewärmt und dann in das Plüschtier eingelegt. Diese strahlen eine kuschelige Wärme aus und vertreiben Bauchweh und kalte Füße.

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

info@mbw.sh • www.mbw.sh

AM OSTERFEUER TEE GENIESSEN

Auch zu Ostern ist ein wärmendes Getränk oft noch sehr willkommen. Multiflower hat dafür eine elegante Kissenpackung geschaffen, die mit einer Tüte mit Osterfeuer-Tee und einer Kandisstange zum Süßen daherkommt. Auf dem Standardmotiv der Packung ist Platz für eine individuelle Werbebotschaft. Eine komplett eigene Gestaltung ist ab 500 Stück möglich. In der Kissenpackung findet der Empfänger 30 Gramm Osterfeuer-Tee und eine braune Kandisstange im Format 155 x 120 x 35 Millimeter.

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560

info@multiflower.de • www.multiflower.de



OPTIMALE FROTTIER-BEGLEITER

Für den gelungenen Auftritt in Wellnessoasen findet man beim Spezialisten Floringo Frottierartikel, die besonders weich sind und optimal sitzen. Das liegt an den hochwertigen Garnen und den für Mitteleuropäer optimalen Schnittmaßen. Bei den Bademänteln beginnt die Auswahl beim sportlichen Waffelpikee, der als Mischgewebe besonders weich ist – und es auch nach zahllosen Wäschen bleibt. Hohe Saugfähigkeit innen und luxuriöse Waffelopetik zeichnen das Modell 961 aus. Zu den Pikee-Bademänteln passt das attraktive Waffeltuch, das durch seinen weichen Griff und die hohe Saugfähigkeit begeistert. Mit großzügigen 80 x 220 cm empfiehlt es sich als Liegenauflage, für Fango, Wellness und Co. Vielseitig und nützlich sind Fitnesstücher, die als Sportschals oder Handtücher angeboten werden. Sportswear-Spezialisten haben damit beste Erfahrungen, da die Tücher werbewirksam, saugfähig und absolut schweißecht sind. Alle vorgestellten Artikel eignen sich bestens zur Individualisierung. Bademäntel werden in der Regel bestickt, Waffeltücher können nach Kundenwunsch eingefärbt, bestickt oder das Logo im Hochtief-Profil umgesetzt werden. Die Sport- und Fitnesstücher verfügen über eine glatte Polyesterbordüre, die sich ideal bedrucken lässt und filigranen Stickmotiven auf der glatten Bordüre zu großer Wirkung verhilft.

44389 • Floringo GmbH • Tel. +49 8847 6907-0

info@floringo.de • www.floringo.de





Buy from the UK

Buy from a bpma accredited member

Manufacturing in the UK is alive and flourishing

Our Great British Manufacturers & Suppliers are competitive and flexible

Buy from the UK:

- ✓ Current exchange rate
- ✓ Products that confirm to all EU product regulations
- ✓ Professionalism, knowledge & expertise
- ✓ A creative & flexible service
- ✓ Quality products

Contact the bpma for a list of bpma Accredited UK suppliers

www.bpma.co.uk

Tel: +44 (0) 20 7631 6960

enquiries@bpma.co.uk

 **bpma**
british promotional
merchandise association
promotions by professionals

2013 WEITER AUF ERFOLGSKURS

DIE6 DEUTLICH IM UMSATZPLUS

Der Werbemittelverbund DIE6 meldet für das abgelaufene Kalenderjahr ein positives Ergebnis. Rund 13 Prozent Zuwachs verzeichnet die Zentrale in Hagen für die in 2013 regulierten Mitgliederumsätze. „Wir sehen unsere Philosophie bestätigt: Hohes Qualitätsniveau unserer Produkte, kreative Beratungskompetenz der Mitarbeiter aller Mitgliedsunternehmen sowie die große Nähe zum Kunden. In der Summe stimmt das Leistungspaket aller Unternehmen im Verbund DIE6 und der Markt honoriert dies entsprechend“, so Holger Kapanski, Geschäftsführer bei DIE6, der die vorläufigen Zahlen im Rahmen der PSI 2014 in Düsseldorf den anwesenden Gesellschaftern bekanntgab. Gleich zu Beginn 2014 ist DIE6 Ende Januar mit der DIE6-Akademie gestartet. Die Veranstaltung, nun zum dritten Mal durchgeführt, ist nur eine der zahlreichen Marketingmaßnahmen, mit denen der Verbund die Nähe zu den Lieferanten pflegt und die kontinuierliche Weiterbildung aller Werbemittelberater sicherstellt. 1990 als Einkaufsgemeinschaft von sechs Unternehmen gegründet, hat sich DIE6 mittlerweile zu einem bundesweit flächendeckend vertretenen Verbund mit 16 Mitgliedern entwickelt. Auch in der österreichischen Hauptstadt Wien ist man vertreten.



Feiern erlaubt: Auf der außerordentlichen Jahreshauptversammlung Anfang Dezember 2013 begrüßten die Gesellschafter das 16. DIE6-Mitglied. Foto: DIE6

REGELMÄSSIGE WEITERBILDUNG

„Wir haben in Hagen im Wesentlichen zwei grundlegende Aufgabenstellungen als zentrale Ansprechpartner für alle Mitgliedsunternehmen. Zunächst die Initiierung guter Kontakte zu namhaften Herstellern in Deutschland und Europa sowie die Bündelung der gemeinsamen Marketingaktivitäten.“, erläutert Kapanski das Betätigungsfeld der auf sechs Mitarbeiter angewachsenen Geschäftsstelle. „Außerdem legen wir großen Wert auf die regelmäßige Weiterbildung aller Mitarbeiter. Dazu beschäftigen wir renommierte Verkaufstrainer, um aktuelle Themen noch näher an die Mitarbeiter der Einzelunternehmen zu bringen. So haben im Rahmen der DIE6-Akademie Hersteller die Möglichkeit sich über aktuelle Entwicklungen auf dem Werbemittelmarkt zu informieren. In der Regel schließt sich dann ein mehrstündiges Coaching an, was von unseren Mitgliedern außerordentlich positiv angenommen wird.“ Für Kapanski zählt es zum DIE6-Konzept, nicht nur Lieferanten zu prüfen, sondern in Zukunft auch zu zertifizieren, um sie damit enger an die DIE6 zu binden. Die Aufgabenstellung umfasst auch, die eigenen Mitgliedshäuser und ihre Mitarbeiter kontinuierlich weiter zu qualifizieren. Weitere Informationen unter: www.die6.de

FARE PRODUKTVIDEOS

NEUHEITEN IN 15 MINUTEN KENNENLERNEN

Die Schirmexperten der Fare – Guenther Fassbender GmbH haben zu allen zehn Neuheiten 2014 detaillierte Produktvideos veröffentlicht. Zu sehen sind sie im Fare Youtube Channel (User FARE1955). Des Öfteren schon wurde das Team des Fare Schirmwerks auf Produktvideos angesprochen. Mit Erscheinen seines aktuellen Katalogs ist das Unternehmen diesem Wunsch nachgekommen. „Die persönliche Vorstellung unserer neuen Modelle fanden wir einfach sympathischer“, so Carina Hartmann, Marketing Managerin bei Fare. „Es war uns einerseits wichtig, dass unsere



Kunden ein Gesicht zu dem Namen Volker Griesel, unserem Geschäftsführer, bekommen, andererseits legen wir generell einen hohen Wert auf Authentizität und Glaubwürdigkeit.“ Die Videos sind derzeit in Deutsch und mit englischen Untertiteln online. In Kürze werden sie durch eine Version mit französischen Untertiteln ergänzt. Die beiden ersten beiden Produktfilme wurden in Zeichentricktechnik realisiert, mit denen sich der optische Effekt der Colormagic- und Wetlook-Modelle sowie die Sicherheitsausstattung der Trimagic Safety-Serie sehr gut veranschaulichen lässt.

www.fare.de



KARLOWSKY FASHION PROFESSIONELLE VERSTÄRKUNG

Pünktlich zu Beginn des neuen Jahres wurde der Key Account des Magdeburger Traditionsunternehmens Karlowsky



Michael Lienkamp

Fashion durch Michael Lienkamp verstärkt. Mit über 13 Jahren Erfahrung als Verkaufsleiter beim Werbemittelimporteur PF Concept Deutschland ist Michael Lienkamp ein Profi im Vertriebsgeschäft. „Durch seine sprichwörtliche

Begeisterungsfähigkeit und seinen unermüdlichen kompetenten Einsatz ist er die optimale Besetzung, um vertriebliche Impulse zu setzen und uns bei der strategischen Positionierung der Kernmarken ‚Karlowsky Fashion‘ und ‚Rock Chef‘ zu unterstützen“, sagt Geschäftsführer Thomas Karlowsky und ergänzt: „Man wird sich auch 2014 auf viele spannende Innovationen aus dem Hause Karlowsky Fashion freuen können.“

www.karlowsky.de

SLODKIE UPOMINKI UNTERNEHMEN NACH BRC ZERTIFIZIERT

Der polnische Süßwarenspezialist Slodkie Upominki hat das BRC-Zertifikat erhalten. Bei BRC handelt es sich um einen internationalen, vom British Retail Consortium entwickelten Standard, der höchste Sicherheitsanforderungen, die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen sowie die nachvollziehbare Qualität von Produkten bescheinigt. Das Zertifikat garantiert den Kunden des Unternehmens einwandfreie Produkte von höchster Qualität.

www.slodkieupominki.pl

PROMOTION MÄSSAN IN KISTA/STOCKHOLM ATTRAKTIVER MARKTPLATZ FÜR WERBEARTIKEL

Die erste von zwei Jahresveranstaltungen der schwedischen Werbeartikelmesse Promotion Mässan („The nordic meeting place for branded and promotional products“) ist am 16. Januar auf dem Gelände der Kista/Stockholm mit einem gutem Ergebnis zuende gegangen. Die Veranstalter der Messe, die von der Artexis-Gruppe in Partnerschaft mit SBPR (Svensk Branschförening Profil- och Reklamartikel) und PWA (Promotion Wholesales Association) durchgeführt wurde, zählten an drei Messetagen insgesamt 2193 Fachbesucher aus dem schwedischen, aber auch norwegischen und finnischen Werbeartikelhandel. 171 Aussteller (davon ein Großteil schwedischer bzw. europäischer Lieferanten mit schwedischer Niederlassung) zeigten ein vielschichtiges Spektrum neuer Promotionsprodukte. Wie Klaus Bayer, seit kurzem als Repräsentant des PSI für den skandinavischen Markt tätig, berichtet, war „die allgemeine Stimmung als durchaus positiv“ einzuschätzen: „Die Veranstaltung war professionell organisiert und man fühlte sich durch die Betreuung unter dem Dach der Artexis-Gruppe sowie beim SBPR wohl. Eine Networking Party am ersten Messeabend hat ihr übriges dazu beigetragen. Kleine, separate Veranstaltungen rundeten das Bild ab.“ Die nächste Promotion Mässan findet vom 12. bis 14. August 2014 an gleicher Stelle statt. Informationen und Anmeldung unter: beyersverige-hb@beyergmbh.com – www.promotion-massan.com/en

PROMOTIONMÄSSAN

KAISERSTUHL-CHOCOLATERIE GMBH & CO KG ÄNDERUNG IN DER GESCHÄFTSLEITUNG



Petra Dzialoschewski

Seit 1. Januar 2014 führt Petra Dzialoschewski, bisher Leiterin Marketing und Vertrieb, die Kaiserstuhl-Chocolaterie GmbH & Co KG als alleinige Geschäftsführerin. Seit ihrem Eintritt am 1. Februar 2013 konzentriert sich Dzialoschewski auf den Auf- und Ausbau der Kontakte zum Werbemittelhandel, der auch ausschließlich beliefert werden soll. Die Chocolaterie wurde durch Vogel's Süsse Werbe-Ideen 2011 ins Leben gerufen und geht jetzt ihre eigenen Wege. Neu im Programm sind viele weitere Süßwaren, die zu Werbeartikeln veredelt werden. Als Insiderin der Branche kennt Dzialoschewski den Markt und die Kunden seit über 25 Jahren: „Durch die unterschiedlichen Vertriebsstrukturen der beiden Unternehmen

ist die Trennung vom Stammhaus eine logische Folgerung. Es ist mir wichtig, die Vertrauensbasis im Werbemittel-Markt zu intensivieren, um den bisherigen Erfolg der Chocolaterie weiter ausbauen zu können.“

www.kaiserstuhl-chocolaterie.de



CARGO SEAL

UNTERSTÜTZUNG BEIM SEEFRACHTIMPORT

Die Cargo SEAL GmbH – der Servicepartner Logistik im PSI – bietet zuverlässige Unterstützung beim Seefrachtimport aus Fernost. Klaus Dittkrist, langjähriger Mitarbeiter von Cargo SEAL, zur gegenwärtigen Situation bei Importraten: „Die Kalkulation von Importraten wird immer undurchsichtiger. Ständig verändern sich die Seefrachtraten: ein stetes ‚Auf und Ab‘. Zuschläge werden kurios benannt, wer blickt da noch durch? Auf kontraproduktive Fahrplanumstellungen folgen hausgemachte Kapazitätsengpässe. Die reine Seereise verlängert sich. Was 2008 in 19 Tagen möglich war, dauert heute 26 Tage. Wie sieht die Zukunft aus, werden demnächst 35 Tage für die Seereise zur Regel?“ Vor diesem Hintergrund haben sich die Experten des Logistikunternehmens folgender Fragen angenommen: Welche Hilfen bieten die Anbieter der Importlogistik? Wie funktioniert die Seefracht schnell und wirtschaftlich sinnvoll?



Cargo SEAL bietet hierzu diese Lösung:

- Bestmögliche Laufzeiten, stets auf den Bedarf des Kunden abgestimmt
- Wahl zwischen Express, Standard oder Economy
- Grundlage zur Umsetzung der Kundenwünsche als klares Bekenntnis zu Serviceleistungen
- Basierend auf Flexibilität und jahrzehntelanger Erfahrung werden Alternativen aufgezeigt

- Exklusives Handling ab Fabrik bis frei Haus verkürzt die Laufzeit um bis zu 7 Tage
- Resultat: Seefrachtimport bei Cargo SEAL in maximal 36 Tagen möglich

Klaus Dittkrist weiter: „Das Versprechen von Cargo SEAL lautet: Zurück zur Normalität bei der Seefrachtverladung. Die Kunden nennen uns ihre Vorgaben, wir wollen diese in vollem Umfang erfüllen. Wir leisten volle Unterstützung durch Expresshandling. Da entsteht der Zeitvorteil des Kunden, dem wir mit professioneller Rundumberatung stets zur Seite stehen. Eine unserer Stärken hierbei ist die seriöse Kalkulation zu einem vernünftigen Preis-/Leistungsverhältnis.“ www.cargo-seal.de • www.ship-and-truck.de <

EINGEHENDE BERATUNG UNTER:

Tel. +49 4105 58030-0

Ansprechpartner:

Frederik Pape, Durchwahl: -18

Jennifer Dittkrist, Durchwahl: -13

Klaus Dittkrist, Durchwahl: -14

Denis Maier, Durchwahl: -17

LEDIBERG

NEUE VERTRIEBSLEITUNG
RETAIL BEI LEDIBERG

Ab Mitte Januar hat Dominique Fanta die Vertriebsleitung Retail bei Lediberg inne. Im Zuge der verstärkten Ausrichtung



Dominique Fanta

auf den PBS- und Buchhandel ist er zukünftig für den Vertrieb des gesamten Handelsprogramms, unter anderem mit den Marken Lanybook® und Cangini Filippi® verantwortlich. Dominique Fanta verfügt über 14 Jahre

Branchenerfahrung, zuletzt als Vertriebsleiter D/A und Business Unit Manager bei Tarifold. Der Kalenderhersteller Lediberg bietet ein Gesamtsortiment für den privaten und gewerblichen Anwender von Buch-, Tisch-, Wand- und Bildkalendern sowie Notiz- und Geschenkbücher. Neueste Produktlinie ist die preisgekrönte und patentierte Lanybook-Kollektion – hochwertige, fashionorientierte Notizbücher „Made in Italy“ für modebewusste Menschen.

www.lediberg.de <

BRIXIES VON SPM SCHÄFER

DSCHUNDEL SELBST GEMACHT

Im Magalog zur PSI Messe haben wir die Brixies-Bausteine vorgestellt, die sich beispielsweise zu Tierfiguren verbauen lassen und die spielerisch die motorischen Fähigkeiten der Zielgruppe trainieren. Durch eine Verwechslung wurde dort als Lieferant die Firma Jens Korch & Grit Strietzel GbR genannt. Der wirkliche Anbieter der Brixies-Bausteine für den Werbemittelbereich ist jedoch das Unternehmen SPM Schäfer Promotion Marketing GmbH aus Daufenbach/Deutschland. In der Rubrik „Werbeartikel-Innovationen“ dieses Heftes findet sich nochmals eine Produktvorstellung der Brixies. <

EPPA CODE OF CONDUCT

PF CONCEPT MIT GOLD AUSGEZEICHNET

Das neue Jahr begann für PF Concept mit einem Grund zum Feiern. Im Rahmen der PSI 2014 in Düsseldorf überreichte Hans Poulis, CEO und Präsident von EPPA, dem PF Concept CEO Ralf Oster die „Gold-Level“-Auszeichnung des europäischen Werbeartikel-Dachverbandes für die vorbildliche Umsetzung des „Code



Hans Poulis, CEO und Präsident der EPPA (re.), übergibt die „Gold-Level“-Auszeichnung an Ralf Oster, CEO von PF Concept.

of Conduct“. Der „Gold-Level“-Status, die höchste Zertifizierung, bestätigt, dass PF Concept die Prinzipien des Verhaltenskodex der EPPA in sein operatives Tagesgeschäft einbindet und dafür Sorge trägt, dass sich sämtliche Lieferanten seiner Beschaffungskette ebenfalls nach dem Kodex richten. Der neuentwickelte Kodex gilt als europäischer Standard für verantwortungsvolles unternehmerisches Verhalten in der Werbeartikelbranche. Er befürwortet vorbildhaftes Geschäftsverhalten hinsichtlich der Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften sowie der Übernahme von sozialer Verantwortung seitens des Unternehmens und der Mitglieder seiner Beschaffungskette. „Wir sind sehr stolz auf diese Auszeichnung, die unsere Unternehmensphilosophie bestätigt. Als Vorreiter für die Werbeartikelbranche sind wir uns unserer Verantwortung bewusst und wir werden auch in Zukunft den Verhaltenskodex der EPPA in vollem Umfang umsetzen“, bekräftigt Ralf Oster. www.pfconcept.com <

DS MODELLREIHE

DS8. DER NEUE PRODIR

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 <



INSPIRION UNGARN

NEUES HOCHREGALLAGER

Inspirion Ungarn hat im Januar ein neues Hochregallager eröffnet. Mit dem neuen Lager konnte die Inspirion-Niederlassung die logistischen Kapazitäten am Standort Budapest erweitern. Auf einer Fläche von 757 qm sind alle Inspirion- und Topico-Artikel verfügbar. Hochmotivierte Mitarbeiter arbeiten mit moderner Technik und sorgen so für einen reibungslosen Ablauf. Das neue Lager schafft die Voraussetzung für kurze Wege zu Kunden in Südosteuropa und befindet sich im strategisch günstig gelegenen Gewerbepark von Budaörs. „Nur durch zukunftsweisende Investitionen können wir hohe Planungssicherheit und Lieferfähigkeit gewährleisten und unsere Umsätze weiter steigern“, erklärt Geschäftsführer Sönke Hinrichs. Gleichzeitig mit der Fertigstellung des neuen Lagers zogen die Mitarbeiter im Verkauf in größere Büroräume mit einem geräumigen Showroom um. www.inspirion.eu <





Interessante, pfiffige wie werbestarke Produkte aus den verschiedensten Bereichen gab es zuhauf.



WERBEMITTELMESSE MÜNCHEN 2014

WIEDER EIN VOLLER ERFOLG

Auch die 16. Ausgabe der wmm, der Werbemittelmesse München, konnte ihren Erfolg wieder mit eindrucksvollen Besucherzahlen bestätigen. Wie schon 2013 kamen fast 1.500 Fachbesucher am 22. und 23. Januar in das M.O.C. München und informierten sich über neueste Produkte, Trends und Ideen für die Werbung.

Fünf Werbemittel-Agenturen – Active Promotion (Erlangen), admixx (Ottobrunn), CD Werbemittel (Germering), Eidex (Baierbrunn) und die Hagemanngruppe (Eichenau) – luden zu dieser von der Firma Promo Event GmbH aus Eiche-

nau organisierten Fachmesse. Sie nutzten die Messe gemeinsam als professionelle Plattform. Auch diesmal überzeugte die wmm mit ihrer besonderen Atmosphäre: freundliches Standpersonal, aufmerksame Beratung, ideenreiche Werbeartikel und

professionelle Werbeartikelagenturen, die Hand in Hand agieren; dazu noch jederzeit ansprechbare „Helfer“-Hostessen, die Besucher wie Aussteller stets gerne unterstützten.

BESUCHER VERWEILTEN LANGE

Die über 90 Lieferantenpartner aller Produktbereiche der ausrichtenden Agenturen zeigten auf 4000 qm ihre neuesten Promotionsartikel. Die professionellen Stände überzeugten durch Kreativität, Qualität und Liebe zum Detail, die bei den Gästen bestens ankamen. Im Schnitt über drei Stunden war die Verweildauer der Besucher, die sich nach Auskunft der Aussteller sehr interessiert zeigten. Egal ob klassische Ku-



Im Schnitt über drei Stunden war die Verweildauer der Besucher auf der Messe, die mit Kreativität, Qualität und Liebe zum Detail einmal mehr überzeugte.



Die wmm überzeugte auch durch ein begleitendes Vortragsprogramm, das auf großen Zuspruch stieß.



Gut versorgt waren die Aussteller der wmm beim gemeinsamen Eröffnungsabend.

gelschreiber, Deutschland-Pfeffer in schwarz-rot-gold, gläserne USB-Sticks, veganes Fruchtgummi oder sturmfeste Schirme, die wmm 2014 zeigte erneut, wie vielseitig Werbeartikel im Marketingmix werbender Unternehmen eingesetzt werden können. „Kreativität bedeutet genau das zu finden, was zur Philosophie des Absenders passt und dessen Botschaft auf den Punkt bringt. Und das zudem zum Empfänger passt und weiterhin so sympathisch wie praktisch ist, dass es nicht gleich im Papierkorb landet“, erklärt Veranstalter Michael Hagemann.

INTERESSANTE REFERATE

Auch in diesem Jahr hatten die Veranstalter begleitend zur Messe Referenten mit

anspruchsvollen Fachvorträgen eingeladen. Beim Auditorium stieß das Vortragsprogramm durchweg auf großes Interesse.

DIGITALE ANFRAGEN

Zur optimalen Auswertung der wmm wurde 2014 erneut das digitale Messeanfragesystem dMAS eingesetzt. Die Gäste registrierten sich vorab, waren innerhalb von Sekunden „eingecheckt“ und konnten ohne Wartezeit die Messe besuchen. Die Kundenanfragen wurden an den Ständen über dMAS erfasst, so dass die Ausrichter der wmm nach dem Rundgang ihrer Kunden die Ergebnisse mit diesen noch einmal durchsprechen konnten. Der Inendienst der Aussteller konnte dann die

Anfragen noch während der Messe bearbeiten.

BIS INS DETAIL PERFEKT

Aussteller wie Besucher zeigten sich einmal mehr begeistert von der bis ins Detail perfekt durchorganisierten Werbeartikelschau und lobten die ungezwungene Stimmung sowie die hohe Wertigkeit der Messe. Zudem bekräftigten alle ausstellenden Unternehmen, auch 2015 wieder dabei sein zu wollen. So wurde auch diese Auflage der wmm wieder zum großen Erfolg. Weitere Infos unter:

www.werbemittelmesse-muenchen.de <



JAHRESMITGLIEDERVERSAMMLUNG DES BWG

ZIELFÜHRENDE DISKUSSIONEN

Traditionell am Tag vor der PSI Messe veranstaltete der Bundesverband der Werbemittelberater- und -Großhändler (bwg) seine Jahresmitgliederversammlung in Ratingen. Auf der Tagesordnung standen unter anderem der Jahresbericht sowie die Neuwahlen des Vorstandes. Eingehend diskutiert wurden die neuesten Entwicklungen zum Thema Einheitsverband.

Die Jahresmitgliederversammlung des bwg war wieder einmal das allererste Branchenereignis des Jahres. Man traf Kollegen und Freunde, tauschte gute Wünsche für das neue Jahr aus und war bereit zum Blick in die Dynamik seines Branchenverbands. Bei viel Information und sachlicher Diskussion ging der Nachmit-

tag in Ratingen in gelassener Stimmung über die Bühne. Nach Abschluss der Sitzung wartete im relexa Airport Hotel ein leckeres Buffet auf die Teilnehmer, die zum lockeren Gedankenaustausch noch ein Weilchen sitzen blieben.

HAUPTTHEMA EINHEITSVERBAND

Nach der Begrüßung der Anwesenden stieg

der bwg-Vorsitzende Joachim Schulz direkt ins Thema Einheitsverband ein, das die Branche seit dem Vorstoß des BWL intensiv beschäftigt. Zunächst fasste Schulz die zahlreichen Gespräche zusammen, die im vergangenen Jahr von bwg, BWL, GWW, AKW und PSI in dieser Angelegenheit geführt wurden. Die Chronologie der Diskussion ließ die Positionen der Beteiligten erkennen: Während der BWL bereits 2013 geschlossen für den Einheitsverband votiert und sogar ein neues Verbandskonstrukt vorgestellt hatte, sieht der bwg die Interessenvertretung der Händlerschaft in dieser Struktur gefährdet. Es sei nicht annehmbar, dass der bwg ein Konzept adaptiere, in dem die eigenen Interessen nicht ausreichend repräsentiert seien, erklärte Schulz. Daher hält der bwg prinzipiell an einer Händlervereinigung fest, ist jedoch gesprächsbereit, um eine für alle akzeptable Lösung zu erarbeiten. Mit dem GWW existiere bereits ein Dachverband, daher sollten Gespräche zu einer künftigen Neustrukturierung auf dieser Basis stattfinden. Allerdings müsse man bei Null begin-

nen und allen Beteiligten die Möglichkeit geben, das Konzept aktiv mitzugestalten. In diesem Sinne äußerte sich auch PSI-Chef Michael Freter, der wie in den Vorjahren als Gastredner dabei war. Man dürfe sich nicht gegenseitig das Leben schwer machen, sondern sollte vor allem konsequent daran arbeiten, die Branche gemeinsam nach vorne zu bringen, sagte Freter. Ein Einheitsverband könne durchaus dazu beitragen, diesem Ziel näher zu kommen, indem er etwa Informationen und Aktionen bündelt und das Image des Werbeartikels aufwertet.

ENTSCHEIDUNG FÄLLT 2014

Die anwesenden Mitglieder begrüßten den in der jüngsten Sitzung des GWW (Gesamtverband der Werbeartikelwirtschaft) getroffenen Beschluss, „Maßnahmen einzuleiten und zu prüfen, ob und wie alle Verbände und Unternehmen, die derzeit im Dachverband organisiert sind (BWL, AKW, BWG, PSI), in einem neuen Einheitsverband GWW zusammengeführt werden können“. Es sei ein wichtiger Schritt gewesen, die Diskussion um die Ausgestaltung eines Einheitsverbands auf die Ebene des GWW zu holen, sagte der bwg-Vorsitzende Joachim Schulz, der die bwg-Mitglieder dazu aufrief, Anregungen und Wünsche für das vom bwg zu erstellende Konzept innerhalb der nächsten zwei Wochen in den Vorstand einzubringen. Für den Prozess des potentiellen Strukturwandels geben sich die GWW-Mitglieder ein Jahr Zeit. Dann entscheiden alle Einzelverbände bis Ende 2014, ob sie in den bis dahin beschlossenen neuen Strukturen eines Branchen-Einheitsverbandes aufgehen oder ob sie als Einzelverband bestehen bleiben möchten.

DER VORSTAND BERICHTET

Anschließend standen die Berichte des Vorstandes mit Informationen zu verschiedenen Themen auf der Tagesordnung. Nur zum Teil im Zusammenhang mit der Diskussion um den Einheitsverband sind die 20 Austritte zu sehen, die der bwg in 2013 hinnehmen musste, hieß es. Mehrheitlich wurde die Höhe des Mitgliedsbeitrags als



Der neue Vorstand im Bild (v.l.): Ronald Eckert, Carsten Lenz, Eva Hassenbach, Mirco Häblich und Vorsitzender Joachim Schulz.



Michael Freter



Hans-Joachim Evers

Austrittsgrund genannt. Daher sind inzwischen die Mitgliedsbeiträge gesenkt worden. Aktuell hat der bwg 71 Mitglieder. Mit 109 Ausstellern, 180 besuchenden Händlerfirmen (davon 47 bwg-Händler) und einer sehr gut besuchten Abendveranstaltung konnte die Trend 2013 als Erfolg gewertet werden. Das Konzept der diesjährigen Trend wird jedoch leicht verändert werden. Sehr gut angenommen wurde die neue Webinar-Reihe mit Profi-Tipps zu diversen Business-Themen. Sie wird künftig fortgesetzt, soll allerdings nur noch für Mitglieder buchbar sein. Auch das Unternehmerseminar auf Mallorca erfreut sich weiterhin großer Beliebtheit und wird Anfang März wieder stattfinden. Das bwg-Forum wird in diesem Jahr bei KHK in Köln zu Gast sein, der Termin wird noch bekannt gegeben.

APPELL ZU MEHR ENGAGEMENT

Der bwg-Ehrenvorsitzende Hans-Joachim Evers berichtete über die politische Arbeit sowie die Marktforschungsaktivitäten unter dem Dach des GWW. Evers fasste die Ergebnisse des jüngsten Werbeartikelmonitors und des aktuellen Updates der Werbewirkungsstudie kurz zusammen. Erfreulich sei, dass sich der Branchenumsatz mit 3,4 Milliarden Euro fast auf Vorjahresniveau halten konnte. Evers appellierte an alle bwg-Mitglieder, sich an von den Verbänden initiierten Umfragen zu beteiligen und den Lobbybeitrag von 50 Euro zu entrichten. Die Bereitschaft, sich zu engagieren, sei noch nicht ausreichend. Schließlich könnten Studien, die die Wirkung von Werbeartikeln belegen, ebenso wie die Präsenz auf der politischen Bühne die Außenwahrnehmung der Branche zum Positiven hin verändern.

ZWEI NEUE BEIRÄTE GEWÄHLT

Im Rahmen der Vorstandswahlen bestätigten die erschienen Mitglieder den amtierenden Vorstandsvorsitzenden Joachim Schulz in seinem Amt. Auch Carsten Lenz und Mirco Häblich wurden als stellvertretende Vorsitzende bestätigt. Neu in den Vorstandsbeirat gewählt wurden Ronald Eckert von Döbler Werbeartikel (Hamburg) und Eva Hassenbach von Hassenbach Werbemittel (Mainz). Simon R. Eckert und Tom Hipper schieden als Beiratsmitglieder aus.

www.bwg-verband.de





KALENDER, PAPIER, VERPACKUNGEN SCHÖNES SCHÖN UMHÜLLT

Auch im Zeitalter von Smartphones, Smartpads oder E-Books erfreuen sich Kalender oder Papierprodukte nach wie vor einer regen Nachfrage. Dank moderner Druck- und Verarbeitungstechniken sind sie noch vielseitiger und individueller geworden. Und Verpackungen sind längst nicht mehr bloße Zutat.

Alle Produkte, um die es auf den folgenden Seiten geht, haben einen großen Gebrauchswert und haben sich deshalb auch einen festen Platz in der Werbeartikelbranche erobert. Allerdings sind auch die Klassiker Kalender oder Papierprodukte dem Wandel der Zeit unterworfen und haben sich in ihrem Auftritt dem Hier und Jetzt angepasst. Kalender erlauben durch ihre vielseitigen Erscheinungsformen eine sehr genaue und zielgruppenspezifische Ansprache. Aber auch Papierprodukte liegen weiterhin im Trend. Immer größere Bedeutung kommt auch dem Thema Verpackung zu. Denn nützliche wie schöne (Werbe-)Dinge werden durch eine passende Präsentation ins rechte Licht gerückt und damit noch attraktiver. So ist die Verpackung fester Bestandteil des Produkts geworden und damit auch sichtbarer Ausdruck der Wertigkeit des Umhüllten. In ihrer zusätzlichen Funktion als Kommunikationsmedium kann die Verpackung die Botschaft des sich darin befindenden Werbeartikels ergänzen, verstärken und unverwechselbar machen. Viel Spaß beim Entblättern der nächsten Seiten! <



OVALER OSTERGRUSS

Neu im Jung-Sortiment ab 2014 ist das Fondant-Ei in der Einzelverpackung. Diesen beliebten und bekannten Klassiker unter den österlichen Leckereien, den viele schon seit der Kindheit mit dem Osterfest verbinden, gibt es jetzt auch als Werbeartikel. Vor allem am POS oder als Paketbeigabe ist diese Leckerei ein Give-away, das jeder Zielgruppe schmeckt. Die Einzelverpackung ist transparent oder weiß lieferbar. Der Druck erfolgt individuell im 4-c Digitaldruck.

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



NOTIEREN STATT VERGESSEN

Mit dem Motto „Notieren statt vergessen“ präsentiert Giving Europe sein Notizbuch, das den einprägsamen Namen „Pocket“ trägt. Pocket gibt es in 10 verschiedenen trendigen und klassischen Farben (schwarz, weiß, blau, gelb, orange, rot, rosa, hellblau, violett, hellgrün). Mit dem Format A6 passt es ideal in jede Tasche; es ist aber auch in A5 erhältlich. Es besteht aus PU, hat ca. 200 linierte Seiten und ein Band zum leichten Nachschlagen. Ein Gummiband hält das Notizbuch von außen zusammen. Werbeanbringungen sind im Tampondruck und Digitaldruck möglich.

45737 • Giving Europe GmbH • Tel +49 421 5965970
kontakt@givingeurope.de • www.givingeurope.de • www.impression-catalogue.com

**EINZIGARTIG IN
_ AUSSTATTUNG
_ QUALITÄT
_ DESIGN**



Lanybook®

powered by **Lediberggroup**

Lanybook®

powered by Lediberggroup
Alkenbrede 1
D - 32657 Lemgo
Email: info@lediberg.de
www.b2b.lanybook.com





FRUCHTGUMMINACHRICHT

Große, einzeln verpackte Fruchtgummi-Formen sind im Trend. Deshalb finden sich im geschmackvollen Werbe-Ideen-Sortiment der Jung Bonbonfabrik auch 2014 wieder neue Formen, mit denen vielfältigste Botschaften auf geschmackvolle Art und mit größter Aufmerksamkeit kommuniziert werden können. Die einzeln verpackten Fruchtgummis (Stückgewicht ca. 12 g) werden in transparenter oder weißer Folie im 4c-Digitaldruck angeboten. Neu in 2014 ist der Schriftzug „NEU!“ aus Fruchtgummi gegossen. So lässt sich jede Botschaft kommunizieren, in der etwas „Neues“ enthalten ist. Die ebenfalls neuen Formen Herz und Smiley eignen sich wie alle 1-er Fruchtgummis hervorragend als Streuartikel, Paket- oder Mailingbeigabe sowie als Give-away am POS. Im Sortiment befinden sich zudem die Standardformen Danke, Auto, Daumen, Bus, Weihnachtsmann, Osterhase und das Sparkassen-S. Sonderformen nach Kundenwunsch sind ebenfalls möglich.

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



-Anzeige-

PSI 2015
7th – 9th JANUARY
DÜSSELDORF

BOOK YOUR STAND NOW!

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions

ALLES AUS PAPIER

Schachteln, Boxen, Verpackung und viele weitere Individualprodukte aus Papier liefert Sinangin. Hunderte verschiedener, auffälliger und schriller Gegenstände in guter Qualität, laut Anbieter abgewickelt über verlässlichen Service, sorgen – maßgeschneidert gemäß den Wünschen der Besteller – für gute Stimmung beim Kunden. Sinangin weist sich als Experte für Haftnotizen, Hardcover-Notizblöcke, Lesezeichen, Kalenderprodukte sowie weitere aus Papier gefertigte Büroartikel und verschiedenste Verpackungslösungen aus.

45300 • Sinangin Printing & Packaging Ltd. • Tel +90 212 6290412
info@sinangin.com.tr • www.sinangin.com.tr



PREMIUM-NOTIZBUCH RELOADED

Ganze 256 Seiten Papier und bis zu 16 GB Flash: Das aktuelle Designnotizbuch „LOG Exclusiv“ 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 er sicher durch einen kleinen Magneten. Der Metall USB lässt sich aber auch in hochwertige Ledercover einsetzen. Die Farbe des USB 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 den Daten.

48055 • Acar Europe GmbH • Tel +49 6172 1710710

info@acar-europe.de • www.acar-europe.de

HOCHWERTIGES ZEITMANAGEMENT

Bonus2U, eine Marke von IT2U, präsentiert für anspruchsvolle Kunden den mittleren Organizer aus der Meisterstück-Serie von Montblanc. Dieser unterstützt ideal bei der Terminplanung und ist noch dazu ein edles Accessoire. Sowohl der Schließer als auch der 15 x 19 cm große Organizer bestehen aus schwarzem, europäischem, vollnarbigem Rindsleder mit dem unvergleichlich tiefen Glanz von Montblanc. Satinierter Edelstahl, Montblanc-Emblem, palladierter Ring und Jacquard-Futter mit Montblanc Schriftzug verdeutlichen die Hochwertigkeit des Planers. Zur Organisation stehen sechs Ringe für Organizer-Einlagen, vier Kreditkartenfächer und drei Extrafächer zur Verfügung. Ein Montblanc-Kalender und ein Startset sind bereits inklusive.

48347 • IT2U GmbH • Tel +49 511 64688516

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

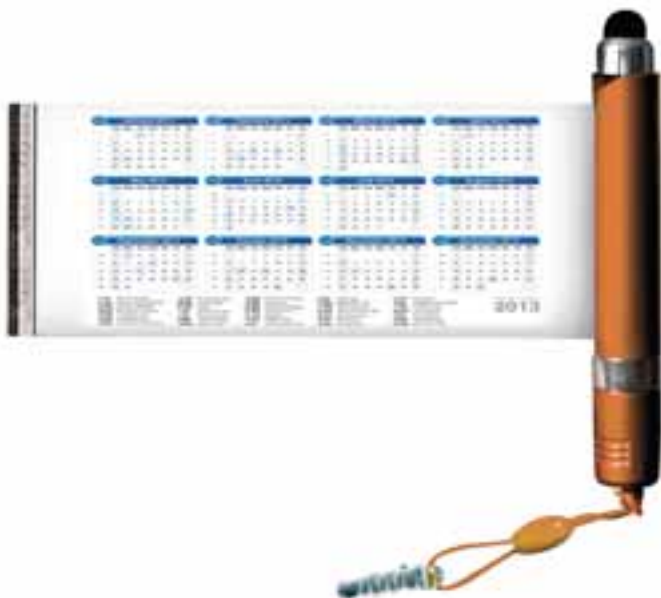


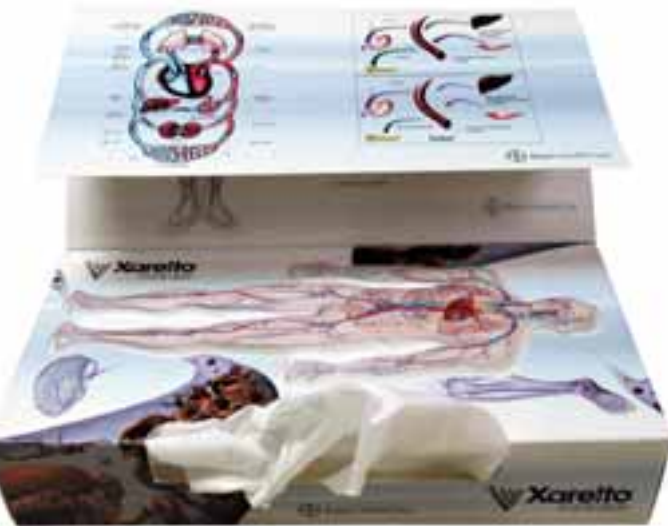
SCHÖNER MEHRFACHNUTZEN

Der FlyerTouchPen von Hypon ist handlicher Touch-Pen (für Smartphone oder Tablet) und normales Schreibgerät in einem. Er besitzt außerdem einen ausziehbaren Flyer der Größe 11 x 4 cm für eine zusätzliche Botschaft oder einen Kalender. Erhältlich ist er ab 500 Stück in den Farben Silber, Schwarz, Grün, Blau, Rot und Orange. Und ab 2000 Stück wird er in den gewünschten Kundenfarben gestaltet.

47349 • Hypon BV • Tel. +31 20 3030680

info@hypon.nl • www.hypon.nl





INDIVIDUELLE TÜCHERBOXEN

Die Spezialisten des türkischen Unternehmens Miyo Promo präsentieren mit ihren neuen 3D Mould Tissue Boxes Kosmetiktücher-schachteln, die eine große Fläche für werbliche oder fachliche Informationen bereitstellt – zum Beispiel im pharmazeutischen Bereich, wo erklärungsbedürftige Arzneiprodukte oder anatomische Studien auf dem ausklappbaren Deckel genügend Platz finden. Darüber hinaus bietet Miyo Promo eine Vielzahl weiterer Tücherboxen.

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

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

DESIGN PUR

Conceptum® Kalender bieten Design pur für die Terminplanung. Die außergewöhnliche Softwave-Oberfläche des stabilen Hardcover-Einbands macht diese Kalender einzigartig sichtbar und fühlbar. Das Design steht für Klarheit und ist optisch auf das Wesentliche reduziert. Elegant, modern und mehrfach international designprämiert. Tageskalender, Wochenkalender und Wochennotiz-Kalender überzeugen mit bester Verarbeitungsqualität und höchster Funktionalität mit Stiftschleife, Gummibandverschluss, zwei Zeichenbändern, Quickpocket, Archivtasche mit Kartenfach und perforierten Notizblättern am Ende. Noch persönlicher wird Conceptum® durch einen individuellen Clip, eine Prägung oder einen Druck. Der Metalleclip wird am Kalender befestigt und vertritt hier gekonnt jedes Logo. Eine besondere Idee ist ein Clip mit dem Namen des Beschenkten. So entsteht ein bleibender Eindruck bei Kunden und Freunden.

47962 • Sigel GmbH • Tel +49 9078 81304

dirk.mueller@sigel.de • www.sigel.de



TRENDIG VERPACKT

Das wahrlich coole Cool-Office-Schreibset von Krüger & Gregoriades besteht aus einem Bleistift mit Radiergummi, drei Kugelschreibern in den Farben schwarz, blau und rot und einem gelben Textmarker. Verpackt in einer trendigen Kunststoffbox im Smartphonedesign. Die Maße sind ca. 11,6 x 6,1 x 1,2 cm. Außerdem ist Cool-Office „unschlagbar günstig“, so das Unternehmen.

47203 • Krüger & Gregoriades Im- & Export GmbH • Tel +49 40 73102180

info@kg-hamburg.de • www.kg-hamburg.de



Mehr Nachfrage. Mehr Umsatz. Mehr für Sie!

Ihre Zielgruppe ist geschäftlich?

Mit einem Firmeneintrag bei „Wer liefert was“ erreichen Sie mehr als 1,6 Millionen B-to-B-Einkaufsentscheider pro Monat.

Lassen Sie sich jetzt beraten!



**WER
LIEFERT
WAS.DE**



Die führende Lieferanten-Suche [wlw.de](https://www.wlw.de)



FALLING IN LOVE

Mit so einer Pappschachtel ist es wie im richtigen Leben: Der erste Eindruck zählt und außerdem, was man aus einer Schachtel so alles macht. Kunden verlieben sich in Produkte auf den ersten Blick oder gar nicht. Und was zuerst ins Auge des Betrachters fällt, ist die richtige oder falsche Verpackung. Auf sie kommt es an. Sie flirtet mit dem Kunden. Die Verpackungen der Loliclock Rock und Loliclock Evolution von LM Accessoires sind Verführer par excellence und lassen sich ab 250 Stück ganz individuell den Verführungsargumenten anpassen. Und die haben es bei bis zu 11 zur Verfügung stehenden Positionen auf bis zu 945 attraktiven Quadratzentimetern in sich. Da wird die tolle Uhr – fast – zur Nebensache.

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



MUNTERMACHER SCHÖN VERPACKT

Wenn neue Energien gefragt sind, ist i.p.a. Sweets zur Stelle. Mit der Energy bag präsentiert der Spezialist für geschmackvolle Werbeideen einen Muntermacher, der müden Menschen mit Wildkirsch-Traubenzucker-Bonbons auf die Sprünge hilft und so bei Ermüdungserscheinungen in Schule, Büro, auf Reisen oder bei Messen und Events schnelle Abhilfe schafft. Neben dem überaus schmackhaften Inhalt ist i.p.a. Sweets auch mit der Verpackung ein echter Coup gelungen. Die Süßwarenspezialisten aus Syke liefern ihre fruchtigen Energizer in einer attraktiven Kartonverpackung, die an eine Schultüte erinnert. Die Verpackung ist vierfarbig bedruckbar und wird standardmäßig mit Wildkirsch-Traubenzucker im transparenten Wickler geliefert, der auf Anfrage ebenfalls individuell gestaltet werden kann. Auch andere Füllungen sind auf Wunsch verfügbar.

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

-Anzeige-

PSI 2015
 7th – 9th JANUARY
 DÜSSELDORF

BOOK YOUR STAND NOW!

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions



GESCHÜTZT PRÄSENTIEREN

In Sachen Verpackung hat ArtLine einen besonderen Artikel im Sortiment: Die Präsentations-Cases des Unternehmens eignen sich vor allem für Produkt-Präsentationen und Schutzverpackungen sensibler Güter. Die Koffer gibt es in vielfältigen Standardgrößen und Ausführungen aus Kunststoff. Außerdem sind Sonderfertigungen aus Aluminium in Größen je nach den Erfordernissen der Inhalte entsprechend machbar. Über die vielfältigen Werbemöglichkeiten gibt ArtLine gerne Auskunft. „Wir freuen uns auf skizzierte Anfragen“, heißt es von dort.

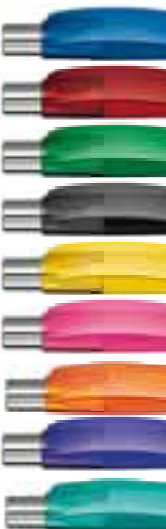
48642 • ArtLine Manufacture GmbH • Tel +49 7771 916474
 info@artline-gmbh.de • www.zahlteiler-shop.de

UMA[®]
*Die Handschrift
der Werbung*

GUMON!

 Softtouch by **UMA**[®]

 PIXEL GUM
 0-0017 GUM

 PIXEL KT GUM
 0-0017 KT GUM

www.uma-pen.com

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

Mehr Informationen:

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



KOMPAKTES KALENDARIUM

Die erfahrenen Werbeartikelimporteure von Macma haben zum Thema Zeit einen schicken, kompakten Aluminium-Dauerkalender im Sortiment, der sich für jeden Schreibtisch eignet. Er ist ultraflach und deshalb ideal für den Briefversand. Eine Lasergravur nach Wunsch kann auf der Vorderseite platziert werden.

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



-Anzeige-

➤ **PSI**
2015
7th - 9th JANUARY
DÜSSELDORF

**BOOK YOUR
STAND NOW!**

MORE INFORMATION:
www.psi-messe.com

Reed Exhibitions

WELLNESS TO GO

Diese schicke Wellnessbox von Troika bietet mit gleich sieben Fächern Platz für eine ganze Wochenration an Vitaminen, Tabletten und mehr. Einmal befüllt kommt nichts mehr durcheinander. Und gut aussehen tut sie auch. Denn das darauf angebrachte Motiv ist bunt und vielseitig. Das Dekor „Gute Reise“ macht Lust, sich mit der Box auf den Weg zu machen. Ab 100 Stück ist die Box individualisierbar. Auch andere Dekore sind erhältlich.

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



HOCHWERTIG VERPACKT

TRIK, der Werbeartikel-Spezialist aus Berlin, bekannt für kundenspezifische Sonderanfertigungen, bietet zur Produkt-Präsentation sowie zum Versand auch die passende und individuelle Verpackung. So entwickelt TRIK gemeinsam mit den Kunden Verpackungen, die sowohl ästhetische, funktionelle und fertigungsgerechte Anforderungen berücksichtigen, und setzt Designs in verkehrsfähige Produkte um. Von der Gestaltung über die Materialauswahl, die Lösung technischer Details bis hin zur Berücksichtigung äußerer Einflüsse, wie Versandbedingungen und Konfektionierung, werden alle Details beachtet, die für eine ausgereifte Verpackung erforderlich sind. Dabei sind die Umsetzungsmöglichkeiten vielfältig: verschiedene Überzugsmaterialien, Veredelungen wie Prägungen und spezielle Druckverfahren sowie individuelle Karton- oder Schaumstoffeinlagen können verwendet werden.

45741 • TRIK Produktionsmanagement GmbH • Tel +49 30 8145632-0
info@trik.de • www.trik.de

-Anzeige-

Stilvolle Trendsetter

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

Art. 256410

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



Art. 107600

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





INDIVIDUELL UND VIELSEITIG

Lanybook powered by Lediberg eröffnet die Möglichkeit, Werbung und Individualität in einem unglaublich breiten Spektrum zu präsentieren – schnelle Lieferzeiten und Top-Qualität inklusive. Dieses Spektrum wird nun um den Lanybook double Button erweitert. Der double Button eignet sich optimal für Firmenzusammenschlüsse, Kooperationen, zur Präsentation des Firmenlogos zusammen mit einem Produkt oder beispielsweise zur Kombination des Firmenlogos mit einer Filiale. Bestehend aus zwei Teilen, lässt sich der double Button problemlos auseinander- und wieder zusammenschieben. Ab einer Menge von 100 Stück ist der Button im Lanybook Flex System und ab einer Menge von 300 Stück im Lanybook Pro System erhältlich. Veredelt wird der Button im Tampondruck oder mit einer Lasergravur.

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

SCHÖN UND FUNKTIONELL

Schön und funktionell geben sich die kleinen Helfer von Laurel. Egal ob Reißnagel, Wandpieker, Datumsmarker oder Pinnadel – bei Laurel sind Interessenten in puncto Kalenderzubehör genau richtig. Exzellente Qualität, eine enorme Auswahl an Farben und Formen und kurze Lieferzeiten sind die Kennzeichen des Unternehmens. Laurel-Reißnägeln und Pinnadeln halten sowohl Kalender, Landkarten, Poster und auch Pläne sicher an der Wand. Und mit Laurel Pfeilclips, Kartenreiter und Plastikclips lassen sich wichtige Termine einfach und schnell markieren. Sie dienen als nützliche Datumsmarker und sorgen für Ordnung im Terminplan.

47953 • Laurel Klammern GmbH • Tel. +49 711 3698580
info@laurel-klammern.de • www.laurel-klammern.de



HERZLICHE NOTIZEN

Easy gifts empfiehlt: „Zeigen Sie Ihren Kunden Ihr großes Herz für sie und überraschen Sie mit dem Notizbuch ‚Cambridge‘ in Herzform.“ Es verfügt über 60 Blatt weißes Papier sowie einen Einband aus recyceltem Papier. Gehalten wird das Ganze durch eine kleine Schraube. Die Werbebotschaft bringt easy gifts mittels Tampondruck mittig auf dem Herz an. „Cambridge“ gibt es einzeln verpackt im Polybeutel.

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

S50



elementar

Super Clip



Wide printing surface.

Super Grip



Designed for ergonomic and easy handling.

Super Writing



Long autonomy refill with Dokumental ink.

NEW 2014!

For any samples or price requests, please get in touch with our sales department at:
STILOLINEA • Via Toscana, 26 • 10099 San Mauro t.se (TO) ITALY
Ph +39 011 2236350 • Fax +39 011 2236337 • info@stilolinea.it • www.stilolinea.it



ALL YOUR PEN



STILOLINEA



Rückkehr nach drei Jahren Pause: Toppoint mit neuem Messekonzept.

TOPPOINT

SPANNENDER BLICK IN DIE TOPPOINT-WELT

Nach drei Jahren Pause war Toppoint mit komplett neuem Auftritt wieder auf der PSI vertreten. Schon von weitem fiel der in der CI-Farbe Blau gestaltete Stand ins Auge. Auch im Inneren des Standes erwartete den Besucher nicht nur ein neues Design, sondern auch viel Information.

Die meisten Unternehmen beschränken sich bei ihrem Messeauftritt auf die Präsentation ihrer Produkte. Produkte sind zu sehen, manchmal auch zu probieren und werden vom Standpersonal erklärt und demonstriert. Dieses klassische Konzept hat Toppoint in seinem neuen Messestand um die Dimension Information erweitert: Der Stand wurde innen wie außen als Oberfläche für gedruckte Informationen genutzt, so dass die Anmutung riesiger Plakatwände entstand. Wie die Core Values Qualität, Design und Drucktechniken im Unternehmensalltag umgesetzt werden, erfuhren die Standbesucher



Frisch aus der Designabteilung: Bas Lensen zeigt uns das PSI FIRST-Produkt, das in Kürze produziert wird.

auf einer virtuellen Tour: Mit Hilfe von Tablets und Kopfhörern konnte man in die „augmented reality“ eintauchen und erfuhr viel Wissenswertes aber auch Kurioses aus der Toppoint-Welt.

ÜBERZEUGEND KOMMUNIZIERT

Schon von weitem waren oben am Stand die Kernwerte des niederländischen Unternehmens zu lesen: Qualität, Design und Veredlung, die sich in allen Produkten wiederfinden sollen. Toppoint-Chef Bas Lensen erklärt uns dies am Beispiel der auf der PSI vorgestellten innovativen

Sportflasche aus Kunststoff: „Dies ist ein höherwertiges Produkt, das in Europa entworfen und hergestellt wurde. Es erfüllt alle relevanten Qualitätskriterien und ist bereits ab 100 Stück veredelt lieferbar. Dabei gewinnt die Flasche je nach verwendetem Druckverfahren nochmals an Wertigkeit. Beispielsweise durch den neuen vierfarbigen UV-Rundumdruck entsteht eine glänzende Oberfläche, so dass die Flasche edel und werbewirksam zugleich wird.“

QUALITÄT MADE IN EUROPE

Mehr noch als bisher bekennt sich Toppoint zu Qualität Made in Europe, und das in Bezug auf alle seine Produktgruppen, also Schreibgeräte, Keramik- und Kunststoffartikel. Made in Europe steht neben individuellem Design auch für hohe Flexibilität. Dieser Mehrwert rechtfertigt durchaus auch einen höheren Preis, so Lensen, der im neuen Jahr einmal mehr beweisen möchte, dass es für europäische Produkte einen wachsenden Markt gibt. Der Messeauftritt dürfte diesem Vorhaben einen kräftigen Schub gegeben haben, denn der Fokus der Produktpräsentation lag eindeutig auf Eigendesign. Die für den PSI FIRST Club entwickelte Neuheit, eine Tasse auf einer elegant geschwungenen Unterasse, hatte sogar erst kurz vor der Messe die Designabteilung verlassen und war noch als Dummy ausgestellt. Eine echte Innovation also. <

EQUITANA

OPEN AIR

Festival des Pferdesports



13. – 15. Juni 2014

RennbahnPark Neuss

TICKETS ONLINE GÜNSTIGER!
equitana-openair.com

Mehr als 1.000 Pferde

Einkaufsvergnügen pur
mit über 250 Ausstellern

Tolles Showprogramm &
spannende Wettbewerbe





Mit XD Design will Xindao Maßstäbe setzen in Sachen Nachhaltigkeit.

XINDAO

„VISION 2020“ ALS GRADMESSER

Zu 100 Prozent nachhaltig werden. Das ist das hehre Ziel der „Vision 2020“, die Xindao jüngst am Rande der PSI 2014 vorgestellt hat. Eine große Herausforderung und – das hat der niederländische Werbeartikelieferant zugegeben – der eine oder andere Rückschlag wird wohl nicht ausbleiben.

Das Ziel ist klar definiert. Und der Weg zum Ziel führt über die Eigenmarke XD Design. Dabei bedeutet XD soviel wie „Xceptionalla Different“ – außergewöhnlich anders. Der Schlüssel zum Erfolg: Transparenz. Denn Xindao will (und wird) sich an Versprochenem und Erreichtem messen lassen (müssen). Der Fokus der „Vision 2020“

liegt gleich auf vier Aspekten: den Produkten, der Lieferkette, dem Unternehmen und der Kommunikation.

SCHONUNG DER RESSOURCEN

Mit Blick auf die Produkte lautet die Botschaft: Bis 2020 sind sie alle PVC-frei. Kein Produkt wird gefährliche Substanzen enthalten. Alle Verpackungen werden aus Pa-

pier mit dem FSC-Siegel (und damit aus Holz aus verantwortungsvoll bewirtschafteten Wäldern) oder anderen umweltverträglichen Materialien hergestellt. Die Lieferkette wird kontinuierlich Audits unterzogen. Bis 2020 soll das QES-Programm (Quality Environment Social Audit) komplett implementiert sein. Ein Viertel der gesamten Kollektion – so das Versprechen von Xindao – wird in Europa gefertigt.

SOZIALE VERANTWORTUNG

Ein besonders strammes Programm legt sich das Unternehmen selbst auf. Bis 2020 sollen alle Kataloge ausschließlich online abrufbar sein. Alle Messestände werden so konstruiert sein, dass sie langlebig und recyclebar sind und für Transport sowie spätere Entsorgung einen minimalen Aufwand darstellen. Die Xindao-Büros des Jahres 2020 sind papierlos und mit umweltverträglicher Büroeinrichtung ausgestattet. Der niederländische Werbeartikelieferant bekennt sich ausdrücklich zu seiner Sozial- und Umweltverantwortung. Seiner sozialen Verpflichtung wird er durch die Förderung gemeinnütziger Projekte sowie



Auch auf der PSI 2014 war Xindao mit einem der größten Stände vertreten.

die Unterstützung ehrenamtlicher Tätigkeiten seiner Belegschaft nachkommen. Auf der Umweltagenda steht die Verwendung erneuerbarer Energien.

„GRÜNE“ KOMMUNIKATION

Transparenz wird bei Xindao großgeschrieben. Ganz in diesem Sinne ist auch die Kommunikation ausgerichtet. So will Xindao 2020 ein Event organisieren, um den eigenen Fortschritt bewerten zu lassen und Verbesserungen zu diskutieren. Neben einem Jahresreport wird es auch ein „Ecozine“ geben, ein Magazin, das das Bewusstsein schärfen und auf umweltfreundliches Verhalten einwirken soll. Verpackung, Etikettierung und Anleitungen sollen den Kunden Xindaos helfen, die „grüne Botschaft“ des Unternehmens an die Endkunden weiterzugeben.

ERSTE AUSZEICHNUNGEN

Knapp sechs Jahre bleiben Xindao, alle nötigen Veränderungen auf den Weg zu bringen. Dass die Niederländer bereits mit großen Schritten losgelaufen sind, manifestiert sich an den ersten Ehrungen, die sie mit Blick auf 2020 bereits erhalten haben. Die Auszeichnung durch EPPA mit dem Gold Certification Level im Rahmen des Zertifizierungsprogramms für Corporate Social Responsibility (CSR) spricht eine



deutliche Sprache. Außerdem darf sich Xindao beziehungsweise XD Design seit Januar auch erstmals mit dem IF Product Design Award schmücken. Und das nicht nur einmal, sondern gleich dreimal. Von einer internationalen Jury wurden das Solar-Ladegerät „Port“ sowie aus dem Sicherheitsbereich die Taschenleuchte „Odin“ und der Hammer „Thor“ ausgezeichnet. Ausschlaggebender Punkt für die Dreifachehrung war der jeweils neuartige Charakter in den einzelnen Kategorien. Der IF Product Design Award ist einer der weltweit bedeutendsten Auszeichnungen im Produktdesign. Seit 1953 hat der IF Industrie Forum Design e. V. bei der Bewertung außergewöhnlicher Designs einen hervorragenden Ruf erworben.

www.xindao.com

www.xdvision2020.com



Präsentierten exklusiv am Rande der PSI 2014 die „Vision 2020“ der Xindao-Eigenmarke XD Design: CEO Albert van der Veen (l.) und Managing Director Diederik van Styrum.



Auch diesmal beeindruckender Blickfang: die elasto form-Alm in Halle 11.



Spanferkel, Kartoffelsalat, „a Brezn“ und frischgezapftes Bier: Wohl bekomm's!



Internationaler Besuch auf bayrischem Terrain (v.l.): Tim Andrews (CEO ASI), Marcus Sperber, Hans-Joachim Erbel (CEO Reed Exhibitions Deutschland), Matthew Coen (Vice Chairman ASI).

Sorgen bei der „Hüttengaudi“ für „a zünftige Musi“: Die Gruppe „Grögötz Weißbir“



WEISSBLAUE AUSSICHTEN

Dass man auf der Alm aber auch ordentlich bewirtet wird, war auch diesmal bajawarische Ehrensache – vor allem am Abend des ersten Messetages: Da nämlich lud elasto form zur zünftigen „Hüttengaudi“ an den Messestand. Selbstverständlich wurden nur freistaatliche Spezialitäten serviert – und mehr als gerne verzehrt: zwei Spanferkel landeten an diesem Abend in den Mägen der Gäste. Hier wie am folgenden Abend zur traditionellen Party im Altstadtlokal „Dä Spiegel“ (das schier aus allen Nähten platzte) spielten die großartigen Musiker der Band „Grögötz Weißbir“ auf, die sowohl stimmlich wie multiinstrumental auftrumpften und so für beste Stimmung sorgten. Die Gäste der Spiegelfete wurden diesmal ausstaffiert mit Trachtenhut und weißblauer Brille aus der eigenen Kollektion – natürlich mit bestem Blick auf ein rosiges Werbeartikeljahr. <

ELASTO FORM AUF DER PSI 2014

HÜTTENGAUDI IN HALLE 11

Zum zweiten Male präsentierten sich die Werbeartikelspezialisten aus Sulzbach-Rosenberg, die elasto form KG, mit ihrem beeindruckenden, einer Almhütte nachempfundenen Standbau auf der PSI 2014. Dort gab's nicht nur über 100 Neuheiten zu begutachten, sondern auch jede Menge Gaudi.

Auch beim diesjährigen PSI-Auftritt bekannten sich Marcus und Frank Sperber zusammen mit ihrem werbestarken Team zu ihren bayrischen Wurzeln. Als treuer Aussteller war man bereits zum zweiten Mal in Folge mit der imposanten elasto form-Alm in Düsseldorf präsent. Und

dort herrschte stets reger Betrieb. Denn nicht nur die attraktive Location lockte, sondern auch die frischen Werbeideen des neuen elasto form-Hauptkatalogs „Promotion Line 2014“, darunter mehr als 100 beachtliche Neuheiten – einschließlich des exklusiven PSI FIRST-Produkts.

› 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.



RENATE HOESS

„MADE IN ITALY“ AUS ÜBERZEUGUNG

Deutsche Präzision in Verbindung mit italienischer Kreativität und Tradition. Es sind genau diese Werte, die Kunden an Topkapi Tessuti schätzen. Mutter des Erfolgs ist Renate Hoess. Seit bald 20 Jahren stellt ihr Unternehmen mit Sitz am Comer See hochwertige Accessoires aus Seide, Baumwolle, Polyester und anderen interessanten Mischgeweben für den Werbeartikelmarkt her. Ein Markt, den sie sich eher zufällig erschlossen hat.

Begonnen hat alles 1996 als One-Woman-Show in den eigenen vier Wänden. Als junge Mutter beschloss Renate Hoess, die seit 1988 in Italien lebt, ihr Angestelltendasein aufzugeben. Mit ihrem Know-how und ihrer Erfahrung, die sie über viele Jahre bei renommierten Mode-Designer-Marken (u. a. Giorgio Armani) gesammelt hatte, gründete sie ihre eigene kleine Firma: Topkapi Tessuti. Und dieser Name ist Programm: „Top“ steht für „Spitze“, „capi“ bezeichnet im Italienischen Bekleidungsstücke und „tessuti“ bedeutet ins Deutsche übersetzt Textilien, Tuchwaren. An der Gründung eines eigenen Unternehmens bestanden zu keiner Zeit Zweifel. Zu Recht, wie steigende Anfragen und ein wachsender Kundenstamm

zeigen. Die Zeiten der Heimproduktion gehören längst der Vergangenheit an. Heute arbeitet Renate Hoess mit ihrem fünfköpfigen Team – deutschen und italienischen Mitarbeiterinnen – in einem externen Gebäude. Es ist diese Mischung, die bei ihren Kunden gut ankommt. Gerade die überwiegend deutschsprachige Klientel fühlt sich gut betreut. Deutliches Indiz dafür ist, dass das Verhältnis zu vielen Kunden inzwischen eng und durchaus freundschaftlich ist.

QUALITÄT GEHT VOR

Worauf alle Kunden jederzeit zählen können, ist die Qualität. Und die geht seit jeher vor Quantität. Renate Hoess steckt ihr Herzblut in jeden Auftrag – ob großer Umfang oder kleine Anfrage. Sie verfolgt unbeirrbar die Strategie: „Made in Italy“ – und die zahlt sich aus, wie steigende Umsatzzahlen belegen. So ist es nur konsequent, dass 2013 das umsatzstärkste Jahr von Topkapi Tessuti war. Renate Hoess legt Wert auf eine ausschließliche Produktion vor Ort, da sie hier jeden an der Produktion Beteiligten persönlich kennt, sie mit allen eine – in jeder Hinsicht – gemeinsame Sprache spricht. Ein echter Pluspunkt, wenn es darum geht, Abgabetermine stets pünktlich einzuhalten. Und wenn mal ganz schnell ein Auftrag dazwischengeschoben werden muss, ist das auch kein Problem. Kundengerechte Layouts sind durch die interne Designerin, Stefanie Hess, gesichert. Sie entwickelt vor allem Designs nach dem Corporate Design des Kunden oder stellt Designs aus der „Basic“-Kollektion zur Verfügung. Diese Kollektion bietet den Vorteil, dass sie neutrale Designs enthält. Und die können vom Kunden ohne Vorkosten bestellt und in relativ kurzer Zeit produziert werden. Das gelingt, da über Farbe gearbeitet wird, die beliebig – je nach Wunsch – verändert werden kann. Die gefragtesten Accessoires von Topkapi Tessuti sind Seidenkrawatten für Herren und Seidenschals und -tücher für Damen.

SEIDE AUS LEIDENSCHAFT

In einem Verhältnis von etwa 70:30 (70 Prozent Krawatten, 30 Prozent Tücher/Schals) sieht Renate Hoess ihre edlen Sei-



denprodukte. Dass sie sich für die Herstellung von Seidenkrawatten (und -tüchern) entschied, hatte zwei nahe liegende Gründe: Zum einen war sie bei Giorgio Armani mit dem Spezialgebiet Krawatten betraut. Zum anderen lag es – neben all den positiven Attributen dieses edlen Materials – natürlich auch aufgrund der geografischen Lage auf der Hand, sich mit dem sogenannten Stoff der Könige zu beschäftigen. Schließlich ist die Gegend rund um Como seit Jahrhunderten für die Seidenproduktion, die hohe Qualität und Designinnovationen bekannt. Eine perfekte Kombination also, um etwas Eigenes aufzuziehen. Zu Beginn von Topkapi Tessuti arbeitete Renate Hoess nur mit Großhändlern in Deutschland zusammen. Am Anfang waren es zehn Kunden, deren Vorstellungen sie umsetzte. Als diese Kunden jedoch nach anderen – kostengünstigeren – Produktionsmöglichkeiten suchten und an Topkapi Tessuti nur noch kleine und dringende Projekte vergaben, hieß es für Renate Hoess umzudenken und sich neue Zielgruppen zu erschließen. So kam sie 2005 zum ersten Mal auf die PSI. Zunächst präsentierte sie Topkapi Tessuti innerhalb des italienischen Pavillons. Doch schon bald wollte sie mehr Individualität – und mehr Exklusivität. Die präsentierte sie auch wieder anlässlich der PSI 2014. Auf dem ganz in leuchtendem Blau gehaltenen Stand zeigte Topkapi Tessuti die „Luxury Edition – Made in Como“.

EXKLUSIVE HANDARBEIT

Luxuskrawatten aus dem Hause Topkapi Tessuti werden Stück für Stück noch komplett per Hand vernäht. Veredelt werden sie mit einem Seidenfutter aus dem Oberstoff. Ihr Innenleben besteht aus einer reinen, hochwertigen Wolleinlage. Verschlossen werden sie à la „mosca“, der Nahtverstärkung oberhalb des Futters. Den besonderen Abschluss erhalten die Krawatten mit dem Etikett „Made in Italy“ auf der Rückseite sowie dem Produktanhänger „Made in Italy“. Das Luxusaccessoire für die Dame (Seidentuch/-schal) der Luxury Edition ist hochwertiger Seidentwill, der aus italienischer Rohseide in einer schwe-

RENATE HOESS IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Jeden Tag so leben, als wäre es der letzte!

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn ich es geschafft habe!

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Feierabend mit einem Glas Prosecco und Freunden in meiner Lieblingsbar am Comer See.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Verschwendung, unnütze Dinge.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Meine Impulsivität.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

In meinem Haus in Apulien, am Meer.

Vier Wochen Zwangsjahresurlaub. Wohin geht's?

Eine Auszeit? Vielleicht nochmal den Jakobsweg gehen, das schafft man in vier Wochen.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für gute Zwecke.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Wenn sie gut ist, ein bisschen, ja.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn er benutzt wird.

Der beste, den Sie je bekommen haben?

Die Liste wäre zu lange ...

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Wenn er nicht benutzt wird.

ren Grammatik gefertigt wird. Damit greift Topkapi Tessuti auf Stoffe zurück, wie sie allein von den renommiertesten Designermarken verwendet werden. Das Besondere an den Tüchern und Schals: Der Saum wird gerollt und per Hand vernäht. Wie auch bei den Krawatten verleiht der Produkthänger „Made in Italy“ dem Luxusaccessoire für die Dame das gewisse Extra.

NEUE MÄRKTE ERSCHLIESSEN

Der Markt für Topkapi Tessuti-Produkte ist groß – und im Wandel. Finanzwirtschaft und Pharmazie fragen die edlen Seidenkrawatten und -tücher verstärkt nach. Gerade in puncto Bekleidung bei Messeauftritten, aber auch Promotion generell, stehen die Accessoires aus der edlen Faser hoch im Kurs. Dabei war der Absatzmarkt Promotion für Renate Hoess eher Zufall. Denn als sie Mitte der 90er-Jahre begann, war dieser Markt bei weitem nicht so ausgeprägt wie heute. Im Laufe der Zeit haben sich nicht nur die Themenstellungen der Zielgruppen geändert, auch die geografische Ausrichtung hat sich gewandelt. So hat Renate Hoess für Topkapi Tessuti längst neue Märkte erschlossen. Die Nachfolgestaaten der ehemaligen Sowjetunion öffnen sich mehr und mehr für die exklusiven Produkte vom Comer See. Von Russland über den Kaukasus bis nach Zentralasien reichen mittlerweile die geschäftlichen Kontakte. Es gibt also noch eine Menge zu tun. Mit Blick in die Zukunft muss es Renate Hoess nicht bange werden – auch wenn ihre beiden Söhne nicht in die Fußstapfen ihrer Mutter treten möchten und damit Topkapi Tessuti auch nicht übernehmen werden. Für Renate Hoess ist das kein Problem. Denn, davon ist sie überzeugt, jeder muss seinen Weg finden und gehen. Genau so hat sie schließlich auch angefangen. <



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!

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



DOPPELWANDIG – EINFACH GENIAL

Die SND PorzellanManufaktur hat den beliebten und bewährten Coffee-to-go-Becher in einer doppelwandigen Variante aufgelegt. Sein Vorteil: Eine Banderole ist nicht notwendig. So lassen sich Gestaltungsspielräume durch eine vollflächige Dekoration gewinnen. In den SND Produktionsstätten wird das gute Stück ganz nach individuellen Vorstellungen mit brillantem Druck oder eleganter Gravur veredelt. Ein echter Eye-Catcher. Toller Nebeneffekt: Das Getränk bleibt länger warm, aber man verbrennt sich nicht die Finger.

45567 • SND PorzellanManufaktur GmbH • Tel +49 6183 80080
info@snd-porzellan.de • www.snd-porzellan.de

EI, EIER, EYE-CATCHER

Am 20. April ist Ostern. Beste Zeit für einen werbestarken Ostergruß der Firma CD-Lux. Ein Oster-Highlight in diesem Jahr sind die beiden Varianten des individuell bedruckbaren Osternestes mit zartschmelzender Schokoladenmischung von Lindt & Sprüngli. Leckere Schokoladen-Eier und ein unverwechselbarer Goldhase mit angehängtem Glöckchen von Lindt sind gebettet in dekorativem Ostergras. Ein Extra an Aufmerksamkeit bietet der innovative Countdown-Kalender. Ob Würfel-Osterkalender „Cube“ oder der wahrscheinlich kleinste Osterkalender der Welt „XXS“ – CD-Lux hält Kalender in allen Größen und Formen bereit.

45452 • CD-Lux GmbH • Tel +49 9971 85710
Martina.Sperlich@cd-lux.de • www.cd-lux.de



SAUBER UND FRISCH

Erfrischungs- und Desinfektionstücher sind immer willkommen, vor allem im Herbst und Winter, wenn Grippe und Erkältung im Anmarsch sind. Die Werbe-Feuchttücher des Unternehmens Aero, die mit Logos oder Slogans nach Wunsch individualisiert werden, vermitteln dem Kunden, dass man sich um seine Gesundheit sorgt. Die Erfrischungstücher sind mit Zitronenaroma oder auf Anfrage auch mit anderen Düften getränkt. Die Desinfektionstücher können überall eingesetzt werden, vor allem auch im öffentlichen Bereich, wenn mal keine Wasser und Seife zur Hand sind. Aero bietet zudem mit verschiedenen Liquids und Cremes befüllte, auf Kundenwunsch maßgeschneiderte Tester an.

44897 • Aero d.d. • Tel. +386 3 4235-100
info@aero.si • www.aero.si





MAL GANZ ANDERS BADEN

Einen Klassiker ganz frivol oder lieber Gehirnjogging? Hauptsache für die Wanne. Mit „Goethe erotisch“ und „Wortgefecht und Zahlenzauber“ bietet Edition Wannenbuch zwei neue wasserfeste Badewannenbücher, handlich-praktisch aus abwaschbarem Plastik, etwa so groß wie eine CD-Hülle, die sich in 15 Minuten locker durchschmökern lassen. Eben so lange, wie man für ein Bad braucht. Ob die lüsterne, unbekannte Seite des Frankfurter Dichtersfürsten oder Denksport beim Baden – das Badewannenbuch ist ein attraktives Werbemittel und individuelles Give-away.

48981 • Jens Korch & Grit Strietzel GbR • Tel +49 371 3556682
info@wannenbuch.de • www.wannenbuch.de

CARAMBA, CARACHO, HOT CHILI

Ein echter Wachmacher mit würzigem Pep für Mutige in der Werbebranche sind die neuen Hot-Chili-Pfefferschoten. Ob als Hotelsnack, auf der Messetagung oder im edlen Ambiente nobler Karosserie. Die Hot-Chili-Pfefferschoten sind nichts für sanfte Gemüter. Und selbst den toughen Typen treibt es den Schweiß auf die Stirn. Denn: Hot Chilis wecken das Feuer. Nur Kalfany Süße Werbung stellt die scharfen Chili-Schoten IFS-zertifiziert her. Gebändigt wird das Feuer nur durch eine glasklare oder weiße Packung (Format 100 mal 75 Millimeter) zusammen mit der individuellen Werbebotschaft.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG • Tel +49 7643 8010
Vertrieb@ksw24.com • www.suesse-werbung.de



ZUWACHS BEI 2GO-FAMILIE

Der klassische Coffee2Go-Becher hat Geschwister bekommen. Jüngste Sprosse der 2Go-Familie aus dem Hause Mahlwerck Porzellan sind Tea2Go, Smoothie2Go und Coffee2Go Lux. Während die Heißgetränke Tee und Kaffee in den Thermobecher gefüllt werden, kommt der Smoothie2Go im Glas daher und damit besonders gut zur Geltung. Mahlwerck nimmt mit diesem Trinkgefäß für unterwegs den aktuellen Trend rund um die pürierten Fruchtsäfte auf. Durch den ausgesprochen dichtsitzenden 2Go-Deckel mit Verschlusslid kann beim Transportieren nichts verschüttet werden.

44833 • Mahlwerck Porzellan GmbH • Tel +49 8031 2747-25
ingo.moeller@mahlwerck.de • www.mahlwerck.de



EDELSTAHL IN PERFEKTION

Richartz präsentiert das neue PURA tool. Die klare, fast puristische Form, die durchdachten Details und die professionellen Funktionen findet man in dieser Kombination nur selten. Neben einer gegossenen Zange, einer Klinge, einer Säge und vielem mehr, überzeugt der sicher verriegelbare Richartz Glasbrecher mit Bitadapter und 9 Bits. Die im Griff integrierten Sechskantschlüssel und der Nagelzieher runden die hohe Funktionalität ab. Mit der stabilen Gürteltasche ist das neue Pura tool immer dabei.

40884 • Richartz GmbH • Tel +49 212 232310

info@richartz.com • www.richartz.com

DSCHUNGEL SELBST GEMACHT

Mit frischen Farben und coolen Formen versprechen die kleinen Brixies-Bausteine von SPM Schäfer Spielspaß für Jung und Alt. Sie lassen sich zu tollen Tierfiguren verbauen und richten sich an die Zielgruppe ab acht Jahren, aber auch an alle Fans der bekannten großen Steine aus Dänemark. Während des spielerischen Zusammenbauens werden motorische Fertigkeiten trainiert, meldet der Anbieter. Alle Brixies-Produkte erfüllen die strengen gesetzlichen Anforderungen und werden in Taiwan produziert. Neben einem großen Standardsortiment sind auch Sonderanfertigungen möglich.

46903 • SPM Schäfer Promotion Marketing GmbH • Tel +49 2684 957011

info@spm-marketing.de • www.spm-marketing.de • www.brixies.de



FLOWER-POWER AUS KOKOSTOPF

Der Kokostopf von Multiflower ist ein ökologisch abbaubares Pflanzgefäß, das ohne Umtopfen direkt in das Erdreich eingepflanzt wird. Der Topf besteht aus Kokosfasern und hat einen Durchmesser von 125 Millimetern. Er enthält eine Erdtablette und Samen für eine bunte Blumenmischung. Der Werbedruck erfolgt auf der Banderole. Eine eigene Gestaltung oder ein Eindruck in das Standardmotiv ist bereits ab 250 Stück möglich.

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560

wilken@multiflower.de • www.multiflower.de





COOLES TOOL FÜR SCHRAUBER

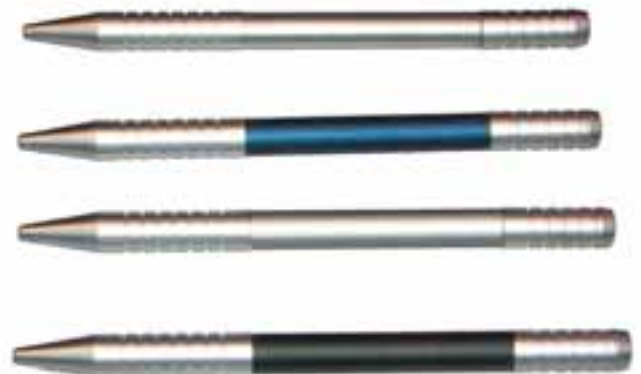
Wer gedacht hat, dass der unerschämte kompakte Tool-Check mit seinen 28 Bits, 7 Nüssen, 1 Nuss-Adapter, 1 Bit-Ratsche und 1 Rapidaptor von Wera nicht mehr zu toppen ist, wird sich nun überrascht die Augen reiben. Dank des als 39. Teil integrierten Kraftformgriffs ist es ab sofort möglich, mithilfe des neuen Tool-Check Plus auch noch 28 unterschiedliche Handschraubendreher zu montieren. Natürlich mit allen Vorteilen, die der Kraftformgriff bietet – wie zum Beispiel der hohen Arbeitsgeschwindigkeit oder dem ergonomischen Zupacken. Besonders erwähnenswert bei den übrigen Zubehörteilen ist die Bit-Ratsche für schnelles und kraftvolles Arbeiten, wenn das Verschrauben per Maschine oder herkömmlichem Handwerkzeug aus Platzgründen nicht möglich ist. Mobilität, Kompaktheit und Komfort – diese entscheidenden Vorteile für den Anwender werden beim Tool-Check Plus besonders großgeschrieben.

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

SIGN MIT EDELEM DESIGN

Das Jahr 2014 steht bei Nespen, Max Nestele, ganz im Zeichen seiner brandaktuellen Design-Schreibgeräte-Serie „SIGN“. Herausragendes Merkmal: elegantes Design in schlanker Form mit gerillter Spitze und gerilltem Drehkopf. Dieser Drehkugelschreiber ist 100 Prozent „Made in Germany“ und alternativ auch als Drehbleistift lieferbar. Die Beschläge sind mattchrom und die Oberflächen in dezenten Mattfarben gehalten. Bewusst wurde hier auf den Clip verzichtet, der auf Wunsch jedoch lieferbar ist. Die Serie „SIGN“ kann individuell belastert oder bedruckt werden. Zur Wahl stehen verschiedene Geschenketuis.

40608 • Max Nestele GmbH & Co. KG, Nespen • Tel +49 7231 92070
info@nespen.com • www.nespen.com



Inserentenverzeichnis / List of Advertisers

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
46961	AMC Pancke AG	095
48636	ballprint gmbh	053
45767	Bottle Promotions a Tacx International Company bprma Ltd.	045 055
48658	CiTRON btl	017
45619	CLIPY - Artur Begin, S.L.	009
45720	DreamPen, Polish Ball-Point Pens Producer	007
48122	Dubi's GmbH FKM	039 002
44389	Floringo GmbH	045
41275	C. Jul. Herbertz GmbH	073
46235	Herka GmbH	039
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	U4
42438	Lediberg GmbH	065
42487	LM ACCESSOIRES GmbH	095
42020	MBW Vertriebsges. mbH	003
45974	Multiflower GmbH Network Press Germany GmbH	039 085
42332	prodire S.A.	001

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
	PSI - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	040, 044, 048, 066, 070, 072, 081, U3
	Reed Exhibitions Deutschland GmbH	043, 077, 090+091
	Reed Exhibitions Deutschland GmbH / Deutsche Messe	021
49018	Michael Schiffer Promotion GmbH	U2
45328	Stilolinea Srl	075
43053	SUCCESS - Dr. Rolf Hein GmbH	053
41032	Suthor GmbH & Co KG	093
49238	TALKING WATER s.p.r.l. - b.v.b.a.	049
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	071
47555	Vim Solution GmbH Wer liefert was? GmbH	095 069
47395	Zwilling J. A. Henckels AG	005

Beilage / Insert
 (*Teilaufgabe / Part of circulation)

Schätzl GmbH

*

viscom frankfurt 2014

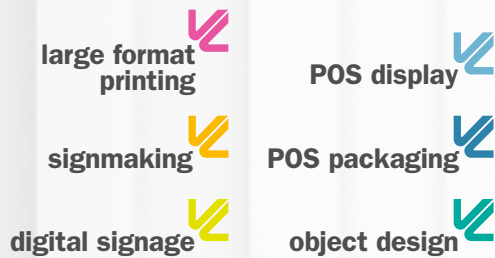
internationale fachmesse für visuelle kommunikation
5. | 6. | 7. november 2014, messe frankfurt

Die viscom frankfurt 2014 als Inspirations-Plattform für PSI-Mitglieder

Entscheider und Brandmanager aus dem Bereich Marketing, Medien und Kreation sowie Entscheider aus den Bereichen Technik, Verfahren, Anwendung, Objekt-Design und Visual Merchandising lockt es jährlich auf die viscom – Internationale Fachmesse für visuelle Kommunikation. Auch für Mitglieder des PSI ist dies eine interessante Zielgruppe, insbesondere wenn es um den Bereich Druck und Veredelung geht.

PSI-Mitglieder sind eingeladen, vom 5. bis 7. November auf der viscom frankfurt 2014 ihre Produktneuheiten auszustellen und sich dabei gleichzeitig rund um aktuelle Trends zu Materialien und Farben inspirieren zu lassen.

Sechs Bereiche definieren die viscom frankfurt 2014:



Für PSI-Mitglieder bietet gerade der Themenbereich Veredelung, der vor allem in den Bereichen signmaking, POS packaging und object design zu finden ist, interessante Anknüpfungspunkte. Moderne Methoden der Textilveredelung gehören zu den zentralen Themenbereichen der viscom. Ausgestellt wird dabei die gesamte Bandbreite der Druck- und Veredelungstechnik, darunter Sieb- und Digitaldruckmethoden, Prägungen und Beflockungen oder auch Bestickungen. Auch die neuesten Maschinen-Generationen werden auf der viscom vorgestellt, darunter Flockdruck- und Beflockungsanlagen, Stickmaschinen, Textildruckmedien, Flocktransfer- und Klebesysteme, Siebdruck- und Transfertechniken, Stickgarne, Stickereitechnologiesysteme und Transferpressen. Produkte, die auch für die Produktion von Werbartikeln von entscheidender Bedeutung sind.

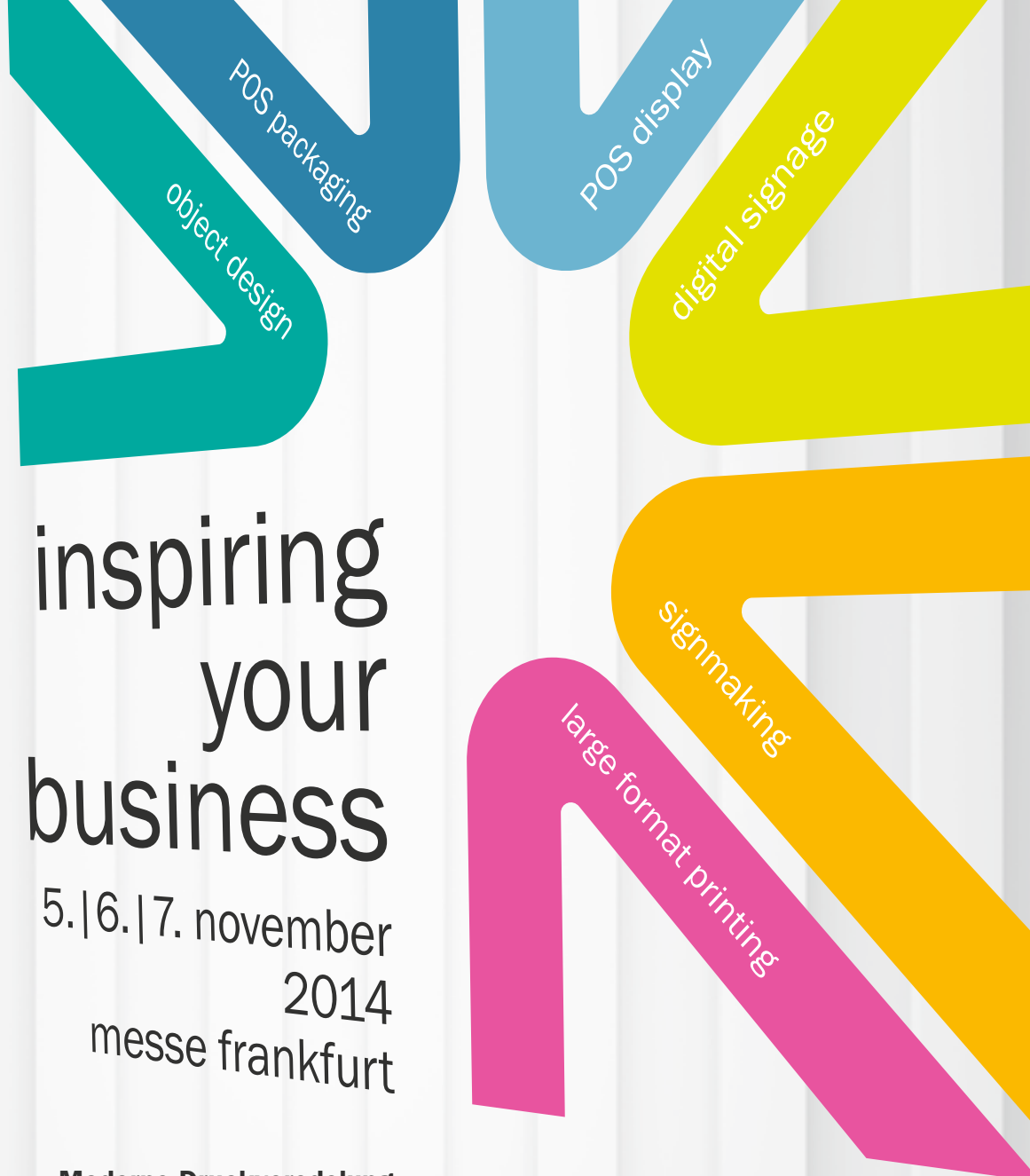
www.viscom-messe.com
www.viscomblog.de



viscom

frankfurt 2014

internationale fachmesse für
visuelle kommunikation



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

VERBANDSKONSOLIDIERUNG

Vor Kurzem diskutierte ich mit dem Verbandsgeschäftsführer des GDA (Gesamtverband der Aluminiumindustrie) über die Entwicklung von Verbänden in den letzten Jahren sowie seine Branchenerfahrungen. Sein persönlicher Weg als Vertreter eines kleinen Verbandes, der einer von vielen war, bis zum Gesamtverband war ein langer. Über zehn Jahre dauerte es, bis sich aus einer fragmentierten Verbandslandschaft ein Gesamtverband formte, der heute eine ganze Industrie vertritt. Nach dem Gespräch habe ich mir die Frage gestellt, ob es in der Werbeartikelbranche schneller gehen kann oder dies nur naives Wunschdenken ist. Natürlich, es gibt doch Verbände, nationale und internationale. Die einen tun mehr, die anderen weniger. Der politische Outcome, die Lobbyarbeit, das Auftreten der Branche als Ganzes ist aber, da wird mir jeder zustimmen, eher dürftig. Umso spannender ist die Entwicklung in der deutschen Verbandslandschaft.

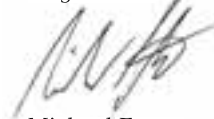
Die Diskussion des letzten Jahres über einen deutschen Einheitsverband in der Werbeartikelbranche wurde ebenso kontrovers wie emotional geführt. Das ist auch in Ordnung, wenn ein Fortschritt erkennbar ist und sich alle Beteiligten entschließen, gemeinsam an diesem Projekt zu arbeiten. Diesen Entschluss gab es. Er mündete auf der Hauptversammlung des Gesamtverbandes der deutschen Werbeartikelwirtschaft (GWW) im Dezember 2013 in den Beschluss, ein Gesamtkonzept zu erarbeiten. Dieses Konzept sieht einen Einheitsverband namens GWW vor, in dem die Einzelverbände aufgehen sollen. Ob dies alle Verbände tun werden, ist aus heutiger Sicht noch offen. Wichtig ist aber, dass alle deutschen Verbände mitarbeiten und die Tür damit für alle offen steht.

Dass alle konstruktiv dabei sind, hat das erste GWW-Vorstandsmeeing 2014 am 7. Februar gezeigt. In diesem Meeting wurden alle relevanten Themen gesammelt, Arbeitskreise definiert und eine Road-

map für das Jahr erstellt. Die Themenkomplexe sind alles andere als trivial. Neben rechtlichen und steuerlichen Fragen bei einer Verbandsfusionierung geht es primär um die Ziele und die Aufgabenstellung des neuen Verbandes. Darauf basierend wird dann die zukünftige Struktur des Verbandes erarbeitet. Damit die Interessen aller Beteiligten gleichermaßen vertreten werden, sorgt ein übergeordnetes Gremium für die Zusammenführung und Bewertung der Arbeitskreisergebnisse. Hier wird klassisches Projektmanagement betrieben. Das Klima war optimistisch, gleichzeitig aber realistisch, kollegial und zielorientiert. Eine wichtige Grundvoraussetzung für gute Ergebnisse.

Deshalb ist die erste Zwischenbilanz sehr positiv. Die schnelle Konkretisierung und das konstruktive Miteinander aller Beteiligten sind ein vielversprechender Start mit Vorbildfunktion. Ich werde Sie hierzu gerne weiter informieren. <

Es grüßt Sie



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

»Die schnelle Konkretisierung und das konstruktive Miteinander aller Beteiligten sind ein vielversprechender Start.«



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 Werbeartikel- 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





So viele Menschen können nicht irren. Ab 18 Uhr wurde die Mall zur attraktiven Event-Location. Das Konzept des entspannten Networking direkt nach Messeschluss mit dem Touch Partytime kam bei allen sehr gut an. PSI AFTER WORK löste 2014 die bisherige PSI Night ab.



Auch beim PSI AFTER WORK machte es die Mischung. Ob coole Drinks, ein gepflegtes Bier, kulinarische Köstlichkeiten, ein netter Talk abseits der Messehektik oder einfach nur Chillen bei flotten Beats – das Come-together in lockerer Atmosphäre hatte Premiere und war ein voller Erfolg.



Laufsteg für Neuheiten: Der PSI CATWALK in Halle 10 war Schauplatz für die etwas andere Präsentation von Fashion und Accessoires. Models setzten schicke, modische und werbewirksame Produkte professionell in Szene.





Vim Solution ist der Spezialist für elektronische Werbeartikel. Mit unseren innovativen Produkten setzen wir neue Maßstäbe in der Werbemittelbranche.

Vertriebsmitarbeiter Inland (m/w) und Vertriebsmitarbeiter Ausland (m/w)

Ihre Aufgaben:

- Akquisition von Neukunden
- Beratung und Betreuung unserer Werbemittelagenturen
- Angebote erstellen und Aufträge bearbeiten

Ihr Profil:

- Kommunikationsstärke am Telefon sowie Kundenfreundlichkeit
- Teamfähigkeit
- Gute PC-Kenntnisse (MS Office)
- Deutsch fließend in Wort und Schrift (Vertriebsmitarbeiter Inland)
- Gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift (Vertriebsmitarbeiter Ausland)
- Kaufmännische Berufsausbildung

Bitte senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen - gerne auch per E-Mail - mit Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung an:

Vim Solution GmbH
Herrn Bastian Scheil · Im Eck 5, 79199 Kirchzarten
karriere@vim-solution.com



Wir bewegen uns auf dem internationalen Werbemittelmarkt und freuen uns über neues Potential. Sie haben es? Dann teilen Sie unseren Erfolg und begleiten uns als

Einkaufsmitarbeiter/in

Die Arbeit in einem dynamischen Team unter dem Dach eines stetig wachsenden Unternehmens soll Freude machen:

- Sie suchen Abwechslung und tägliche Herausforderung?
- Sie mögen Stress und bewahren trotzdem Ihren kühlen Kopf und Ihre gute Laune?
- Sie besitzen eine hohe Motivationsfähigkeit, sind flexibel und belastbar?
- Sie arbeiten selbstständig und mit einer hohen Eigenverantwortung?
- Sie sind in der Lage komplexe Vorgänge schnell, zielgerichtet und lösungsorientiert umzusetzen?
- Sie sind es gewohnt mitzudenken, und Sie berücksichtigen Problemlösungen schon im Vorfeld?
- Sie können mit Zahlen umgehen?
- Sie kennen sich mit Officeanwendungen, insbesondere Excel sehr gut aus?
- Sie haben Erfahrung mit dem Einkauf von Produkten in Fernost und bringen im Idealfall fundiertes Wissen im Bereich Produktvorschriften mit?

Sie sind der direkte Ansprechpartner für unseren Verkauf. Sie verfügen über Berufserfahrung im Einkauf, Importkenntnisse und kommen idealer Weise aus dem Werbemittelhandel. Eine fundierte kaufmännische Ausbildung sowie sehr gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift und sehr gute Kenntnisse in Microsoft Office setzen wir voraus.

Wir bieten Ihnen innerhalb unseres Unternehmens einen interessanten und abwechslungsreichen Arbeitsplatz in einem hochmotivierten, sympathischen Team.

Bitte schicken Sie Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen unter Nennung Ihrer Gehaltsvorstellungen und Ihres nächstmöglichen Eintrittstermins an:

LM ACCESSOIRES GmbH

z. Hd. Herrn Markus Gärtner | Toyota Allee 54 | 50858 Köln
Telefon: 02234-9900-0 | Fax: 02234-9900-100
m.gaertner@lm-accessoires.com



Die AMC AG ist ein international tätiges Beschichtungsunternehmen. Unsere drei Sparten sind spezialisiert auf den Verkauf von selbstklebenden Informationsträgern. Unsere Sparte Print Inform ist spezialisiert auf die Beschichtung von Papier für die Herstellung von bedruckten Haftnotizen als Werbemittel und beliefert Druckereien und Verarbeiter - zu 85 % im Ausland.

AMC : Division Print Inform sucht Sie als

Leiter/in Marketing-Vertrieb Druck-Papier aus der graphischen u. papierverarbeitenden Industrie bzw. aus dem Werbemitteldruck

Direkt an unseren Vorstand berichtend, sind Sie verantwortlich für Umsatz und Ergebnis weltweit sowie den reibungslosen, wirtschaftlichen und effizienten Ablauf aller Vorgänge rund um Vertrieb, Verkaufsförderung, Werbung und Produktmarketing. Hauptaufgabe ist die Entwicklung der bestehenden Kunden, die Akquisition neuer Absatzmärkte und die motivierende Führung Ihres kleinen Teams. Die Aufgabe ist vielseitig, bietet Ihnen Freiraum und hochinteressante Gestaltungsmöglichkeiten.

Wir suchen nach einer Marketing- und Vertriebspersönlichkeit mit Erfahrungen im Bereich Werbemittel, graphische Industrie, mit hoher Kundenorientierung und fundierten betriebswirtschaftlichen Kenntnissen. Sie verstehen zu analysieren, daraus Strategie und Konzeption zu entwickeln und erfolgreich umzusetzen. Sie besitzen hervorragende kommunikative Eigenschaften, Durchsetzungsvermögen, ein verbindliches und souveränes Auftreten, hohe Einsatzbereitschaft, Flexibilität, Erfolgswillen sowie ein motivierendes und anleitendes Führungsverhalten. Kenntnisse aus Druck und Papierverarbeitung und verhandlungssicheres Englisch sind die Voraussetzung für Ihren Erfolg.

Wenn Sie Freude daran haben, das weitere Wachstum unserer Gruppe mitzugestalten, senden Sie Ihre Bewerbungsunterlagen an die AMC AG, Frau Boot, Robert-Bosch-Straße 1, 19230 Hagenow, @-Mail: anne.boot@amc-ag.de, die für Fragen gerne zur Verfügung steht.



IDEALE (REISE-)BEGLEITER

Wenn einer eine Reise tut, dann ... braucht er (und sie natürlich auch) zunächst einmal die richtigen Reiseutensilien. Ob Koffer, Taschen, Etais oder Portemonnaies – die Wahl des richtigen Reisebegleiters ist eine Frage des individuellen Geschmacks. Der Markt ist groß und die Produkte sind vielfältig. Dementsprechend hat auch die Werbemittelbranche eine ganze Menge interessanter und auch überraschender Artikel zu bieten – wie das Titelthema „Taschen, Leder, Gepäck, Reise“ der kommenden Ausgabe zeigen wird. Übrigens kann man auf Reisen (und nicht nur da) auch wunderbar naschen und genießen. Deshalb greift der Themenbereich „Naschen und Genießen“ geschmackvolle Werbeatikel für auf.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Titelthemen der Mai-Ausgabe „Schreibgeräte und Büroartikel“ sowie „Textilien und Caps“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) spätestens bis zum 17.03.2014 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, Dekan-Laist-Straße 17, 55129 Mainz, E-Mail: hoechmer@edit-line.de. <



KÄNGURUWERBETAG 2014: NEULAND ENTDECKEN

Traditionell lud Röhrs Werbe-Service Ende Januar zum bereits 15. KänguruWerbe-Tag nach Düsseldorf. Gemäß dem Motto „Entdecken Sie Neuland“ gab es für die Gäste zahlreiche neue Produktideen zu erkunden. 33 Aussteller auf der einen, 169 Besucher aus 121 Unternehmen auf der anderen Seite. Die Aussteller lobten die tadellose Organisation und zeigten sich mit der Qualität der Gespräche sehr zufrieden. <



TRENDIGE HINGUCKER

Trends & Brands. Der Name ist Programm. Und dieses Programm ist fester Bestandteil des PSI Journals. Monat für Monat stellen wir außergewöhnliche, innovative und schicke Werbeatikel vor. Angereichert mit Hintergrundinformationen zu den jeweiligen Themen bieten sie einen Überblick über aktuelle Trends – natürlich auch wieder in der April-Ausgabe. <

IMPRESSUM

Verlegt exklusiv für die Werbeatikel-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 Höchmer, Anke Zimmermann,
Christian Jacob, Werner Menzel, Christoph Zimmermann,
Simon Dietzen

Chefvom Dienst: Martin Höchmer

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, Miriam Walter, Stephan
Flommersfeld, Doreen Balber

Fotos: Lars Behrendt, Ursula Geppert, Martin Höchmer
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

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

Das nächste Fest für Werbende!

Gratis Muster anfordern!



Mit uns wird's ein gutes Ostergeschäft!



1-er Fruchtgummi Hase



Fondant-Ei



Gubor Osterhase

Kreative Ideen zum Osterfest.

Schon das nächste Saisongeschäft im Fokus? Dann finden Sie bei uns Werbe-Ideen, die kreativ überraschen und nachhaltig begeistern. Zum Beispiel die Highlights aus unserem Ostersortiment 2014. Ein ganz besonderer Blickfang für alle werblichen Maßnahmen am P.O.S. ist der Gubor Osterhase. Begeisterung in jeder Zielgruppe ist mit diesem leckeren

Botschafter mit individueller Werbebänderole garantiert. Aber auch der 1-er Fruchtgummi Hase oder das Fondant-Ei als klassische Osterprodukte kommunizieren stimmungsvoll in diesen Tagen. Weitere Infos zu vielen anderen Oster-Ideen, Kataloge und Gratis-Muster jetzt beim JUNG-Team anfordern. www.jung-europe.de