

▶ **PSI**

POWER FOR PROFESSIONALS
Internationales Magazin
für Werbeartikel
NOVEMBER 2014
53. Jahrgang

JOURNAL



Dagmar Kornhaas
MaxxPromotion
Verliebt in Filz

PSI PROMOTION WORLD

**Klares Signal
in den Markt**

Werbeartikel-Guide

**Küche und Kulinarisches
Laptop, Smartphone und
Tablet**

PSI 2015

Dabei sein ist alles

Kolor Plusz

**Promotion mit Kostümen
und Plüsch**

50 Jahre TFA Dostmann

**Bestes Wetter
aus Wertheim**



SOCIAL MEDIA

ALLES WAS RECHT IST

LED LENSER®
Creating New Worlds of Light



EXKLUSIVARTIKEL!

Nur über den Werbemittelhändler erhältlich! Mindestabnahme
50 Stück ausschließlich mit Logoanbringung.

SEO3
Headlamp Series

See you!

LED LENSER® SEO steht für eine junge,
emotionale Stirnlampe mit frischen Farben,
coolem Design und herausragender Leuchtkraft.



WERBEANBRINGUNG



SEO Gift-Box
Art.Nr.: 6003-B

ZWEIBRÜDER® OPTOELECTRONICS GMBH & CO. KG

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

EDITORIAL UND KEINER WEISS WARUM

Die schlechten Nachrichten aus dem Pharmabereich reißen nicht ab. Jetzt hat sich der deutsche Apothekertag 2014 mit großer Mehrheit für eine Ablehnung der On-Pack-Promotions entschieden. Man will die Bundesregierung auffordern, solche Beigaben bei OTC Produkten (Over the counter) zu verbieten. Abgesehen davon, dass dies bei der Bundesregierung sicher auf taube Ohren stoßen wird, ist es doch erstaunlich, dass gerade Apotheker nach staatlichen Regulierungen rufen. Schließlich greift die Industrie ihnen kostenlos werblich unter die Arme.

Die Argumentation der Verbandsfunktionäre scheint dabei mehr als heuchlerisch: Medikamente sollen angesichts des Verbraucherschutzes „nur aus Gründen zur Linderung oder Vorbeugung von Krankheiten genommen werden“. Das Arzneimittel und nicht die damit verbundene Beigabe sollen für die Kaufentscheidung im Vordergrund stehen. Und dann schauen wir uns heute mal eine gute Apotheke an: Schaufenster nach Saisonthemen von Dekorateur gestaltet. Werblicher geht es kaum. Und innen drin? Verkaufsdisplays am Point of Sale. Werbesprüche wohin man schaut. Ganze Regale voller Kosmetika mit entsprechender Promotion. Der Bereich der apothekenpflichtigen, aber nicht verschreibungspflichtigen Produkte, nimmt ständig zu. Besonders bei älteren Menschen wächst dieser Markt durch den steigenden Hang zur Selbstmedikation stärker denn je. Das reicht von der Nahrungsergänzung bis zu Potenzmitteln, von Vitaminpräparaten bis zu leichten Happy Pills. Oft teuer, oft ohne wissenschaftliche Wirkungsnachweise, oft allenfalls mit Placeboeffekten.

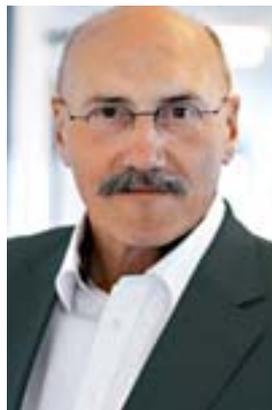
Apotheker verdienen damit ein gutes Geld. Alles andere ist bei ihnen streng reglementiert wie in einer klassischen Planwirtschaft, freie Preiskalkulation gibt es nicht. Deshalb ist diese Beschlusslage des Apothekertages mehr als unverständlich. Ein Dorn im Auge sind die Zugaben für die Industrie, sie will Geld sparen, so darf man vermuten. Auch die Großhändler sind nicht immer erfreut, wenn Zugaben Verpackungs- und Lagerprobleme bereiten. Bei Großapotheken stolpert der Sortierroboter hier und da über On-Pack-Promotions an Packungen. Und trotzdem, alle Apotheker, die ich befragt habe, halten den Beschluss ihrer Funktionäre für ausgemachten Schwachsinn.

Dem kann ich nur zustimmen. Wobei solche Beschlüsse mein Thema aus der Oktober-Ausgabe nur unterstreichen: Unsere Verbände müssen europaweit straffer organisiert und effizienter werden. Nur so können wir dem wachsenden Hang zu Regulierung, Bürokratismus und steuerlicher Raffgier unserer Regierungen kraftvoll entgegen treten.

In diesem Sinne



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



Manfred Schlösser

Let the touch do the talking.



DS8 Soft Touch

Ergonomisches Design, samtweiche Oberfläche und Floating Ball® Schreibtechnologie für ein besonders geschmeidiges Schreibgefühl. Jetzt auch auf Schaft und Kappenseite in Schwarz, Weiss und Silber bedruckbar.

soft touch®

by prodir

Personality pens.
Swiss made.

prodir®

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

Prodir SA
Via Senta 22
CH-6814 Lamone
+41 91 935 55 55

www.prodir.com

Oberwasser mit
Qualitätsentchen

Schnabel's



Kleiner Bürzel,
großer Schnabel
und immer
Oberwasser – die
Quietscheentchen
mit unserem neuen
Qualitäts-Label
»Schnabel's« sorgen
für beste Laune.



STILVOLL GENIEßEN

34

In diesem Monat geht es in unserem Werbeartikel-Guide um geschmacks- und werbestarke Produkte – mithin um all das, was ein stilvolles Ambiente schafft und Kochbegeisterten wie Genießern Freude macht. Andere, wenn auch sicherlich nicht weniger intensive Freuden beschern dem Empfänger die Produkte rund um Laptop, Smartphone und Tablet, die wir im zweiten Teil unseres Einkaufsführers vorstellen.



TRENDS & BRANDS	Echt „cool“ inarisch	4
	Cooler für die Kühle	6
FOKUS	Social Media: Alles was recht ist	8
PSI 2015	Dabei sein ist alles	16
PSI PROMOTION WORLD	Klares Signal in den Markt	20
KÜCHE UND KULINARISCHES	Stilvoll genießen	34
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	56
	25 Jahre datalog: Hilfe für schwerkranke Kinder	60
	Döbler Werbeartikel: Frosch oder Prinz?	62
	Top display: „Knotenpunkte“ gesetzt	64
	Kneiko Info-Day 2014: Werbung trifft Kultur	66
	bwg Trend 2014: Gelungene Performance	68
	Promotional Products Week: Eine wirklich rockende Woche	72
LAPTOP, SMARTPHONE UND TABLET	Moderne Zeiten	76
UNTERNEHMEN	Kolor-Plusz: Promotion mit Kostümen und Plüsch	94
	50 Jahre TFA Dostmann: Bestes Wetter aus Wertheim	96
	25 Jahre Peter Ortmann: „Wir sind Metall“	98
PORTRAIT	Dagmar Kornhaas: Verliebt in Filz	100
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	104
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	120
MEINUNG		122
IMPRESSUM		132

FRISCHE IDEEN.

Kalender · Notizbücher · Schreibbedarf

SOCIAL MEDIA: ALLES WAS RECHT IST

8



Social Media, insbesondere soziale Netzwerke, sind für Unternehmen von herausragender Bedeutung. Kein anderes Medium erlaubt derzeit eine schnellere, direktere Kommunikation zwischen Unternehmen und Kunde. Dabei sind die vertraglichen Vereinbarungen jedoch oft unklar, gesetzliche Vorgaben werden häufig nicht eingehalten. Ein Leitfaden zur Orientierung im Social Media Recht.

PSI 2015: DABEI SEIN IST ALLES

16



Die PSI Messe ist einmalig in Europa – und das seit 53 Jahren. Dank ihres innovativen Konzepts bietet die PSI 2015 ihren Ausstellern einen nochmals optimierten Rahmen für ihre Produktpräsentationen. Einige der Aussteller, die nach einer Pause auf die PSI zurückkehren, erklären, warum man einfach dabei sein muss.

KOLOR-PLUSZ: PROMOTION MIT PLÜSCH

94



Seit 1997 stellt das polnische Unternehmen Kolor-Plusz mit viel Engagement und Leidenschaft Plüschartikel her. Die kompetenten Mitarbeiter verfügen über jahrelange Erfahrung in der Herstellung von Plüschwaren. Viele von ihnen gehören dem Unternehmen schon seit seiner Gründung an.

TFA DOSTMANN: BESTES WETTER

96



Wer wissen will, wie das Wetter wird, greift nicht selten zu einem der rund 1.000 Messgeräte der TFA Dostmann. Denn bei Wetterstationen, Thermometern, Barometern und Hygrometern ist das Familienunternehmen aus dem baden-württembergischen Wertheim europaweit gefragt. 1964 gegründet, feiert die TFA jetzt ihr 50-jähriges Bestehen.



→ Alle FRISCHE IDEEN

www.brunnen-werbeartikel.de/frischeideen

BAIER & SCHNEIDER GMBH & CO. KG
WOLLHAUSSTR. 60-62
74072 HEILBRONN · GERMANY
T +49 (0)7131 886-295 · F +49 (0)7131 886-235
WERBEARTIKEL@BRUNNEN.DE

BRUNNEN 



LECKERER FLASCHENKUCHEN

Backmischung „Bottled Cookies“
Magna sweets GmbH
PSI Nr.: 41617
www.magna-sweets.de



FÜR DEN RICHTIGEN PEP
Gewürzdose „Virginia Gewürz“
Henosa-Plantanas Group GmbH
PSI Nr.: 47992
www.werben-mit-tee.de



SO MÖGEN'S ALLE HEISS
Kochhandschuh „KitchenGrips“
Profino GmbH & Co. KG
PSI Nr.: 47807
www.profino.net



RHYTHMISCHER ROSMARIN
Dinner-/Grill-Präsente „Media-Set-Kollektion“
micx-media in concept GmbH & Co. KG
PSI Nr.: 45899
www.micx-media.de

ECHT „COOL“INARISCH

Die Ursprünge der viel gerühmten „Haute Cuisine“ gehen auf französische Spitzenkochkünste zurück. Heute wird sie von unterschiedlichen Blickwinkeln betrachtet. So spricht eine Definition von „erstklassiger, inspirierter und professioneller Küche mit kreativem Anspruch und Improvisation“. Mit den richtigen Utensilien und einem Gespür für gutes Essen lässt sich gehobene Küche auch am heimischen Herd zelebrieren. Einzige Ausnahme vielleicht New York. Angeblich seien hippe New Yorker nur dann wirklich hip, wenn sie ihre Küche nicht benutzen und aushäusig fein dinieren. Allen, die es gerne auch zu Hause kulinarisch mit Pfiff mögen, seien unter anderen diese Produkte vorgestellt.

FASHION · LIFESTYLE · SPORTS



www.lach-communicationgroup.com

Order Now



Hotline: +49 7432/7016-800

daiber

www.daiber.de



PERFEKTER BEGLEITER

Knirps „Kleiner Maxx“
Strimaxx & Friends GmbH
PSI Nr.: 48720
www.strimaxx.de



FLAUSCHIG UNTERWEGS

Wärmendes Trio „Polar Fleece“
Inspirion GmbH
PSI Nr.: 42907
www.promotiontops.com



MIT FINGERSPITZENGEFÜHL

„Touch Handschuhe“
Nestler-matho GmbH & Co. KG
PSI Nr.: 41816
www.nestler-matho.de



EIN STRUMPF, DER ES IN SICH HAT

Strumpf „myrtle beach offwhite“
Gustav Daiber GmbH
PSI Nr.: 42819
www.daiber.de

COOLES FÜR DIE KÜHLE

Regen, Nebel, Wind. Die kühlere Jahreszeit, vor allem der November, weckt viele Assoziationen. Kein Wunder also, dass es für den elften Monat des Jahres alte Namen wie Nebelung oder den von Karl dem Großen im 8. Jahrhundert eingeführten Begriff Windmond gibt. Heutzutage sprechen viele Menschen beim Gedanken an November von „Einheitsgrau“. Und mal ganz ehrlich: Einheitsgrau ist ja schon sehr uncool. Dabei können auch kühle, graue und vielleicht auch einmal triste Tage zu recht coolen Accessoires animieren. Wie in jeder Lebenslage kommt es auch hier einfach darauf an, was man daraus macht. Also: nicht kleinkriegen lassen und immer einen kühlen Kopf bewahren.



BELIEVE IN BRANDS

Das neue Original Post-it® MobileCover. Ihr perfekter Marken-Botschafter.

Der hochwertige Begleiter für unterwegs. Im Gesamtformat DIN A6 passt das Post-it® MobileCover in jede Jacken- oder Handtasche.

- 100 Blatt Original Post-it® Haftnotizen DIN A6
- ein glanzlackierter 6-seitiger Umschlag
- ein praktischer Klettverschluss

Dieses Produkt ist ein echter Hingucker und sichert Ihrer Marke den Platz und die Aufmerksamkeit, die sie verdient.

Wie alle Original Post-it® Promotional Products wird auch das MobileCover klimaneutral hergestellt.

Fordern Sie noch heute Ihre Produktmuster unter <http://promotion.michaelschiffer.com> an.

Der Vertrieb erfolgt ausschließlich über Werbemittelhändler.



Promotional Products

Michael Schiffer Promotion GmbH ■ Post-it® Notes Printer - Authorized by 3M
Telefon: +49 (0) 28 43/16 92-0 ■ <http://promotion.michaelschiffer.com>



SOCIAL MEDIA

ALLES, WAS RECHT IST

Social Media, insbesondere soziale Netzwerke, sind für Unternehmen von herausragender Bedeutung. Kein anderes Medium erlaubt derzeit eine schnellere, direktere Kommunikation von Unternehmen und Kunde. Dabei sind die vertraglichen Vereinbarungen jedoch oft unklar, gesetzliche Vorgaben werden häufig nicht eingehalten. Ein Leitfaden zur Orientierung im Social Media Recht.

Wenn von Social Media die Rede ist, wird oft zuerst an soziale Netzwerke wie Facebook, Xing oder LinkedIn, manchmal auch an Micro-Blogging-Dienste wie Twitter gedacht – was naheliegend ist, aber nicht alle Social Media erfasst. Denn die Frage, welche Medien und Technologien zu den Social Media gehören, ist nicht leicht und jedenfalls für Juristen bislang unbeantwortet. Sicher gehören auch Weblogs, Wikis, Foren und Chats zu den So-

cial Media, ebenso unternehmensinterne soziale Software, die unter den Bezeichnungen „Enterprise 2.0“ oder „Social Enterprise“ bekannt ist. Für diesen Leitfaden wird das Social Media Recht vorrangig am Beispiel sozialer Netzwerke dargestellt, die einerseits nahezu alle Funktionen sonstiger Formen von Social Media ebenfalls abbilden können und andererseits im Marketing die zentrale Rolle spielen. Die folgenden Ausführungen kön-

nen aber auf andere Social Media übertragen werden.

DAS SOCIAL MEDIA-RECHT

Die Bezeichnung „Social Media-Recht“ ist ein Sammelbegriff, der kein in sich geschlossenes Rechtsgebiet beschreibt. Social Media sind, wie die gesamte Informationstechnologie, juristisch eine Querschnittmaterie. Die beim Betrieb einer Social Media Präsenz (im Folgenden kurz „SMP“) zu beachtenden Rechtsverhältnisse sind vielfäl-

tig. Je nach Umfang und Gestaltung der SMP können Beziehungen zu dem Betreiber der Social Media Plattform (z.B. Facebook), den Wettbewerbern, den beworbenen Verbrauchern, den Urhebern von Inhalten auf der SMP, den Besuchern der SMP und den eigenen Arbeitnehmern bestehen. Dementsprechend können sich Fragestellungen aus einer Vielzahl von Rechtsgebieten ergeben, wie etwa dem Vertrags-, Verbraucher-, Kennzeichen-, Urheber-, Lauterkeits-, Arbeits- und vor allem dem Telemedien- sowie Datenschutzrecht.

DIE RELEVANZ SOZIALER NETZWERKE

Die Nutzung sozialer Netzwerke ist auf einem anhaltend hohen Niveau. 2013 waren 78 Prozent der Internetnutzer in Deutschland bei mindestens einem sozialen Netzwerk angemeldet, 67 Prozent der Internetnutzer nutzten soziale Netzwerke aktiv („Soziale Netzwerke 2013 – Dritte, erweiterte Studie“ des BITKOM e.V.). Im Segment der 14-29-jährigen Internetnutzer liegt die Quote der Nutzer sozialer Medien gar bei 91 Prozent, mit steigendem Alter der befragten Personen fallen diese Werte. Das sind umgerechnet rund 45 Millionen Personen in Deutschland. Die wirtschaftliche Bedeutung mögen zwei weitere Zahlen der BITKOM-Studie belegen: Gut 50 Prozent der Nutzer geben an, Empfehlungen durch ihre Freunde bekämen von ihnen eine hohe Aufmerksamkeit (62 Prozent der 14-29-jährigen).

VOM DESKTOP ÜBER MOBILES WEB ZUR APP

Ein weiterer Trend zeichnet sich in der Art und Weise der Nutzung von Social Media ab. Auch dort geht die Entwicklung weg von der traditionellen Nutzung über den Browser eines Desktop-PC oder Notebooks hin zu einer überwiegenden Verwendung des mobilen Internet. So verbrachten in den USA 2013 die Nutzer erstmals mehr Zeit mit mobilen Geräten als an „traditionellen“ Computern. Von dieser Zeit der mobilen Nutzung entfielen nur 20 Prozent auf die Verwendung mobiler Browser, die restlichen 80 Prozent wurden auf die Benutzung von Apps aufgewendet, wovon wiederum rund ein Viertel auf die Nutzung

sozialer Netzwerke per App entfiel. Mit dieser technischen Entwicklung und Veränderung im Nutzerverhalten gehen auch rechtliche Herausforderungen einher. Der Vertrieb von Apps ist fast komplett bei den Herstellern der jeweiligen Betriebssysteme für mobile Geräte konzentriert, die bei der Entwicklung von Apps deswegen weitreichende Vorgaben machen können. Die eingeschränkten Darstellungsmöglichkeiten auf mobilen Geräten hingegen fordern bei der Einhaltung zwingender Informationspflichten oft ihren Tribut.

DER ACCOUNT – RECHTSVERHÄLTNISS ZUM BETREIBER

Ist ein soziales Netzwerk ausgewählt, geht das Unternehmen, das sich dort präsentieren oder für seine Produkte werben möchte, bei der Anmeldung die erste Rechtsbeziehung ein. Der Vertrag zwischen Betreiber und Nutzer des sozialen Netzwerks („Nutzungsvertrag“) wird mit Vertragspartnern im Ausland, überwiegend den USA, geschlossen, so dass deutsches Vertragsrecht nicht ohne weiteres anwendbar ist. Denn das Internationale Privatrecht überlässt die Wahl des anwendbaren Rechts gem. Art. 3 Abs. 1 Satz 1 der ROM I-Verordnung den Vertragsparteien. Im Verhältnis von Betreiber zu Nutzer des sozialen Netzwerks wird dabei regelmäßig das Recht am Sitz des Betreibers, nebst entsprechendem Gerichtsstand, vereinbart. Da es sich bei einem Unternehmen als Nutzer nicht um einen Verbraucher i.S.d. Art. 6 Abs. 2 Satz 2 ROM I-VO handelt, ist das uneingeschränkt zulässig. Die Anwendbarkeit US-amerikanischen Rechts lässt den Betreibern sozialer Netzwerke bei der Vertragsgestaltung Freiheiten, die nach nationalem Recht in weiten Teilen unzulässig wären, z.B. beim nahezu völligen Ausschluss jedweder Haftung. Damit ist dem Nutzer, der sich einem fremden Recht unterwirft, und dieses Recht gegen den Betreiber in den USA durchsetzen müsste, jedoch nicht geholfen. Er muss sich also darüber im Klaren sein, sich auf rechtlich fremdem Boden zu bewegen.

SONDERBESTIMMUNGEN

Für Unternehmen, die lediglich in sozialen Netzwerken werben wollen, ohne je-

doch selber eine Seite im Netzwerk zu unterhalten, kann es spezielle Angebote geben. So ermöglicht Facebook beispielsweise den „Kauf“ von Werbeflächen. Allerdings behält Facebook sich u.a. vor, die festgelegten Werbekriterien einseitig zu ändern, die Werbeanzeigen jederzeit aus beliebigen Gründen zu entfernen oder die Werbeanzeige seiner Kunden für eigene Werbezwecke zu verwenden. Das alles natürlich – in dem Punkt überraschend seriös – ohne den Erfolg der Werbemaßnahmen zu garantieren.

EINRICHTEN EINER SMP

Ist die Entscheidung gefallen, ein eigenes Unternehmensprofil (auch „Seite“ oder „Fanpage“ genannt) in einem sozialen Netzwerk einzurichten, kann die Arbeit beginnen. Hier stellt sich die Frage, wer sich an die Gestaltung der SMP macht und wer sie später mit Leben füllen soll. Krempelt der Chef selber die Ärmel hoch, ist die Verantwortung klar verteilt, aber eben auch nur auf seinen Schultern. Typischer ist es, die Erstellung entweder durch Beschäftigte des Unternehmens oder gleich durch eine externe Agentur übernehmen zu lassen. Entsprechendes gilt für die ab dann laufende Bereitstellung aktueller Inhalte.

ERSTELLUNG DURCH AGENTUREN ODER MITARBEITER

Wird eine Agentur mit der Erstellung und ggf. dem Betrieb der SMP beauftragt, sind einige Rahmenbedingungen vertraglich abzustecken: Wie soll die Agentur für das Unternehmen auftreten (z.B., Ansprache der Nutzer, ggf. Einhaltung einer Corporate Identity oder eines Corporate Behaviour)? Wie geht die Agentur mit Support-Anfragen des Unternehmens um, gibt es einzuhaltende Reaktionszeiten? Darf sie, und wenn ja in welchem Umfang, das Unternehmen gegenüber Dritten verpflichten (z.B. durch versprochene Rabatte oder die Auslobung von Preisen bei Gewinnspielen)? Dieselben Fragen stellen sich natürlich auch bei Beschäftigten, bei diesen noch erweitert um die (auch) betriebliche Nutzung ihrer privaten Social Media Accounts, z.B. für Berichte vom Betriebsausflug, oder Bewerbung eines Produkts, an dessen Fer-

tigung man beteiligt war, im Freundeskreis. Die Rechte an den so entstehenden Inhalten sollten in einer Ergänzung zum Arbeitsvertrag geregelt werden. Streit ist vorprogrammiert, wenn sich Unternehmen und Beschäftigter trennen, ohne Klarheit darüber zu haben, ob es sich um Wissen des Beschäftigten handelt oder um ein nach § 17 UWG geschütztes Geschäfts- oder Betriebsgeheimnis.

IMPRESSUM ZWINGEND NOTWENDIG

Ist geklärt, wer die Verantwortung für die SMP übernehmen soll, und ist ggf. sogar eine Social Media-Strategie entwickelt – was rechtlich nicht zwingend, im Zuge eines professionellen und einheitlichen Auftritts allerdings sinnvoll ist – sind die Inhalte an der Reihe. Dabei sind einige rechtliche „Dos and Don'ts“ zu beachten. Nicht nur die Social Media Plattform selbst (z.B. Facebook) ist ein Telemediendienst gem. § 1 Abs. 1 Satz 1 TMG, sondern auch die einzelnen Profile und Fanpages, die auf dieser Plattform erstellt werden. Damit wird jedes Unternehmen mit eigener SMP zu einem Dienstanbieter i.S.d. § 2 Nr. 1 TMG und unterliegt als geschäftsmäßiger, am Wirtschafts-

leben teilnehmender Telemediendienst den Informationspflichten aus § 5 Abs. 1 TMG.

ANFORDERUNGEN AN DAS IMPRESSUM

Anzugeben sind also u.a. Name, Anschrift und Rechtsform des Unternehmens, ein Vertretungsberechtigter (z.B. Geschäftsführer bei der GmbH), eine E-Mail-Adresse sowie ggf. die Umsatzsteueridentifikationsnummer. Zusammen bilden diese Angaben das Impressum. Das Impressum muss nicht nur inhaltlich vollständig, sondern auch leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Diesen Vorgaben genügt jedenfalls ein Impressum, das unter dieser Bezeichnung, von jeder Seite der SMP mit einem Klick erreicht werden und ohne die Installation von Plug-Ins dem Nutzer angezeigt und gedruckt werden kann. Noch zulässig ist eine Erreichbarkeit mit maximal zwei Klicks, wobei der erste Link eine Verwandtschaft zum Impressum aufweisen (z.B. „Kontakt“) oder zumindest neutral formuliert sein sollte (z.B. „Info“). Problematisch ist es, das Impressum durch ein Plug-In oder als Grafik anzeigen zu lassen, da es so für blinde Menschen nicht mehr zugänglich ist. Im Ideal-

fall sollte deshalb die vom jeweiligen Betreiber vorgesehene Impressums-Funktion genutzt werden (z.B. bei Facebook oder Xing). Die Verletzung der Impressumpflicht ist kein Kavaliärsdelikt. Einerseits stellt ein fehlendes oder unvollständiges Impressum eine Ordnungswidrigkeit gem. § 16 Abs. 2 Nr. 1 TMG dar, die eine Geldbuße von bis zu 50.000 Euro nach sich ziehen kann. Zugleich ist dies ein Verstoß gegen eine sog. Marktverhaltensregel i.S.d. § 4 Nr. 11 UWG, die Mitbewerber und Verbraucherschutzverbände zu kostenpflichtigen Abmahnungen berechtigt. Das kann mit einem rechtskonformen Impressum leicht vermieden werden.

FREMDE NAMEN UND MARKEN SIND TABU

Vorsicht ist bei der Verwendung fremder Namen, Marken und urheberrechtlich geschützten Materials geboten. Im Namensrecht sollte der Grundsatz gelten, dass fremde Namen tabu sind. Es mag aus Sicht des Marketingverantwortlichen viele gute Gründe geben, Produkte nach bekannten Personen zu benennen – aus anwaltlicher Sicht ist vom „Sebastian Vettel Bleistiftanspit-



zer“ in Form eine Formel1-Wagens allerdings ebenso abzuraten wie vom „Angela Merkel Handtuchhalter“ in bekannter Rautenform. Ist ein Kennzeichen als Marke oder als geschäftliche Bezeichnung auch ohne Registereintragung geschützt, ist die Verwendung in der Regel ohne Zustimmung des Rechtsinhabers unzulässig. (Das Register des Deutschen Patent- und Markenamts kann unter <https://register.dpma.de/> eingesehen werden.) Abmahnungen und Verletzungsverfahren, ggf. unter Geltendmachung erheblicher Schadensersatzansprüche, sind in diesen Fällen regelmäßig die Folge.

LIZENZ IST NICHT GLEICH LIZENZ

Im Urheberrecht sind einerseits Rechte geschützt, die sich aus dem Werk ergeben (allgemein: „Urheberrechte“), andererseits solche, die an dem Urheber als Person anknüpfen, das sog. „Urheberpersönlichkeitsrecht“. Die Palette der urheberrechtlich geschützten Werke (§ 2 UrhG) ist breit. Neben Werken z.B. aus Literatur, Musik, Film oder Fotografie können beispielsweise auch Werke mit einer besonderen Architektur urheberrechtlichen Schutz genießen. Werden sie zur Verwendung im Internet fotografiert, handelt es sich bei der Übertragung in das neue Medium um eine Vervielfältigung gem. § 16 UrhG, die der Zustimmung des Urhebers bedarf. Darüber hinaus darf ein geschütztes Werk nicht ohne Einwilligung des Urhebers bearbeitet oder anderweitig umgestaltet werden. Aus dem Urheberpersönlichkeitsrecht kann sich vor allem die Pflicht ergeben, den Urheber des Werkes kenntlich zu machen (§ 13 UrhG) – bekannt aus den Namenszusätzen an oder zu Fotografien, die auf Websites verwendet werden. Dabei sind gerade bei sog. „Stock-Fotos“ die Lizenzbedingungen des Anbieters genau zu beachten. Generell darf das Recht zur kostenfreien Nutzung fremder Inhalte nicht mit einem Recht zur beliebigen Nutzung verwechselt werden. Die kostenfreie Bereitstellung von Inhalten ist oftmals an bestimmte Vorgaben zur Nutzung gebunden. So kann etwa neben der Pflicht zur Benennung des Rechteinhabers auch die kommerzielle Nutzung der frem-



CHECKLISTE SOCIAL MEDIA RECHT
Impressum für SMP vorhanden?
Datenschutzerklärung für SMP vorhanden, ggf. mit Hinweis auf Tracking-Tools?
SMP wird selbst oder – vertraglich geregelt - durch eine Agentur betrieben?
Lizenz für alle Inhalte (Texte, Fotos, Logos, Marken) vorhanden?
Alle Inhalte lizenzgemäß eingebunden (z.B. Namensnennung, Quellenangabe)?
Prüfung fremder Inhalte auf Rechtmäßigkeit vor weiterer Verwendung?
Sofortige Löschung rechtswidriger Inhalte?
Gesetzliche Vorgaben und Betreibervorgaben bei Gewinnspielen eingehalten?
Werbung gekennzeichnet?
Keine gekauften Likes?
Social Media Richtlinie für Mitarbeiter vorhanden?
Datenschutzerklärung für Social-Plug-Ins auf Website vorhanden?

den Inhalte untersagt sein, z.B. bei Verwendung bestimmter „Creative Commons“-Lizenzen. Bei Rechtsverstößen sieht das Urheberrecht ebenso wie das Markenrecht eine Vielzahl möglicher Folgen vor: von der Abmahnung über Auskunfts-, Unter-

lassungs- und Schadensersatzansprüche bis hin zur Strafanzeige.

VORSICHT BEI FREMDEN INHALTEN

Als Betreiber einer SMP haftet man nicht nur für eigene Inhalte, sondern auch für solche Inhalte seiner Nutzer, z.B. der Kom-

mentatoren auf einer Fanpage oder unter einem Weblog, die der Betreiber sich „zu eigen macht“. Nach den vom Bundesgerichtshof entwickelten Grundsätzen macht sich derjenige fremde Inhalte zu eigen, der sie vor der Übernahme einer redaktionellen Prüfung unterzieht (indem er z.B. nur positive bzw. gefällige Beiträge anzeigen lässt) oder sie mit seinem Logo versehen („Branding“, z.B. bei eingesendeten Fotos). Lässt sich der Betreiber eines Blogs, Forums oder eines Wikis an den Inhalten seiner Nutzer (sog. „user generated content“) weitgehende Nutzungsrechte einräumen und verwertet er diese auch tatsächlich wirtschaftlich, beispielsweise im Rahmen einer Werbekampagne, kann dies ebenfalls „sich zu eigen machen“ bedeuten. Werden durch solche zu eigen gemachten Inhalte die Rechte Dritter verletzt, was neben Namens-, Marken- und Urheberrechten insbesondere auch Persönlichkeitsrechte sein können (etwa bei heimlich gemachten Fotos oder beleidigenden Texten), dann haftet der Betreiber der SMP hierfür genauso, als hätte er die Inhalte selbst erstellt und verbreitet.

BETRIEB EINER SMP UND STÖRUNGSMANAGEMENT

Die Vielzahl der Internetnutzer und deren vermeintliche Anonymität im Internet fördern nicht nur Meinungsvielfalt, Diskurs und Kreativität, sondern auch weniger erfreuliche Phänomene. Beispielsweise kann die SMP mit Nachrichten aller Art überflutet werden („Spam“), oder Nährboden für unsinnige Kommentare („Trollen“) sowie Beleidigungen („Shitstorm“) sein. Ein intelligenter Troll-Beitrag mag bei den anderen Nutzern als Ausdruck von Selbstironie des Betreibers geschätzt werden; vielleicht bietet er auch, wenn er durch „teilen“ oder „gefällt mir“-Funktionen bekannt gemacht wird, das Potenzial zu ungeplantem viralem Marketing. Grundsätzlich dürften solche Beiträge dem guten Eindruck von der SMP bzw. von deren Betreiber eher abträglich sein. Das Unternehmen sollte daher technisch in der Lage sein, moderierend einzugreifen. Die notwendigen Werkzeuge stellen sämtliche soziale Netz-

werke zur Verfügung, z.B. durch die Zuweisung von Administratorenrechten. Zu deren Ausübung ist der Betreiber aus seinem virtuellen Hausrecht berechtigt und, wenn er als Störer für Rechtsverletzungen Dritter haftet, ggf. auch verpflichtet. Entscheidet sich der Betreiber, ein Profil oder eine Seite seiner SMP zu schließen, ist er dazu ohne weiteres berechtigt. Einem ehemaligen Moderator einer solchen Seite muss er diese Stelle weder erhalten noch eine entsprechende Stelle neu schaffen.

GEKAUFTE „LIKES“ UND (VERBOTENE) DIREKTWERBUNG

Viele Käufer lassen sich bei ihrer Kaufentscheidung durch die Bewertungen oder Empfehlungen anderer Kunden (selbst wenn sie diese nicht kennen) beeinflussen. Das macht Empfehlungsmarketing interessant, doch auch hier gilt: nicht alles, was geht, ist auch erlaubt. So ist es beispielsweise möglich, dass Unternehmen sich „Likes“ kaufen, die von Dritten vermittelt (automatisiert) erzeugt werden. Wird jedoch gezielt mit einer hohen Zahl an „Likes“ bzw. mit einer großen Bekanntheit oder Zustimmung des Unternehmens geworben, kann dies unlautere Werbung sein. Ebenso günstig, aber deutlich direkter ist es, potenziellen Kunden initiativ Direktnachrichten mit werblichen Inhalten zuzusenden. Allerdings handelt es sich dabei um eine unzulässige Belästigung gem. § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG, die ohne vorherige Einwilligung immer unzulässig ist. Denn auch Nachrichten oder „Freundschaftsanfragen“ in Social Media sind „elektronische Post“.

KLARE REGELN FÜR GEWINNSPIELE

Ein beliebtes Mittel zum Marketing über „traditionelle“ Medien ist das Gewinnspiel, das sich auch in Social Media in mannigfaltiger Gestaltung findet. Gewinnspiele sind in erheblichem Umfang gesetzlich reglementiert, vor allem durch das UWG. Dabei handelt es sich unter anderem – aber nicht erschöpfend – um die folgenden Vorgaben: Teilnahme oder Gewinnchance dürfen nicht an den Kauf einer Ware oder die Inanspruchnahme einer Dienstleistung geknüpft werden. Dieses Koppelungsverbot kann auch bei Rabatt-Spielen greifen, da





ein Rabatt einen Kauf zwingend voraussetzt. Die Teilnahmebedingungen müssen „klar und eindeutig“ angegeben werden. Die Gewinne bzw. Gewinnklassen müssen erkennbar sein. Gewinnchancen nach dem Muster „Herzlichen Glückwunsch, Sie sind der 1.000.000 Besucher! Sie haben gewonnen... füllen Sie zur Teilnahme bitte dieses Formular aus.“ dürfen nicht als Gewinne ausgegeben werden. Darüber hinaus ist bei Gewinnspielen auf SMP noch § 6 Abs. 1 Nr. TMG zu beachten, der vorschreibt, dass die Teilnahmebedingungen nicht nur klar und eindeutig, sondern auch leicht zugänglich angegeben werden müssen. Die Teilnahmebedingungen sollten daher zusammen mit der für das Gewinnspiel geltenden Datenschutzerklärung – zum Datenschutzrecht am Ende dieses Beitrags – unmittelbar auf der hierfür eingerichteten Seite oder über einen unmissverständlichen Link („Teilnahmebedingungen und Datenschutzerklärung“) erreichbar sein und damit eine Teilnahme am Gewinnspiel ohne Wahrnehmung dieser beiden Texte ausschließen. Die namentliche Nennung von Gewinnern auf eine Weise, die die Betroffenen identifizierbar macht, ist ohne deren ausdrückliche Einwilligung verboten. Besonders problematisch ist es, wenn schon die Teilnahme an dem Gewinnspiel von der Einwilligung in die werbliche Nutzung der Daten abhängig gemacht werden soll. Darüber hinaus können auch die Betreiber von Social Media Plattformen vertragliche Vorgaben zur Veranstaltung von Gewinnspielen machen, die Art und Umfang zulässiger Gewinnspiele weiter konkretisieren. (Exemplarisch hierzu auf Facebook: https://www.facebook.com/page_guidelines.php zu „Promotions“). So sind Gewinnspiele oft nur auf bestimmten Seiten erlaubt oder sie sollen in sozialen Netzwerken lediglich durch das Verlinken einer externen Seite dargestellt werden.

ÜBERTRAGUNG

EINER SOCIAL MEDIA PRÄSENZ

Es ist denkbar, dass eine SMP z.B. von der mit der Erstellung oder Betreuung beauftragten Agentur auf eine andere Agentur oder den Betreiber übertragen werden soll.

Aber auch wenn ein Geschäft, ein Geschäftsbereich oder ein einzelnes Produkt übergehen soll, stellt sich die Frage, was mit der „dazugehörigen“ SMP passiert. In der Rechtswissenschaft ungeklärt ist bislang, wie der „Übereignungsvertrag“ rechtlich genau zu beurteilen ist. Klar ist jedoch, dass es bei sozialen Netzwerken drei Beteiligte gibt: Den Veräußerer, den Erwerber und den Betreiber des sozialen Netzwerks in seiner Funktion als Vertragspartner des Veräußerers (siehe oben). Seine Zustimmung ist zu diesem Übergang auf jeden Fall erforderlich, denn für Fälle der unbefugten Überlassung von Zugangsdaten behalten sich sämtliche Betreiber das Recht vor, die betroffene Präsenz zu sperren oder zu löschen. Falls die SMP Inhalte enthält, die urheberrechtlich oder kennzeichenrechtlich geschützt sind, muss auch die Übertragung dieser Rechte vertraglich geregelt werden.

DATENSCHUTZ BEI SOCIAL MEDIA

Was oftmals bleibt, selbst wenn der Nutzer die SMP schon wieder verlassen hat, sind seine Daten. Und Daten werden nahezu ständig erhoben: sei es über sog. „Social Plug-Ins“ wie den „Like“-Button von Facebook, über die Server-Logfiles des Seitenbetreibers, Analyseprogramme oder durch Abfragen beim Nutzer, zum Beispiel bei der Anmeldung eines Accounts für einen Blog oder die Teilnahme an einem Gewinnspiel. Die Verwendung von Social Plug-Ins ist, ebenso wie die Verwendung von sog. „Zählpixeln“ oder der Teilnahme an „custom audiences“-Programmen, bei denen Werbekunden gezielt anhand ihrer (mutmaßlichen) Interessen vermittelt werden, rechtlich heikel. Betreiber von SMP sollten sich daher mit diesen Problemfeldern und mit möglichen Lösungen vertraut machen, z.B. den „Zwei-Klick-Lösungen“ bei Social-Plug-Ins. Wenn personenbezogene Daten (§ 3 Abs. 1 BDSG) der Nutzer in Deutschland erhoben, verarbeitet oder genutzt werden – was bei Unternehmen mit Sitz in Deutschland regelmäßig der Fall ist – ist deutsches (Datenschutz-)Recht anwendbar. Der Umgang mit personenbezogenen Daten ist in verschiedenen Geset-



zen geregelt, wobei für die Betreiber einer SMP vor allem das TMG und das BDSG von Bedeutung sind.

DIE DATENSCHUTZERKLÄRUNG

Da es sich bei SMP um Telemediendienste handelt, hat der Betreiber den Nutzer nach § 13 Abs. 1 TMG zu Beginn des Nutzungsvorgangs über Art, Umfang und Zweck der Erhebung und Verwendung seiner Daten, sowie eine etwaige Verarbeitung außerhalb des EWR zu unterrichten (Datenschutzerklärung). Diese Datenschutzerklärung muss für den Nutzer, z.B. den Besucher einer, jederzeit abrufbar sein. Sie sollte daher über einen eigenen stets leicht auffindbaren Link zugänglich gemacht werden. Gemäß § 13 Abs. 6 TMG haben Dienstanbieter, soweit dies technisch möglich und zumutbar ist, eine anonyme oder pseudonyme Nutzung ihrer Telemediendienste anzubieten. Das heißt zunächst, dass z.B. Facebook seinen Nutzern eine Verwendung unter einem Pseudonym ermöglichen müsste. Betreiber von SMP, z.B. einer Fanpage auf Facebook, können sich darauf allerdings nicht berufen, wenn sie wie werbetreibende Unternehmen verpflichtet sind, ein Impressum zu führen. Wer den Informationspflichten aus § 5 Abs. 1 TMG unterfällt, für den scheidet eine anonyme oder pseudonyme Nutzung nach § 13 Abs. 6 TMG aus.

WIDERSPRUCHSRECHT UND EINWILLIGUNG

Es ist möglich, durch Analyse- und Tracking-Programme Daten über die Besucher einer SMP zu sammeln. Handelt es sich dabei um personenbezogene Daten, ist die Erhebung und Verwendung ohne Einwilligung der Betroffenen verboten. Selbst eine pseudonyme Verwendung zu Zwecken der Werbung, Marktforschung oder bedarfsgerechten Gestaltung der SMP verlangt nach § 15 Abs. 3 TMG, dass der Anwender darauf in der Datenschutzerklärung nach § 13 Abs. 1 TMG, unter ausdrücklichem Hinweis auf sein Widerspruchsrecht, hingewiesen wird. Sollen im Rahmen eines Gewinnspiels personenbezogene Daten erhoben und für Werbezwecke verwendet werden, bedarf es dazu einer ausdrücklichen Einwilligung der Teilnehmer. Wenn die Einwilligung auf elektronischem Wege erteilt werden soll, sind die besonderen Vorgaben des § 13 Abs. 2 TMG (Protokoll der Einwilligung, jederzeit abrufbarer Inhalt der Einwilligung und Möglichkeit des Widerrufs) zu beachten, andernfalls hat der Betreiber der SMP dem Nutzer den Inhalt der Einwilligung schriftlich zu bestätigen. (§ 28 Abs. 3a BDSG).

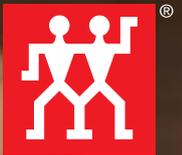
Sascha Kremer

<



Sascha Kremer

Der Autor Sascha Kremer ist Fachanwalt für IT-Recht und Partner der mittelständischen Sozietät LLR LegerlotzLaschet Rechtsanwälte in Köln. Zugleich ist er Geschäftsführer der LLR Data Security and Consulting GmbH und als externer Datenschutzbeauftragter (zertifiziert, TÜV Rheinland) tätig. Dabei gilt Sascha Kremer als einer „der führenden Experten im Datenschutzrecht“ in Deutschland (Nomos Handbuch Kanzleien in Deutschland 2014). Schwerpunkte seiner Tätigkeit sind insbesondere rechtliche Lösungen für Cloud-Services, IT-Projekte, (agile) Softwareentwicklung, Softwarevertrieb und Lizenzmodelle, Outsourcings, IT-Compliance, Datenschutz, Datensicherheit, Social Media und Apps.



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.



PSI 2015

DABEI SEIN IST ALLES

Die PSI Messe ist einmalig in Europa – und das seit 53 Jahren. Dank ihres innovativen Konzepts bietet die PSI 2015 ihren Ausstellern einen nochmals optimierten Rahmen für ihre Produktpräsentationen. Einige der Aussteller, die nach einer Pause auf die PSI zurückkehren, erklären, warum man einfach dabei sein muss.

Wenn man nach den Gründen fragt, warum jemand diese oder jene Entscheidung getroffen hat, dann kann man in den Argumenten immer zwei Aspekte erkennen: Da gibt es zunächst die rationalen Begründungen, die sich auf Zahlen und Fakten stützen. Sie werden meist zuerst genannt und sind sicherlich in den meisten Fällen ausschlaggebend. Doch daneben spielen die eher gefühlsmäßig dominierten Kriterien eine Rolle, die meist

unterschätzt werden: Denn gerade diese „Bauchgefühle“ gehen unerschwerlich, aber wirksam in die Entscheidungen ein. Sie sind es, die bestimmen, wie wir die Fakten bewerten. In diese Bewertung fließen frühere Erfahrungen ein, ebenso wie die Gefühle, die wir mit dem Entscheidungsgegenstand verbinden. Haben wir positive Erinnerungen an eine Situation, werden wir uns lieber wieder in ähnliche Situationen begeben als im Falle unschöner

Erinnerungen. Was denken PSI-Aussteller, die nach einem oder zwei Jahren Pause wieder auf die Ausstellerliste zurückkehren?

NEUES KONZEPT KOMMT AN

In den Statements, die uns einige unserer PSI-Rückkehrer gegeben haben, werden unterschiedliche Positionen deutlich. Als ein wichtiges Entscheidungskriterium wird das neue Messekonzept angeführt, das die Aussteller bei der Erreichung ihrer Mes-



seziele besser unterstützt. In der Tat hat die Neupositionierung der PSI als Lifestyle-Messe im vergangenen Jahr der Traditionsveranstaltung einen Schub nach vorne gegeben. Über 1.700 neue Besucherfirmen begutachteten in Düsseldorf die Neuheiten und Klassiker der 852 Aussteller aus 33 Nationen. Die Produktpremierer der 50 Mitglieder des PSI First Clubs standen besonders im Mittelpunkt des Interesses. Hohe Internationalität bei Ausstellern und Besuchern, gut 80 Prozent an Entscheidungen beteiligte Besucher – da wundert es nicht, dass rund 90 Prozent der Aussteller auch 2015 wieder dabei sein wollen. Diese positive Bilanz war Grund genug, das Konzept für die PSI 2015 noch weiter zu verfeinern: Jung, modern, lifestylmäßig und mit neuen Sonderflächen wird die Messe auch weiterhin an die Bedürfnisse des Marktes angepasst. Auch 2015 wird die PSI wieder mit neuen Angeboten, Themen und Sonderflächen die Ansprüche des Marktes widerspiegeln und ihm neue Impulse geben. Auch der PSI First Club geht in die zweite Runde. Wer also nicht auf die PSI kommt, versäumt die 50 Produktpremierer, die garantiert noch nirgends zu sehen waren.

FRISCHER WIND AUF BESUCHERSEITE

Die Initiative des PSI in Sachen Besuchermarketing ist auf Ausstellerseite sehr positiv aufgenommen worden. Denn wenn Aussteller ihre Händlerkunden kostenfrei auf die PSI einladen können, dann profitiert die ganze Messe davon. Ein Besucher-Plus von 18 Prozent gegenüber dem Vorjahr machte deutlich, dass die Rechnung aufgegangen ist.

Kerngedanke der kostenlosen Händlereinladungen ist, Aussteller dabei zu unterstützen, ihren Kunden einen Anreiz zum Mesesebesuch zu bieten. Das Ergebnis waren mehr neue und auch mal andere Besucher, auch solche, die sich bisher nur wenig Gedanken über Werbeartikel gemacht haben. Insofern bringt die Einladung über den Promocode nicht nur frischen Wind auf die Messe, sondern ist gleichzeitig eine Werbeaktion für den Werbeartikel selbst. Dass sie

jetzt mehr potenzielle Kunden erreichen, hat auch unsere PSI-Rückkehrer überzeugt. Auch bei dieser Aktion bürgt PSI für Qualität: Denn Nicht-Mitglieder müssen sich zunächst im European Directory of Verified Distributors registrieren. Erst nach erfolgreicher Verifizierung durch das PSI können die Tickets über den Ticketshop gebucht werden. Im Vorjahr waren rund ein Drittel der besuchenden Händler Neukunden aus dem Directory of Verified Distributors.



Ralf Oster, CEO PF Concept

„Die PSI hat sich weiterentwickelt und ist moderner geworden. Dieses Engagement der Messe möchten wir gern mit unserer Teilnahme honorieren.“

PF Concept wird 2015 an der PSI teilnehmen, um wieder eine stärkere Sichtbarkeit und Präsenz im Markt zu erzielen. Die Messe hat sich weiterentwickelt, ist moderner und attraktiver geworden und hat heute einen höheren Stellenwert. Die-

ses Engagement der Messe möchten wir gern mit unserer Teilnahme honorieren. Wir haben sehr gute Erfahrungen mit länderspezifischen Präsentationsplattformen gemacht und als solche sehen wir auch die PSI. Wir werden daher vor allem mit unserem Angebot für D A CH und Osteuropa präsent sein. Nach zwei Jahren der wohl überlegten Abstinenz haben wir viel zu zeigen: Innovative und erfolgreiche Produktwelten, präsentiert in attraktiven Katalogen. Zudem passt das Messemotto „Fashion“ ausgezeichnet zu PF Concept. Wir werden sowohl mit Markentextilien als auch mit etablierten Eigenmarken wie Marksman und Elevate einen überzeugenden Fashionauftritt hinlegen und ebenfalls an den Modenschauen auf dem PSI Catwalk teilnehmen.

Insgesamt wollen wir mit unserem Mesesebesuch auch die Resonanz unserer Händler abfragen. Ihr Feedback und ihre Erwartungen an uns als verlässlicher Geschäftspartner sind die Messlatte dafür, wie wir uns auch zukünftig in den verschiedenen Märkten präsentieren werden. <

GUSTO: FÜR KULINARISCHE ENTDECKUNGSREISEN

Neue Präsentationsmöglichkeiten eröffnen Ausstellern erweiterte Perspektiven. Neben dem klassischen Messestand, an dem das gesamte Sortiment gezeigt wird, gibt es auf der PSI auch herausgehobene Areale, die die Aufmerksamkeit des Besuchers in besonderer Weise auf sich ziehen: Zum Beispiel den Tasting-Pavilion Gusto, eine speziell gestaltete Ausstellungsfläche, wo Kulinarisches auch zum Probieren bereit steht. Gusto ist im Vorjahr so gut angekommen, dass er sich an seinem ersten Geburtstag im Januar den Messebesuchern in einer erweiterten Version vorstellt. Nun wird es drei stylische Theken geben, die zusammen 14 Gusto-Partnern Platz für ausgesuchte Köstlichkeiten bieten. Das Tolle an Gusto ist, dass bereits die gesamte Einrichtung vorhanden ist, die zu einem Probierbereich gehört: Jeder Ausstellungsplatz hat seinen eigenen, in der Theke integrierten Kühlschrank, eine zentrale Spülmaschine ist ebenfalls vorhanden. Die weitere Unterstützung für spezielle Serviceformen kann mit PSI abgesprochen werden. Zusätzliche Benefits für Gusto-Aussteller sind kostenlose Werbe- und PR-Maßnahmen, Marketingunterstützung sowie die Befreiung von Internet- und Werbemittelpauschalen. Zwei Ausstellerausweise gibt es kostenfrei dazu. Noch sind einige Plätze frei – lassen Sie sich als Aussteller, der Kulinarisches anbietet, diese Chance nicht entgehen. Inszenieren Sie Ihre Produktwelten direkt vor den Augen Ihrer Kunden und nehmen Sie sie mit auf eine kulinarische Entdeckungsreise.

DAS WIRKT: PRÄSENZ ZEIGEN

Dies sind nur einige der guten Gründe, bei der PSI 2015 dabei zu sein. Wie sich ein Aussteller auf der Messe präsentiert und welches der passende Rahmen für seinen Messeauftritt ist, sollten PSI-Mitgliedsunternehmen mit ihren Beratern von PSI besprechen. Denn dank der neuen Angebote und Sonderflächen gibt es heute wesentlich mehr und individuellere Möglichkeiten als früher, sich auf der PSI in Szene zu setzen. Nicht zu vergessen auch die vielen



Matthias Huff, Macma

„Die PSI Messe ist für uns eine hervorragende Möglichkeit, unsere vielen Neuheiten so ziemlich allen Fachhändlern zu zeigen.“

Wir haben in diesem Jahr sehr, sehr viele Artikel in eigenem Design und mit geschützten Funktionen – so viele wie niemals zuvor in der Geschichte von Macma. Die PSI Messe ist daher für uns eine



Melanie Schuster, Promodoro

„Wir versprechen uns von unserer elften PSI-Messe zusätzliche Kontakte und weitere Zielgruppen, die bislang nicht die PSI besucht haben.“

Wir freuen uns auf die PSI 2015. Das ist schon unsere elfte PSI-Teilnahme. Das neue PSI-Konzept gefällt uns gut und so haben wir uns dazu entschlossen, uns 2015 wieder als Aussteller unter den Werbeartikelprofis zu platzieren. Wir versprechen uns davon zusätzliche Kontakte

hervorragende Möglichkeit, diese Neuheiten so ziemlich allen Fachhändlern zu zeigen. Für uns ist es auch wichtig, dass unsere Kunden freien Zugang zur PSI haben. So treffen wir auch Nicht-PSI Händler und müssen nicht an mehreren Messen in Deutschland teilnehmen. Wir erwarten, dass die Besucher sich von uns begeistern lassen: Dass sie Spaß daran haben, unsere neuen Artikel kennenzulernen und diese noch im Januar ihren Kunden vorstellen. Wie treten wir auf? Wenn MACMA an einer Messe teilnimmt, dann mit einem Stand, der auch wirklich auf uns aufmerksam macht! Das Herzstück des Standes wird eine Lounge sein, in der wir mit unseren Kunden gute Gespräche in gemütlicher Atmosphäre führen können. Selbstverständlich haben wir auch normale Beratertische in den Stand integriert – so sollte sich für jeden Kunden das richtige Plätzchen finden lassen. <

und weitere Zielgruppen, die bislang nicht die PSI besucht haben. Der Zeitpunkt der Messe spielt für uns ebenfalls eine große Rolle, zu dieser Zeit ist unser neuer Katalog bereits auf dem Markt und die Besucher haben die Möglichkeit, die neue Kollektion zu entdecken. Die PSI ist für uns ein Heimspiel, denn unser Firmensitz ist in Düsseldorf, nicht weit von der Messe entfernt. Das hat einen großen Vorteil: Von unseren internationalen Besuchern wird die Messe auch sehr gerne direkt mit einem Firmenbesuch verbunden. Auf der Messe präsentieren wir unter anderem Neuheiten wie unser einzigartiges Jackenkonzept „Do your own jacket“. Alle Besucher sind herzlich auf unserem Stand eingeladen, die Kollektion 2015 live zu erleben und das Promodoro Team zu treffen.

Wir freuen uns auf zahlreiche Gespräche rund um das Thema Textil. Die Messenvorbereitung läuft bei uns bereits auf Hochtouren, wir sind uns sicher, dass es uns auch in 2015 gelingen wird, einen beeindruckenden, originellen und einladenden Messestand zu realisieren. <

sehr aufmerksamkeitsstarken Werbemöglichkeiten, die Aussteller rund um die PSI nutzen können: Online-Werbung in Form von Bannern auf den PSI Webpräsenzen, Logos in der Ausstellerliste oder im interaktiven Hallenplan lenken den Blick gezielt auf ein Unternehmen. Hinzu kommen die zahlreichen Werbeformen, die in den PSI-Printmedien wie zum Beispiel im Messekatalog und im PSI Journal erscheinen. Ganz nah am Besucher sind Aussteller natürlich dann, wenn sie sich für Logos und Banner entscheiden, die im Ausstellungsbereich selbst platziert oder verteilt werden. Dies sind etwa Logos im Hallenfaltplan, auf den Lanyards und Badges sowie Banner innerhalb der Hallen und im Eingangsbereich. Eine schöne Idee ist auch das PSI Bonus Voucher. Aussteller können dieses Gutscheinheft nutzen, um darin ein kleines Dankeschön an ihre Kunden zu „verpacken“. Wie funktioniert das? Besucher, die am entsprechenden Stand waren, lassen sich ihren Besuch per Stempel im Gutscheinheft bestätigen und erhalten dann ihren persönlichen Bonus. Natürlich sorgt PSI auf



Die PSI ist nicht nur Europas größte Werbeartikelmesse, sondern auch Treffpunkt und Networking-Plattform der internationalen Werbeartikelbranche.

Wunsch auch wieder für Promotion-Teams, die in auffälligen Outfits und mit vielen Mustern im Gepäck im Foyer und in den Hallen unterwegs sind. Zuletzt erwähnen wir noch die Sponsoringpakete als besonders exklusive Art, sein Unternehmen ins Blickfeld der Messebesucher zu rücken. <



Martijn Verwaal, PSL-Europe B.V.

„Es gibt für uns keine praktischere und effizientere Möglichkeit, uns in nur drei Tagen zu präsentieren, als an unserem Stand auf der PSI.“

PSL war seit über zehn Jahren auf der PSI-Messe mit einer stetig wachsenden Anzahl an Teilnehmern (internationalen PSL-Verkaufsbüros), Besuchern und zunehmender Standgröße präsent. In den letzten

Jahren ist jedoch die Anzahl der internationalen Standbesucher, die nicht aus Deutschland oder den Niederlanden kamen, zurückgegangen. Vermutlich hatten sich da immer mehr Händler dafür entschieden, nur noch Messen vor Ort zu besuchen, anstelle der PSI und anderer internationaler Messen. Deshalb hatten wir die Entscheidung getroffen, zwei Jahre nicht auf der PSI auszustellen und zu beobachten, wie sich die PSI-Messe und natürlich auch der Markt weiterentwickeln. Nach zwei Jahren kommen wir wieder auf die PSI zurück, denn sie ist immer noch die international führende Leitmesse der Werbeartikelbranche. Dabei wird unser Fokus jedoch auf dem deutschen und niederländischen Markt liegen. Dies bedeutet konkret, dass nicht alle einzelnen PSL-Büros ausstellen werden, sondern nur eine Vertretung des niederländischen und deutschen Büros, um alle Märkte abzudecken.

Wir erwarten, dass sich dies insbesondere als Vorteil für den deutschen Markt erweisen wird, da es sich bei einem so großen und Markt als äußerst schwierig herausgestellt hat, eine Vor-Ort-Vertretung für alle Kunden über das ganze Jahr hinweg zu führen. Da die PSI-Messe immer noch den Massenmarkt versorgt, gibt es für uns keine praktischere und effizientere Möglichkeit, uns in nur drei Tagen zu präsentieren, als an unserem Stand.

Wir nehmen auch an der Aktion „PSI First“ teil, was bedeutet, dass auf die Besucher jede Menge neue und innovative Produkte warten, die auf der Messe ihre Premiere feiern. Des Weiteren werden wir natürlich unseren neuen „Incentive Gifts“-Katalog für 2015 vorstellen, der über 300 Produkte aus unserem Premium-Design-Bereich zeigt. Wir freuen uns, wieder auf der PSI-Messe zu sein und Besucher an unserem Stand 10G15 begrüßen zu dürfen. <



PSI PROMOTION WORLD 2015

KLARES SIGNAL IN DEN MARKT

Die PSI PROMOTION WORLD bringt zusammen, was zusammen gehört. Darin sind sich die Kooperationspartner PSI und Deutsche Messe, die dieses Event 2014 erstmals gemeinsam ausgerichtet haben, einig. Beide Seiten nannten die PSI PROMOTION WORLD eine Premiere mit Perspektive. Vom 17. bis 19. März 2015 geht sie in die zweite Runde.

Michael Freter, Geschäftsführer PSI, und Arno Reich, Director Deutsche Messe, sehen sich bestätigt: „Die PSI PROMOTION WORLD machte deutlich, wie groß der Bedarf an kreativen Leistungen aus der Welt der Werbearbeitel in der Industrie und im beratenden Werbearbeitelhandel ist.“ Als größte Veranstaltung ih-

rer Art in Deutschland bildet sie die gesamte Wertschöpfungskette des Werbearbeitels ab. Bei keiner anderen Gelegenheit treffen so viele Nachfrager aus der Industrie auf Hersteller, Importeure und Händler von Werbearbeiteln. Die PSI PROMOTION WORLD sendet ein eindeutiges Signal in den Markt: Werbearbeitel sind wir-

kungsstarke, originelle und leistungsfähige Werbeträger.

EIN KONZEPT SETZT SICH DURCH

Das Konzept der Veranstaltung ist aufgegangen. Dafür spricht die große Resonanz anlässlich der Premiere. Durch die alternierende Anbindung – nach der HANNOVER MESSE 2014 im kommenden Jahr an die CeBIT – bietet sie kompakt an drei Tagen beste Voraussetzungen für vielversprechende, neue und interessante Kontakte. Und das allumfassend: zur Industrie und IT-Wirtschaft wie zum Werbearbeitelhandel. Kein Wunder also, dass beide Kooperationspartner unisono sagen, dass die PSI PROMOTION WORLD „Lust auf mehr“ mache.

RUNDUM BEGEISTERUNG BEI ALLEN BETEILIGTEN

Nicht nur die Veranstalter zeigten sich von der Premiere begeistert. Auch die Aussteller und Besucher bestätigten, dass eine attraktive Ausstellungsplattform für Lieferanten, Hersteller und Berater entstanden sei. Die Fachmesse für haptische Werbung und Multisensorik hat allgemein viel Be-

achtung gefunden und scheint im Bewusstsein von Industrie und Branche angekommen zu sein. Das beweist auch die Tatsache, dass rund 66 Prozent der Fachbesucher der PSI PROMOTION WORLD 2014 ausschlaggebend an Entscheidungen im Marketing ihrer Unternehmen beteiligt sind.

**RÜCKBLLENDE: STARTSCHUSS ZUR
PSI PROMOTION WORLD**

Am 30. Juli 2013 hatten die Vertreter von Deutsche Messe AG und Reed Exhibitions Deutschland GmbH in Hannover einen Kooperationsvertrag unterzeichnet. Darin wurde vereinbart, dass die Werbeartikelmesse PROMOTION WORLD konzeptionell weiterentwickelt und von 2014 an unter dem neuen Namen PSI PROMOTION WORLD gemeinsam von der Deutschen Messe AG und Reed Exhibitions Deutschland veranstaltet wird. An drei Tagen bildet sie das komplette Angebot der Werbeartikelbranche ab. In den geraden Jahren läuft sie in bewährter Form parallel zur HANNOVER MESSE – und dort von dienstags bis donnerstags. In den ungeraden Jahren wird sie parallel zur CeBIT ausgerichtet. Ziel der PSI PROMOTION WORLD ist es, der Branche zusätzlich zur Zielgruppe der produzierenden Industrie künftig auch neue Geschäftskontakte aus den Branchen Software, Kommunikation und Dienstleistungsunternehmen wie beispielsweise der Finanzwirtschaft zu eröffnen.

**GEEIGNETE PLATTFORM FÜR
DIE WERBEARTIKELBRANCHE**

„Mit ihrer Ausrichtung auf die Endkunden bietet die PSI PROMOTION WORLD künftig der gesamten Werbeartikelbranche eine geeignete Plattform für neues Geschäft und verfolgt das Ziel, Kunden aus der Wirtschaft für den Einsatz von Werbeartikeln als Marketinginstrument zu begeistern“, sagte seinerzeit Dr. Jochen Köckler, Mitglied des Vorstandes der Deutschen Messe AG. „Die Kooperation eröffnet speziell dem Werbeartikelhandel die einzigartige Möglichkeit, sich im Umfeld der weltweit wichtigsten Industriemessen professionell zu präsentieren, neue Geschäftskunden zu gewinnen und die Stärken des Werbeartikels und seine Wirkung im Marketingmix bekann-



17. bis 19 März 2015
Hannover



www.psi-promotion-world.de
sales@psi-promotion-world.de



ter zu machen“, bekräftigte PSI-Chef Michael Freter, der die Zusammenarbeit als Brückenschlag mit Signalwirkung für die gesamte Branche betrachtet. Die Werbeartikelwirtschaft in Deutschland setzt rund 20 Prozent ihres Gesamtumsatzes von 3,47

Milliarden Euro mit Großkunden aus der Industrie um. Ein Anteil und Volumen, die nach Ansicht von Michael Freter „eindeutig ausbaufähig“ seien. Die PSI PROMOTION WORLD soll ein Schritt in diese Richtung sein. <

Alle Produkte
individuell
bedruckbar!
450 Motiv-Vorlagen!



SÜßE WEIHNACHTSPRÄSENTE FÜR KUNDEN UND MITARBEITER



TOBLERONE

TOBLERONE
Dreieckstafel



Weihnachtsmann
von Lindt & Sprüngli



Präsent Milka
Mini-Weihnachtsmann



Premium-Mail
„Weihnachtsmann & Engel“

UNSERE QUALITÄT MACHT DEN UNTERSCHIED: WEIHNACHTLICHE GIVE-AWAYS FÜR JEDES BUDGET!

Die Werbung und das Kaufverhalten Ihrer Kunden ändern sich. „Klasse statt Masse“ rückt in den Vordergrund. Setzen Sie bei der Auswahl Ihres Werbemittels auf Wertigkeit und Qualität. Wie immer in der Werbung gilt: Tolle Ideen begeistern! Entdecken Sie neue Wege zum Kunden mit der Gewissheit, dass alles perfekt ist. Gleich Muster und neutrale Händlerkataloge unter www.cd-lux.de bzw. info@cd-lux.de anfordern.

Die Adventskalender-Experten:

Europas breitestes Adventskalender-Programm!

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



CD • LUX
G M B H
DIE ADVENTSKALENDER EXPERTEN



Keiner wird sie vor der PSI sehen: Die Produkte der Aussteller im PSI FIRST Club mit dem Label . Der Vorhang für Sie geht erst am 7. Januar 2015 in Düsseldorf auf. Es heißt dann: Premiere Exklusiv auf der PSI. Wer nicht dabei ist, wird sie nicht sehen.



*„Leder ist unsere Leidenschaft,
exzellente
Qualität
unser Prinzip.“*



Alexander Lange
EUROSTYLE – Emil Kreher

Innovationskraft, genaue Marktkenntnis und eine kompromisslose Serviceorientierung sind die wesentlichen Triebfedern unseres Erfolgs – und die Basis, auf der wir seit Generationen einzigartige, aufmerksamkeitsstarke und individuelle Accessoires fertigen.



Im Grunde genommen gibt es für uns ein wichtiges Ziel: die Zufriedenheit unserer Kunden.



Attila András
anda present

Die Philosophie von anda present ist einfach und anspruchsvoll zugleich. Wir bieten Produkte und Services mit hervorragendem Preis-Leistungsverhältnis. Das setzt Know-how, Flexibilität, Innovationsstärke und einen ausgeprägten Servicegedanken voraus. Für anda present selbstverständlich.





„Ein uma Kugelschreiber ist mehr als nur ein Schreibgerät. Er ist die Handschrift der Werbung.“



Alexander Ullmann
uma Schreibgeräte Ullmann GmbH

Ein Schreibstil ist etwas Individuelles. So wie die Menschen, die mit uma Schreibgeräten werben. Für die perfekte Lösung braucht es Kreativität, Fantasie, Einfühlungsvermögen und Mut zu Neuem. Es braucht uma – eine Handschrift mit Herkunft und Zukunft.





*„Spricht man von Halfar,
spricht man
vor allem von
einem: starken
Taschen.“*



Peter Leseberg
Halfar System

Als Werbeartikel sind Taschen eine sehr gute Wahl. Denn sie transportieren Kundenlogos, Markenzeichen und Slogans gut sichtbar überall dorthin, wo die Zielgruppe unterwegs ist. Sympathisch und effektiv. Halfar fertigt Taschen, die Werbe-wünsche erfüllen.





*„Unsere Leidenschaft ist die
Werbekera-
mik. Sie zu
produzieren,
ist unsere
Berufung.“*



Stephan Horlebein
Maxim Ceramics

Maxim Ceramics hat ein konsequentes Ziel: hohe Qualität und innovatives Design zu einem fairen Preis. In unserem Produktprogramm unter der Marke PorceLine by Maxim verfügen wir über 50 eigene Designs von Bechern und Tassen. Unser Prinzip: Wir vertreiben ausschließlich über den Werbeartikelfachhandel.





*Wir sind unverwechselbar.
Das ist unser
ganz großer
Trumpf.*



Oliver Rehme
Dorling Kindersley Verlag

Das Verlagsprogramm des DK Verlages umfasst rund 990 lieferbare Titel. Jährlich veröffentlichen wir etwa 180 Neuerscheinungen. Der bei DK entwickelte Sachbuchtyp ist weltweit stilbildend. Mehr noch: Wir sind auch ein außergewöhnlicher Dienstleister für maßgeschneiderte Content-Lösungen.





” Wer die volle werbende Vielfalt sucht, kommt an Maximex nicht vorbei.“



Jürgen Schütz
Maximex Import – Export GmbH

Seit über 20 Jahren vertreibt Maximex Import – Export GmbH Werbemittel. Insbesondere mit dem professionellen Vertrieb von Lanyards haben wir uns einen Namen gemacht. Dabei ist es natürlich nicht geblieben. Unser Sortiment wächst. Maximex bedeutet längst auch maximale Vielfalt an Werbeartikeln.



*„Wir lassen Papier sprechen
– in den
schönsten
Farben.“*



Maciej Maćkowiak
PromoNotes

Wer etwas mitzuteilen hat, möchte natürlich, dass diese Worte haften bleiben. Haftnotizen sind dafür ideal. Und damit kein Gedanke verloren geht, bietet PromoNotes gleich noch ein ganzes Spektrum drumherum. Individuell bedruckte Werbeartikel aus Papier: Da werden wir leidenschaftlich.





*„Kunden haben Wünsche.
Wir sind da,
um sie zu erfüllen.“*



Milan Walter
REDA

Import-Export, Lagerhaltung, Print, Vertrieb. Diese Begriffe verbinden wir nicht mit „oder“, sondern mit „und“. Denn wir bieten Full-Service rund um Werbeartikel. Wir haben uns zu einem wichtigen Partner in Europa entwickelt und sind die Nummer 1 in Tschechien. Das spricht für uns.



*Keine Kompromisse mehr.
Am besten
von Beginn an
verlässliche
Qualität.*

Viktor Martens, Wilhelm Siemens,
Andreas Martens, Heinz-Peter Thiessen
Prinopa



Zufriedenheit und Erfolg. Wer möchte das nicht? Doch wie schnell stehen sie auf dem Spiel. Prinopa steht für qualitativ hochwertige Notiz-Werbemittel – mit speziell zugeschnittenen Services in den Bereichen Präsentation, Kalkulation, Produktion und Versand und immer individuell.





KÜCHE UND KULINARISCHES STILVOLL GENIESSEN

In diesem Monat haben wir Ihnen auf den Folgeseiten geschmacks- wie werbestarke Produkte zusammengestellt, die den Themen Küche und Kulinarisches huldigen – mithin alles, was ein stilvolles Ambiente schafft und Kochbegeisterten wie Genießern Freude macht.

Haushalt und Küche sind Ausdruck des modernen Lebensstils. Hier wird der hohe Qualitätsstandard zeitgenössischen Designs besonders deutlich. Hochwertige Materialien, klare Formen, und technische Raffinessen treffen hier auf funktionell durchdachte Elemente. Möbel, Kochgeschirr, Tafelausstattung und Accessoires – alles dokumentiert sichtbar den individuellen Lebensstil. Neben ihrer reinen Funktion als Ort der Zubereitung von Nahrung ist die Küche im Laufe ihrer Entwicklungsgeschichte immer wieder ein bestimmendes Element der Entwicklung von Wohnformen und Abbild gesellschaftlicher Strukturen gewesen. Der (deutsche) Begriff „Küche“ leitet sich vom Althochdeutschen „chúchina“ ab, welches wiederum – genauso wie das englische „Kitchen“ oder das französische „Cuisine“ auf das spätlateinische „cocina/coquina“, eine Ableitung vom klassisch-lateinischen „coquus“ für „Koch“, zurückgeht. Die ersten nachweisbaren Strukturen einer Küche, also ein von einer reinen Feuerstelle unterscheidbarer Bereich zur Nahrungszubereitung, finden sich in Grabungsfunden der vorkeramischen Neolithikum-A-Strukturen aus Jericho im 8. Jahrtausend vor Christus. <



KEINE ANGST VOR HEISSEN SACHEN

Einfaches Handling und perfekten Komfort beim Kochen an Herd und Ofen versprechen die neuen KitchenGrips von Profino. Die für den deutschen Markt exklusiv von Profino vertriebenen Kochhandschuhe und Topflappen sind aus innovativem FLXaPRENE-Material gefertigt und ausgesprochen hitzebeständig, hygienisch, Wasser abweisend sowie verschmutzungsresistent. Die Kochhandschuhe lassen sich bequem tragen und sind dank spezieller Noppentextur rutschfest. Mit praktischer Lasche zum Aufhängen ausgestattet, zeichnet sich das in Schwarz, Rot sowie Limone erhältliche Set durch überlegenen Hitzeschutz aus, sodass Lasagne, Kuchen und Co. sicher aus dem Ofen geholt werden können und das Abgießen von Kartoffeln zum Kinderspiel wird.

47807 • Profino GmbH & Co. KG • Tel +49 2173 101472-0
info@profino.net • www.profino.net



DIE RECHTE WÜRZE

Mit Gewürzen von Plantanas – wie beispielsweise Chili geschrotet, Bunter Pfeffer ganz, Pizzagewürz, Kräutergewürzsalz oder Steakgewürze – lassen sich leckere Gerichte zaubern. Alle Gewürze gibt es ohne Zusatz von Geschmacksverstärkern und Aromastoffen – ebenso die raffinierten Meersalz-Mischungen wie Blüten-Salz, Chili-Ingwer-Salz, Rosensalz oder Pfeffer-Knoblauch-Salz verpackt in der Gewürzmühle. Die Gewürzmühlen sind aus Glas und wiederverwendbar und eignen sich auch bestens auf einer festlichen Tafel. Etikett und die Mischung können nach Kundenwunsch erstellt werden. Außerdem können die Gewürze auch in Gewürzstreuern, Polybeuteln, Päckchen, Dosen und Reagenzgläsern verpackt werden.

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

HELLMA WERBEDRUCK

HALLO!
WIE WÄRS
DENN MAL MIT
SÜSSER
KOMMUNIKATION



Darbo
Marken-
Konfitüre im
Minigläschen

Zuckerportionen
ganz nach Ihren
Wünschen: Fein-
zucker-Sachets,
-Sticks, uvm.



Schon ab
600 Stück

Schon ein
weihnachtliches Fest



Klappkarten
mit süßem Inhalt: mentos,
dextro energy tic tac, etc.



**INTERESSIERT AN
WEITEREN IDEEN?**

Entdecken Sie Ihre
Möglichkeiten
online unter www.hellma.de
Wir beraten Sie gerne auch
persönlich: 0911 3 48 48-0



STICHHALTIGE PARTYARGUMENTE

Der Run auf die besten Snacks ist eröffnet: Mit dem Party-Piekser-Set Nick von koziol ist der Partylöwe auf der Suche nach schneller Beute auf der sicheren Seite. Zu besonderen Anlässen sind sich Mensch und Tier schließlich sehr ähnlich, gilt es immer dann, wo es um das Herauspicken der besten Beute rund um Tapas, Antipasti oder Käsewürfel geht, um schnelle Reaktionen. Ob Mensch oder Eichhörnchen – mit dem Party-Piekser-Set Nick lassen sich die leckersten Snacks unkompliziert und schnell einheimsen und einverleiben. Damit alle die gleichen Startchancen bekommen, reihen sich die in Geschenkverpackung gehüllten acht Nick-Piekser ordentlich auf dem dekorativen Bäumchen auf. Alle Teile sind übrigens spülmaschinenfest.

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

KÖSTLICHE KREATIONEN

Eigene Pralinen herstellen: mit dem Pralinen-Set von Multiflower kein Problem. Gut verpackt in einer Metalldose, enthält es bereits Bitterschokolade, Vanillezucker, Rum-Aroma, eine Pralinenform aus Silikon sowie ein kleines Rezept-Leporello mit mehreren Pralinenrezepten zur Auswahl. Der Werbedruck erfolgt im Standardmotiv auf dem Rezept-Leporello. Alternativ ist eine eigene Gestaltung des Leporellos bereits ab 250 Stück umsetzbar, so die Information aus Bammenthal.

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



PRINT&COOK®

Pfannen & Töpfe mit **Ihrem** Logo,
Ihrem Slogan, **Ihrer** Verkaufsidee!



PROMOTIONAL GIFT
AWARD 2014

Besuchen Sie uns
auf der PSI Messe
7. bis 9. Januar 2015
in Düsseldorf
Halle 11, Stand G37



Ihr kompetenter Partner im Bereich Kochgeschirr:

WARIMEX GmbH • Chiara-Ambra-Platz 1 • 77743 Neuried/ Germany

Ihr Ansprechpartner: Tobias Schmiederer

Tel.: +49 (0) 7807 / 95 66 190 • Fax: +49 (0) 7807 / 95 66 389

E-Mail: ts@warimex.de

www.warimex.de



MODE-BASIC FÜR DEN SERVICE

Als Gastgeber repräsentiert das Servicepersonal insbesondere gehobener Restaurants und Hotels nicht nur durch das Verhalten, sondern vor allem auch durch ein perfektes Business-Outfit. Krawatten als eines der klassischsten Accessoires für Herren sowie das Halstuch als Pendant für die Damen, erhältlich in den verschiedensten Varianten bei Club Crawatte Crefeld, runden das perfekte Erscheinungsbild ab. Spezialisiert auf textile Accessoires für den Werbeartikelmarkt und zur Festigung des Firmen-CSs, bietet das Krefelder Traditionsunternehmen mit individualisierten Krawatten, Tüchern und Schals maßgeschneiderte Sonderanfertigungen im Corporate Design, die durch ihre Eleganz und Exklusivität bestechen. Zur Auswahl der individuellen Veredelungstechniken gehört neben Jacquard-Weben und dem Textildruck auch das Besticken individueller Konzeptideen.

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



17. bis 19. März 2015
Hannover
www.psi-promotion-world.de



**JETZT
MESSESTAND
BUCHEN!**
sales@psi-promotion-world.de

WIRKT

Deutsche Messe
Reed Exhibitors
Fachmesse für haptische Werbung und Multisensork

FORMVOLLENDET

Backförmchen als festliche Give-aways – neben vielen verschiedenen Konturen wie Engel, Schneemann, Stern, Elch oder Baum bietet die emotion factory GmbH auch vielfältige Möglichkeiten, diese stilvoll zu präsentieren. Die sympathischen Backförmchen aus Edelstahl sind in verschiedenen Konturen im attraktiven Klarsichtschuber erhältlich und werben mit individuell beidseitig bedrucktem Werbeeinleger. Standardmotive für die Vorderseite sind auf Anfrage erhältlich. Neu ist die Einzelverpackung als Werbetüte, in welcher ebenfalls ein Werbeeinleger Platz findet. Die Backförmchen sind auch in Dosen als 2er-Set erhältlich und mit individuellem Einleger oder vierfarbigem Digitaldruck lieferbar. Backförmchen in den Konturen Engel, Schneemann, Stern und Baum können dabei als Inhalte kombiniert werden und animieren die Empfänger gleich dazu, die weihnachtliche Back-Küche zu eröffnen. Infos und Muster: Einfach beim emotion factory Team anfragen und das aktuelle Weihnachts-PDF anfordern.

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



VICTORINOX

COMPANION FOR LIFE



FRUCHTIG-SÜSSER WERBEGRUSS

Auf der Suche nach sympathischen Werbesüßigkeiten trifft der Kunde von i.p.a. Sweets auf ein breit gefächertes Angebot. Dabei stehen maßgeschneiderte Köstlichkeiten für den Apothekenbereich ebenso auf dem Programm wie aufmerksamkeitsstarke Appetizer für die Kundenansprache werbender Unternehmer vieler anderer Geschäftsbereiche. Neu im Sortiment der Norddeutschen ist die als Give-away auf Messen oder Events genauso wie als kleiner Gruß per Post oder OnPack geeignete Kekse-Box, die mit Soft Cakes, zartem Eiergebäck mit Orangenfruchtfüllung und Zartbitterglasur, gefüllt sind. Außen auf der mit 150 Gramm dieser Kekse gefüllten Box ist Platz für kundenindividuelle Werbung, wahlweise im jeweils vierfarbigen Digital- oder Offsetdruck.

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

BELLA CUCINA ITALIANA

Mit den praktischen Küchenhelfern der Torino-Serie von elasto form machen Profi- und Hobbyköche eine gute Figur. Die nützlichen Kochutensilien, zu denen etwa Pfannenhänder, Spaghetti- oder Schöpflöffel gehören, haben eine praktische Öse zum Aufhängen, sind bis zu 250 Grad Celsius hitzebeständig und lassen sich sehr leicht reinigen. Der verwendete Kunststoff ist lebensmittelecht und hinterlässt keine Spuren in Töpfen und Pfannen. Am Stiel lassen sich die praktischen Helfer einfarbig im Siebdruck veredeln.

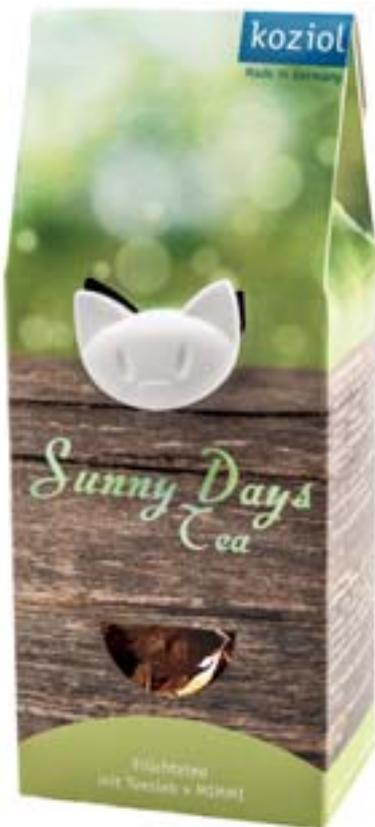
41369 • elasto form KG • Tel +49 9661 890-0
mail@elasto-form.de • www.elasto-form.de



PROMOTIONAL PRODUCTS
THAT LEAVE A LASTING IMPRESSION

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

MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE



SONNIGER TEEGENUSS

Wer seine Kunden mit dem Sunny Days Tea beschenkt, einer fruchtigen Werbeidee von koziol, sorgt für sonnigen Genuss. Bereits das Teesieb Mimmi verbreitet durch sein sanftes Wesen ein entspanntes Wohlgefühl. Der feine Duft von Maracuja und Orange sorgt bei jedem Wetter für Sommerlaune – einfach Füße hochlegen, entspannen und genießen.

47406 • koziol – ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 604-0

incentives@koziol.de • www.koziol-incentives.de



WÜRZIGE TISCH-DEKORATION

Fantastic heißt das Gewürz-Set von Inspirion, das in der Küche für die richtige Würze im Essen sorgt. Der Edelstahl-Ständer bietet Platz für sechs Gewürzdosen, die sich dank magnetischem Boden sicher und griffbereit positionieren lassen. Die Dosendeckel sind mit einem Sichtfenster ausgestattet: So erkennt der Koch auf den ersten Blick, welches Gewürz sich in der Dose befindet. Zudem besitzt jede Dose einen Streukopf mit zwei verschiedenen Einstellungen für die perfekte Dosierung. Der Gewürz-Ständer mit den magnetischen Dosen in trendigem Grün, Rot und Blau ist nicht nur praktisch, sondern überzeugt auch als stilvoller Blickfang. Die Lieferung erfolgt in einer Geschenkbox.

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

info@inspirion.eu • www.promotiontops.eu



MIT WÄRMSTEN EMPFEHLUNGEN

Was Schlemmen und Genießen betrifft ist Teutoburger stets die richtige Adresse. Die Business-Kollektion der Genuss-Experten aus Hagen bietet für Zunge und Gaumen eine große Vielfalt schmackhafter wie werbewirksamer Köstlichkeiten. Wahrlich wärmstens zu empfehlen und passend zur winterlich-festlichen Jahreszeit ist das neu im Sortiment erhältliche Set „Glühpunsch“. Es setzt sich zusammen aus einer Flasche Käfer Glühpunsch (0,75 Liter) mit Granatapfel und Zimtgeschmack und einem Stück Edel-Marzipanstollen (750 Gramm). Der Stollen ist handgeformt, hat „Premium-Qualität“ und ist klassisch gefüllt lecker gefüllt mit 120 Gramm Edel-Marzipan. Geliefert wird „Glühpunsch“ im Schmuckkarton und im Umkarton, bruchsicher und versandfertig verpackt.

42842 • Teutoburger Spezialitäten • Tel +49 5405 93110

info@teutoburger.de • www.teutoburger.de



USB
CRYSTAL



COLOUR YOUR KITCHEN

Der Schweizer Messerspezialist Victorinox präsentiert seine schärfsten Werbeargumente: darunter vier Modelle kleiner, unentbehrlicher Haushaltmesser mit Griffen in vier verschiedenen, frischen Trendfarben. Es sind Messer, die in keiner Küche fehlen dürfen und welche die Vorbereitungsarbeiten wesentlich erleichtern: Tomaten- und Wurstmesser mit Wellenschliff, zwei kurze Gemüsemesser mit Mittelspitz, davon eines mit Wellenschliff, das andere ausgeführt als etwas längeres Gemüsemesser. Diese Schneidwaren weisen extrem scharfe Klingen auf und sind spülmaschinenfest. Ihr ergonomisches Design, kombiniert mit ansprechender Haptik, macht das Arbeiten mit ihnen leicht und sicher. Eine Veredelung der in Grün, Pink, Gelb und Orange lieferbaren Messer erfolgt durch Klingenätzung. Sie können einzeln oder in Verpackungen zu zwei bis sechs Stück werblich für ein breites Zielpublikum eingesetzt werden.

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



SCHNEIDIGE HELFER

Man muss kein Chefkoch sein, um zu wissen, wie wichtig gute Messer beim Zubereiten von Speisen sind. Das dreiteilige Keramik-Messerset Cera-Trio von Topico hilft beim Schneiden und Schälen von Fleisch, Fisch und Gemüse. Die im Topico-Sortiment erhältlichen Brot- und Allzweckmesser sowie Sparschäler sind mit Keramikklingen ausgestattet. Diese rosten nicht, sind geruchs- und geschmacksneutral und sehr hygienisch. Der Clou: Die Klingenhärte gleicht der eines Diamanten. Und damit die Keramikklingen auch lange scharf bleiben, werden die Messer mit Schutzkappen und in einer Geschenkbox geliefert.

44327 • Topico • Tel +49 421 6965470-0
sales@topico.de • www.topico.de

PSI 2015
7th-9th JANUARY
DÜSSELDORF

STYLE
YOUR
BUSINESS

BOOK YOUR TICKET NOW!
www.psi-messe.com/ticket

Reed Exhibitions

HERKA^{frottier}

WIR WEBEN VIELFALT



sales@herka-frottier.at



facebook.com/HERKA.Frottier



PSI
DÜSSELDORF
7.-9. Jänner 2015

HALLE 12
Stand B18

www.herka-frottier.at



Stilvolle Trendsetter

Herbertz[®]

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.



KEINE CHANCE FÜR SPÜLHÄNDE

Einst belehrte uns Tante Tilly im deutschen Fernsehen darüber, dass Spülhände in der Küche besser behandelt werden wollen. Für saubere, zart duftende und geschmeidige Hände sorgen die Küchen-Accessoires von rituals, formschöne und nützliche Accessoires, worauf sich die Handseife, Handlotion und Geschirrspülmittel von rituals dekorativ platzieren lassen. Mit den vielfältigen Handpflegeprodukten aus dem Sortiment der niederländischen Trendfactory macht sogar der Abwasch Spaß. Die Trendfactory B.V. ist Lieferant an Wiederverkäufer von Werbeartikeln und Loyalitäts-Programmen für den deutschen Werbeartikelmarkt.

41941 • Trendfactory B.V. • Tel: +31 25 26222-33

www.trendfactory.eu • info@trendfactory.eu



EXZELLENTES DUO

Ein exzellentes Duo geben Holzbrett und Messer namens „Lizzano“ aus dem Sortiment von Easy Gifts ab. Jeder Nutzer dieses Holzbretts aus Buche mit integriertem Messer wird in der Küche lange Freude daran haben. Ebenso lange bleibt die Werbebotschaft im Blickfeld, die per Lasergravur auf dem Brett angebracht wird. Easy Gifts weist darauf hin, dass bei Naturmaterialien die Gravurfarben unterschiedlich ausfallen können. „Lizzano“ wird einzeln verpackt im Polybeutel geliefert.

47300 • Easy Gifts GmbH • Tel +49 911 81781111

info@easygifts.de • www.easygifts.de

DEKORATIVES ARRANGEMENT

Das patentierte freeform Tablett von Profino präsentiert sich ebenso minimalistisch wie elegant und äußerst praktisch. Das aus hochwertigem Kunstleder gefertigte freeform Tablett ist in den Maßen 40 x 28 Zentimeter erhältlich. Ob für die Tea Time zu zweit, das kleine Kaffeegedeck oder Kaltgetränke für Gäste im Büro, aber auch, um Marmeladenvariationen oder Grillsaucen dekorativ auf die Tafel zu bringen: Das neue freeform Wendetablett, das sich wie seine größeren Vorgänger durch einfaches Ablegen in ein Tischset verwandelt, lässt sich im Alltag wie auch zu besonderen Anlässen schnell und vielseitig dort einsetzen, wo auf wenig Platz dekorativ kleine Speisen arrangiert werden.

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

info@profino.net • www.profino.net





COOKIES AUS DER FLASCHE

Plätzchen backen – leicht gemacht: Gemäß dieser Devise gelingen leckere Cookies mit den Backmischungen von Magna sweets wie von selbst. Die dekorativen Backmischungen für die Bottled Cookies des Herstellers gibt es in den Geschmacksrichtungen Schoko-Kokos, Weihnachtsmischung, Apfel-Cranberry oder Schoko-Amarettini. Die süßen Zutaten der Köstlichkeiten sind jeweils in einer nostalgischen Glasflasche verpackt und können mit Etiketten in Standardmotiven oder auch individuell gestalteten Etiketten versehen werden. Für den absoluten Backgenuss werden einfach nur Eier und Butter hinzugefügt – und fertig ist der leckere Teig für zirka 35 Cookies. Die Mindestbestellmenge beträgt 60 Flaschen.

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

DER ERSTE MOBILE 3-MONATSKALENDER

Als Erfinder des 3-Monatskalenders sind wir jetzt auch die Ersten, die ihn als App auf Ihr Smartphone oder Tablet bringen.



Wie unser Wandkalender überzeugt jetzt auch die terminic [3-Monatskalender-App] durch eine klare, übersichtliche Darstellung, einfache Bedienbarkeit und einen extra großen Planungszeitraum.



iOS

ANDROID



TRENDIGE GEWÜRZDÖSCHEN

A ttraktive kleine, 105 Millimeter große Gewürzdosen mit einem Durchmesser von 50 Millimetern können Werbetreibende bei der niederländischen The Box BV ordern. Die Dosen sind mit einem geprägten Inlay abgeschlossen, das über acht Streulöcher verfügt. Zudem ist ein praktischer Deckel im Lieferumfang enthalten, damit das Streugut stets trocken im Inneren des Döschens bleibt. Außen ist die Dose in Rot lackiert. Der Kunde hat die Möglichkeit, Etiketten außen aufbringen zu lassen. Innen ist das Behältnis mit einem farbneutreren Schutzlack versehen. Auf Anfrage steht das Team von The Box für die Beratung zur Etikettengestaltung sowie zur Befüllung zur Verfügung. Ab einer Abnahmemenge von 3000 Stück und mehr realisieren die Holländer eine vollständig individuelle Kundendose.

46429 • The Box B.V. • Tel +31 55 3603851
info@theboxnl.com • www.theboxnl.com



SWEET DREAMS

W enn es um portionierten Fein- und Rohrzucker geht, dann ist Hellma genau der richtige Ansprechpartner. Im breiten Portfolio der Nürnberger findet sich vom Zuckerstick, über das Sacht und Tetraeder-Pyramiden bis hin zum klassischen Würfelzucker so ziemlich jede Zuckerportion zum Süßen von Heißgetränken. Sogar kreisrunde Sacht, die so bezeichneten Sugar Balls, lassen sich nach Kundenwunsch gestalten. Mit individueller Botschaft, dem Firmenlogo oder anderen kreativen Ideen sind den Zuckerportionen auf ihrem Werbefeldzug kaum Grenzen gesetzt. Bedruckt werden die verschiedenen Portionspackungen im mehr- oder einfarbigen Flexo- beziehungsweise Digitaldruck. Die Mindestauflage beginnt je nach Variante bei 6.000 Stück, so die Information aus Franken.

46612 • Hellma Gastronomie-Service GmbH • Tel +49 911 93448 0
information@hellma.de • www.hellma.de

-Anzeige-

ALBENE
Sport- & Werbeartikel

DER BALLKÜNSTLER

...für jedes Spiel den passenden Ball

www.albene.de

...individuell mit Ihrem Logo und Design

Albene GmbH · Marketing Handel · Zumpestraße 6 · 81675 München
Tel.: 089/47 07 86 00 · e-mail: info@albene.de · www.albene.de



MUFFIN AUS DEM TOPF

Eine schöne Idee für die festliche Zeit hat Multiflower für den Werbeartikelmarkt entwickelt – mit seinem Backrezept für Weihnachts-Muffins im Tontopf. Dieses Weihnachtspräsent enthält bereits 40 Gramm Backmischung für einen Schokoladen-Muffin von Dr. Oetker. Die süße Leckerei bereitet also bereits mit der Zubereitung im Vorfeld des Verzehrgenusses viel Freude. Platz für den Werbeeindruck ist auf dem Standardmotiv der Banderole. Eine eigene Gestaltung ist möglich ab 250 Stück.

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



HEISSE SACHE

Über stolze 1300 Watt zum Grillen und Überbacken verfügt der Two-in-One-Raclette-Grill K-189 aus dem Sortiment von Lehoff. Die Grillplatte und der Heiße Stein sind abnehmbar und lassen sich daher sehr leicht reinigen. Sowohl die acht Pfännchen als auch die Grillplatte sind antihafbeschichtet und das stufenlos regelbare Thermostat verfügt praktischerweise über eine Kontrollleuchte zur Überwachung der Temperatur. Die Maße: 52 x 10 x 21 Zentimeter. Lehoff versteht sich als Fullservice-Dienstleister und bietet von der Beratung über den Einkauf bis zur Auslieferung an den Endkunden alles aus einer Hand. Auf der Homepage www.lehoff.de findet sich überdies ein breites Sortiment an weiteren Prämien- und Werbeartikeln.

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



Die feinsten süßen Werbeartikel



Viele Schokoladen-Adventskalender und weitere Süßwaren



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



CHILLEN BEIM GRILLEN

Die Dinner- und Grill-Präsente-Sets aus der Media-Set-Kollektion von micx-media enthalten ab sofort reine Natursalzflocken für die moderne Gourmetküche. Die Präsente-Sets verwöhnen den Beschenkten somit nicht nur mit geschmackvoller Chill- oder Lounge-Musik, sondern auch mit edlen Flockensalzen aus hochwertigen Natursalzmøhlen zur stilvollen Menü-Verfeinerung. Die exklusiven Saltini's-Naturflocken mit edlen Kräutern und Gewürzen geben den Gerichten einen einzigartigen, natürlichen Geschmack. Auch die Sommeliermesser in den Sets und die Musik-Tracks können sich sehen und hören lassen. Weitere fein abgestimmte und variantenreiche Geschenk-Arrangements für stilvolle Werbebotschaften finden sich unter mediasets.de.

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

STIMMUNGSVOLLE BESTSELLER

Zur Winterzeit wird gebacken, dekoriert und nach Geschenken für die Lieben gesucht. Die passenden Ideen liefert Emsa mit dem neuen Wintertime Promotion – in drei Themen- und Farbwelten, die unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Für edle Geschenke und Accessoires sind Gold, Rosé-Gold sowie Silber die Top-Farben der Wintersaison. Isolierkannen wie Bell oder Plaza sind besonders für die gedeckte Festtafel gedacht – und die stylischen Decoration Tablett werden zu glamourösen Mitbringsele. Ideal für Design-Liebhaber indes ist die Flow Slim Kühlkaraffe: Sie lässt sich mit dem passenden Flaschenkøhler und Eiswürfelbehälter als attraktives Set dekorieren. Auch schön für unterwegs: die Travel Mug, Isolierbecher oder Senator Isolierflaschen.

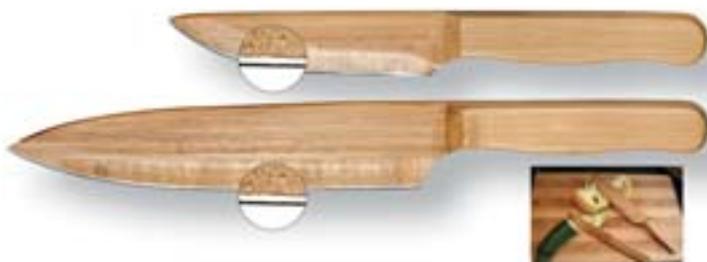
42692 • Emsa GmbH • Tel +49 2572 130
info@emsa.de • www.emsa.com



SCHNITTIGES ÖKO-DESIGN

Spranz setzt bei seinen aktuellen Küchenartikeln auf Innovation, Ökologie und Schneidgenuss mit gutem Gewissen: Schneiden, kochen und genießen heißt die Devise beim pfiffig-stylischen Messer mit Korpus aus echtem Bambusholz: Und natürlich mit herausragender Ökobilanz, wie aus Koblenz verlautet wird. Der Clou: Die Metallschneide selbst ist unmittelbar oberhalb der Schnittkante vollständig mit dem Bambusholz ummantelt und sorgt auch langfristig für scharfe Resultate, da sie nachgeschärft werden kann. Geliefert wird im trendigen Öko-Designkarton.

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





ZUCKERSÜSSE GRÜSSE

Mit handgefertigten Logobonbons „Made in Köln“ verorgt Markenreich den Sektor mit Werbesüßigkeiten. Die Bonbons werden ausschließlich mithilfe einer Produktionstechnik aus dem 17. Jahrhundert kreiert: Diese spezielle Fertigkeit, kombiniert mit viel Liebe und Leidenschaft, ergibt ein einzigartiges, individuelles Bonbon. Dabei kann fast jedes Piktogramm vom Zuckerbäcker umgesetzt werden. Ganz gleich, ob ein Firmenlogo, ein Name, ein Gruß: Der Phantasie sind kaum Grenzen gesetzt. Die Geschmacksrichtung bestimmt der Kunde – erhältlich sind die Geschmacksrichtungen sauer, süß sowie fruchtig. Zur Weihnachtszeit lockt eine kulinarische Reise mit den Geschmacksrichtungen Apfel, Apfelmint, Orange, Anis, Glühwein, Vanille in den Motiven Weihnachtsmann, Kerzen, Sternschnuppe, Weihnachtsbaum, Rudolph das Rentier, MerryXmas im Geschenkpaket. Es werden nur Naturfarbstoffe verwendet. Auch vegane Bonbons sind realisierbar.

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

FÜR DEN GROSSEN DURST

Wer auf der nächsten Party auffallen möchte, bringe einfach „Miami“ von Easy Gifts mit. Dieser extra große Getränkespender aus Glas (Fassungsvolumen acht Liter) mit Eis- und Früchteinsatz macht auf jeder Veranstaltung eine gute Figur. Mit „Miami“ lassen sich auch im Freien ganz einfach die Getränke kühl halten und vor Verschmutzungen schützen. Durch den kleinen Zapfhahn kann sich jeder die gewünschte Getränkemenge ins Glas eingießen. Easy Gifts bringt die Werbung mittels eines vierfarbig gestaltbaren Aufklebers auf der Einzelverpackung an. Geliefert wird „Miami“ einzeln verpackt im Karton.

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



-Anzeige-



Concafe (141)

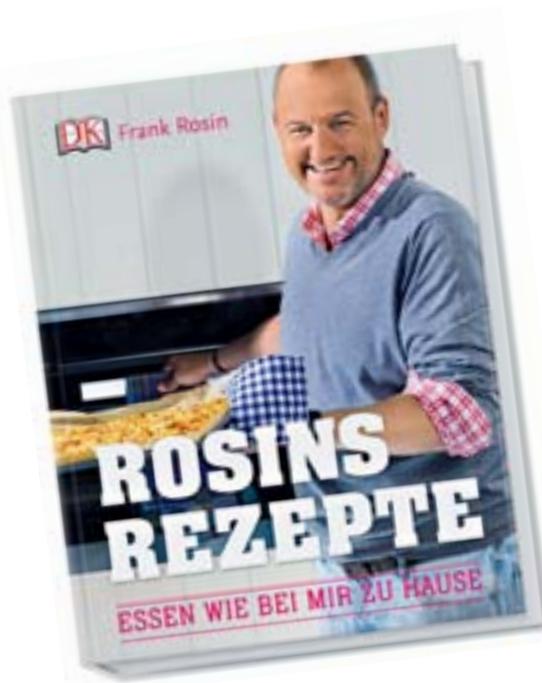
- 1 Flasche CONCAFE 0,5 l, die besondere Spezialität, tiefrot im Glas, mit dem Duft und den Aromen eines feinwürzigen Kaffees, der Kaffeegenuss der anderen Art
- 1 Weckglas Kaffee-Cokies, 380 g
- Backmischung im Weckglas für Plätzchen á la Mama
- 1 Päckchen Schoko-Rumtrauben 125 g, dragiert mit Vollmilch- und weißer Schokolade, im 2-er Schmuckkarton, offene Welle rot und im Umkarton bruchstabil und versandfertig



ZEIT FÜR EINEN MOCCA

Im Alltag den Stress wenigstens für eine kurze Zeit einmal hinter sich lassen und einen duftenden Kaffee trinken – dafür stehen die attraktiven Tassen namens Mocca von Reda. Die Werbekeramik eignet sich perfekt zur Ausstattung von Verkaufsräumen, Konferenzsälen oder Messen – Mocca bildet hier keine Ausnahme. Werblich lässt sich die Tasse vollständig individuell gestalten – womit sie, befüllt mit köstlich duftendem Kaffee, zu einem hoch werbewirksamen Element im Kundenumfeld werden. Die Tassen mit einem Füllvolumen von 230 Millilitern sind in acht verschiedenen Farben erhältlich, so die Information aus Tschechien. E-Kataloge gibt's auf Anfrage.

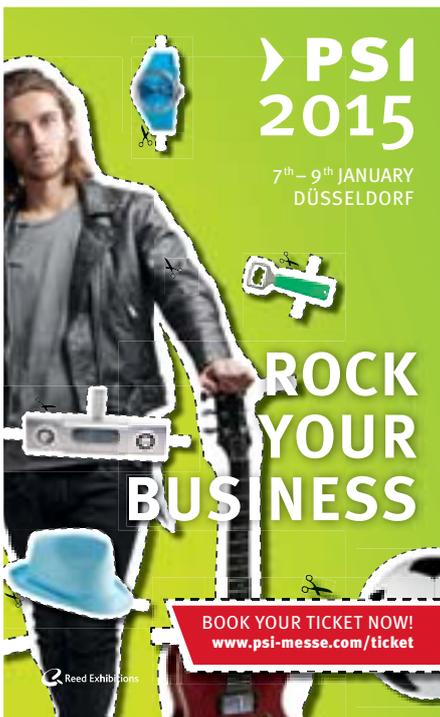
46051 • Reda a.s. • Tel. +420 5 48131808
 peter.zavacky@reda.cz • www.reda.info



MÄNNER AN DEN HERD

Der Kochtrend ist ungebrochen – egal ob Mann oder Frau, ob Jung oder Alt: Es gehört heute zum guten Ton, zu kochen. Zur hochwertigen, stylischen Küche, unter Entscheidern längst zum Statussymbol avanciert, gehört aber auch die Kochbuchsammlung. Zu allen Themen rund ums Wohlfühlen daheim, mit köstlichen Gerichten, einer grünen Oase oder einem herrlichen selbst gemixten Champagner-Drink, bietet der Münchner DK Verlag ebenso edle wie praxisnahe Bücher – die, geschickt kombiniert, zu einem ganz individuellen Kundengeschenk werden: breit in der Themenvielfalt, flexibel in Ausstattung und Umfang und nach Kundenwunsch individualisiert. Maßarbeit aus einer Hand.

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



Clipy[®]

Manufacturers since 1987
N°1 in advertising carsunshades

Winter Ice & Sunshades

Winter Shield

by clipy

user friendly



waterproof



The **car protected,**
and the **ad visible!!!**



› CONTACT US

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

› **PSI**
member

HILFSBEREITES TRIO

Unter der Artikelnummer 6983 führt Krüger und Gregoriades ein interessantes, dreiteiliges Obst-Schäl-Set: Dieses aus Edelstahl gefertigte Küchentrio besteht aus je einem Obstmesser, Entkerner sowie Fruchtschaber. Dabei beweist das Ensemble nicht nur tadellose funktionale Qualitäten, sondern auch seine Neigung zu formschönem Design und hochwertiger Verarbeitung. Verpackt in einer edlen Geschenkbox mit transparentem Überzug gelingt ein überzeugender Auftritt beim Kunden. Die Abmessung der Box beträgt zirka 24 x 11 x 4 Zentimeter. Seit 1975 beliefert Krüger und Gregoriades auf innovative und zuverlässige Weise den Groß- und Fachhandel sowie die Industrie für Geschenk-, Trend- und Werbeartikel, Spielwaren und Plüsch. Ein breit gefächertes und stets aktuelles Sortiment ermöglicht die Erfüllung verschiedenster Kundenwünsche. Mehr als 900 Artikel sind ständig lieferbar.

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



EDEL UND ÖKOLOGISCH

Hier kommt zusammen was zusammen gehört: Messerscharfe Keramik mit FlexPro für bessere Bruchsicherheit und ein edler, ökologisch wertvoller Bambusmessergriff, ein Designprodukt ohne Designzuschlag aus dem Hause Spranz. Der Artikel passt voll und ganz zum sauberen Image der Öko-Trendprodukte, ohne Verzicht auf wichtige Merkmale wie Verarbeitungsqualität und Funktionalität: So verfügt das Schneidwerkzeug mit einer Klingenslänge von zehn Zentimetern über eine Aufstellfunktion und separaten Klingenschutz. Das Küchenprodukt wird im Öko-Designkarton geliefert.

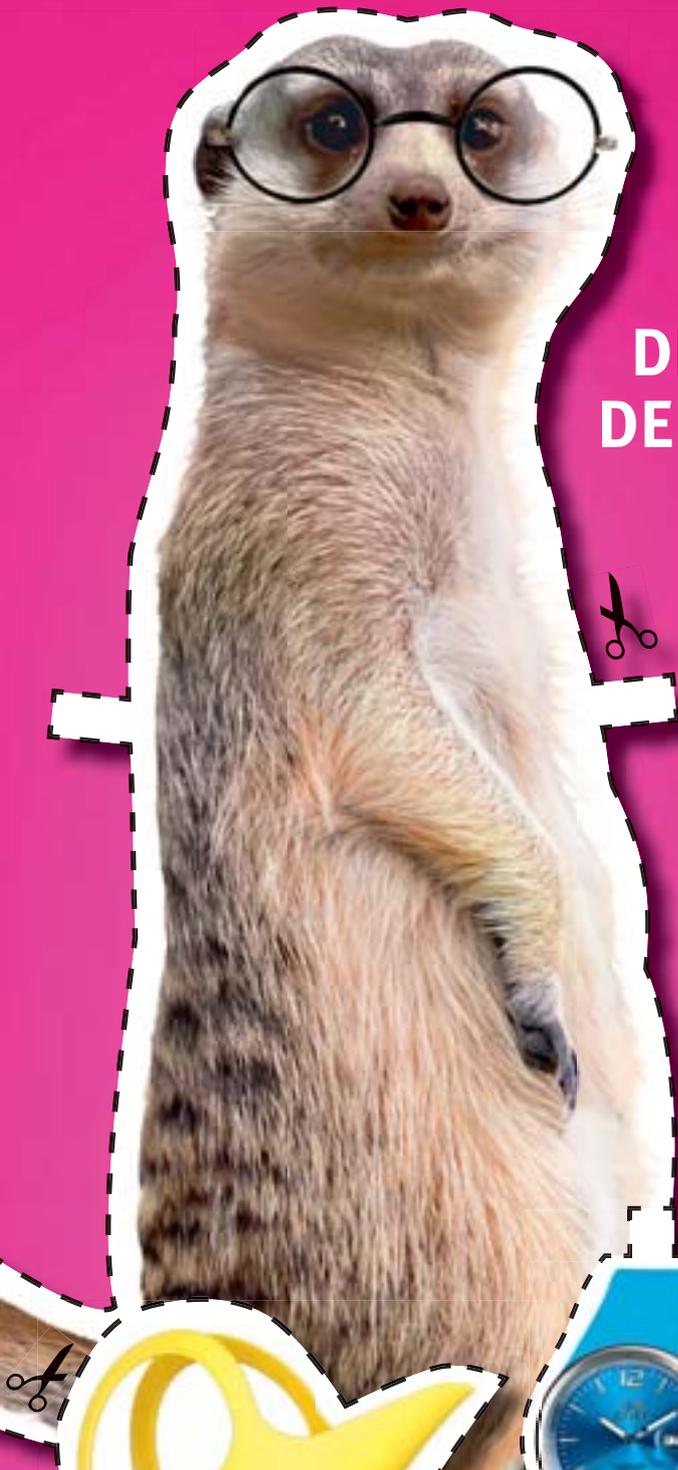
41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 98488-0
info@spranz.de • www.spranz.de

PSI 2015

DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE
DER WERBEARTIKELINDUSTRIE

7. – 9. JANUAR
DÜSSELDORF

WATCH OUT!





SHAKE IT

Den vollen Geschmack frischer Früchte genießt, wer den turboschnellen Mixer GourmetMaxx Smoothie Maker To Go von Lehoff zur Hand hat: Damit lassen sich aus Bananen, Beeren, Mangos und allen anderen Früchten ultimative Frische- und Vitaminkicks ins Glas zaubern. Einfach Früchte einfüllen, Deckel schließen, einschalten und schon wird alles im Nu gleichmäßig püriert. Dank des praktischen verschließbaren To-Go-Bechers können die Smoothies auch mitgenommen und unterwegs genossen werden. Auch Milch-Shakes, Desserts, Saucen und Dips lassen sich mit diesem praktischen, kompakten Mixer schnell und einfach zubereiten. Nach der Verwendung lassen sich alle Teile schnell und einfach in der Spülmaschine reinigen. Auf der Homepage www.lehoff.de sind weitere Prämien- und Werbeartikel des breiten Sortiments zu finden.

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



GENIESSEN MIT BESTEM GEWISSEN

Eine individuelle Weihnachtsgabe mitten aus dem Dschungel – nicht nur geschmacklich, auch optisch steht das stilvolle und nachhaltige Schokoladen Set von Chocqlate in lemon yellow oder indigo violet für pure Power. So kann jeder mit dem neuen, designprämierten Set aus fünf reinen, pflanzlichen Zutaten seine eigene, frische und vegane Schokolade selber machen. In nur 20 Minuten entstehen aus ungerösteten Edelkakaobohnen, Kakaopulver, Kakaobutter, Bourbon Vanille und Agavensirup originelle Schokoladenkreationen. Jeder kann selbst die Süße und Toppings seiner Liebblingsschokolade bestimmen. Und jedes Stück Schokolade ist ein Stück Natur. Denn Schokolade macht nicht nur glücklich, sondern kann auch gesund sein.

49353 • 4Qtrade GmbH • Tel +49 89 23241423
ek@chocqlate.com • www.chocqlate.com



FRÜCHTEFRISCHES FRÜHSTÜCK

Die leckeren Brotaufstriche im stilvollen Miniglas aus dem Hause Darbo lassen kaum Wünsche offen. Ob Erdbeere, Himbeere, Marille, Orange, Kirsch, Pfirsich, Schwarze Johannisbeere oder Blütenhonig – ganz egal für welche Geschmacksrichtungen sich der Kunde entscheidet: Die vom Hellma Gastronomie-Service gelieferten Konfitüre und Honig landen ohne Geschmacksverstärker, Zusatzstoffe und in naturreiner Qualität auf dem Frühstücksteller. In praktischer Portion, dem edlen Miniglas à 28 Gramm, sind die süßen Brotaufstriche aber nicht nur der Blickfang auf jedem Frühstückstisch. Der weiße Deckel der Minigläser lässt sich außerdem individuell, einfarbig und ab einer Mindestabnahmemenge von 6.000 Stück ganz nach dem Gusto des Kunden bedrucken. Damit verwandelt sich der Brotaufstrich in ein überaus sympathisches, effizientes Werbemittel.

46612 • Hellma Gastronomie-Service GmbH • Tel +49 911 934480
 information@hellma.de • www.hellma.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.com | joy@tacx.nl

Mit besten Empfehlungen
Weihnachts-Ideen-Haus



4338
 Aromatische Genüsse

4333
 Coffee Time Set

4053-2
 Nelken-Päckchen

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

GRATIS, den Katalog anfordern unter
 info@multiflower.de

STILOLINEA

SEMYR SPRICHT JETZT ITALIENISCH

Nach sieben Jahren in Ägypten hat sich Stilolinea entschieden, sein Modell Semyr nun in Italien herzustellen. Semyr bietet alle jene Eigenschaften, die Kugelschreiber mit dem Markenzeichen „Made in Italy“ schon immer ausgezeichnet haben: schnelle Lieferzeiten und Vielseitigkeit.



Sollte der Kunde unter den vielen Optionen nicht fündig werden, kann Stilolinea in der gewohnt kurzen Lieferzeit neue Modelle realisieren. Semyr ist jetzt in den unterschiedlichsten Farbkombinationen und Pantone-Farben erhältlich.

SECHS VARIANTEN

• Das Modell verbindet in seiner Basisform schlichtes und zugleich elegantes Design. Der Schaft ist vollständig in weiß gehalten und eignet sich so bestens, um die Werbebotschaft optimal zur Geltung zu bringen.

- Semyr Chrome hebt sich von der Basisausführung durch die zusätzlich verchromte Spitze ab: für alle, die weiche, klare Linien mit einem Touch von Eleganz bevorzugen.
- Semyr Clear in leuchtenden Farben, durchgehend farbig transparent, eignet sich ideal, um die Originalität einer Botschaft zum Ausdruck zu bringen.
- Semyr Chrome Frost verbindet frische, lebendige Farben im Frostlook mit dem Glanz der edlen Verchromung – perfekt um dem Image eines Unternehmens einen originellen Touch zu verleihen.
- Semyr Grip bietet zusätzlich zu den brillanten Farben und der verchromtem Metallspitze einen Komfortgriff. Damit wird Schreiben zu einem wahren Genuss.
- Semyr Grip Color bietet einen weißen Schaft, eine verchromtem Metallspitze, einen Touch Farbe am oberen Teil und eine schwarze, gummierte Griffzone. Um die Rückkehr von Semyr zu feiern, ist der Semyr Grip Color jetzt auch in drei neuen, modernen Farben erhältlich: Flieder, Lindgrün und Veilchen. Kontakt: info@stilolinea.it – www.stilolinea.it <

JUNG UND DYNAMISCH

ZTV MIT NEUER ONLINE-PRÄSENZ

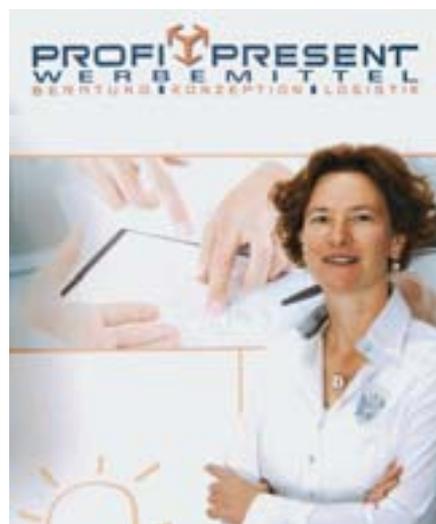
Die Zustell-, Transport und Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG aus Krefeld – kurz ZTV – präsentiert sich mit einem komplett neuen Internet-Auftritt und baut damit seine Rolle als schnell wachsender Full-service Logistikdienstleister aus. Herzstück des neuen Onlineplattform und der damit verbundenen Unternehmenskommunikation bilden die drei Säulen der ZTV: Fulfillment, Aktionslogistik und Transport. Die Website präsentiert sich jung und dynamisch. Mithilfe vieler Illustrationen und Bilder wird das gesamte Leistungsspektrum des Unternehmens aufgezeigt. Darüber hinaus wurde die Seite auf den neuesten technischen Stand gebracht. Die neue Onlinepräsenz ist erreichbar unter: www.ztv-logistik.de <



PROFIPRESENT.COM GMBH

MARKETINGAKTIVITÄTEN AUSGEBAUT

Die profipresent.com GmbH, Ingelfingen, baut ihre Marketingaktivitäten weiter aus. Seit Mitte des Jahres verstärkt Sibylle Kolb als Head of Communications and Marketing das Team des Werbemittelunternehmens. Für diese neu geschaffene Stelle bringt Sibylle Kolb eine langjährige Erfahrung aus leitenden Funktionen in international agierenden Konzernen mit.



Sibylle Kolb

Das Ziel von profipresent.com ist es einerseits, sich als Werbemittel-Partner auf Augenhöhe zu positionieren. Andererseits wird auch das eigene Leistungsangebot ausgeweitet werden. Werbemittel/ Werbegeschenke sind nur ein Teil der „professionellen Präsentation“ eines Unternehmens. Deshalb sollen Kunden künftig auch bei anderen Kommunikationsaktivitäten ganzheitlich unterstützt werden. Gemeinsam mit ihrem Vertriebskollegen, Bernd Prestel, wird Sibylle Kolb das Büro in Kempten, Allgäu, aufbauen. Von hier aus sollen alle Kunden im süddeutschen Raum, aber auch über die Landesgrenzen hinweg in Österreich und der Schweiz, bedient werden. Weitere Informationen zum Unternehmen unter: www.profpresent.com <

**GRÜNE AKZENTE BEI HERI-RIGONI
PHOTOVOLTAIK MAL ZWEI**

Im Bestreben, bei der Produktion Mensch und Umwelt in den Mittelpunkt zu stellen, setzt die HERI-Rigoni GmbH ihre grüne Linie weiter fort. Vor kurzem nahm der Hersteller von patentierten Stempelkugelschreibern eine zweite Photovoltaik-Anlage auf dem Dach des Produktionsstraktes am Unternehmenssitz in Fischbach in Betrieb. Schon der Gründer des Traditionsunternehmens, Herbert Rigoni, steuerte seinen Betrieb in diesem Sinne. Entsprechend verfahren auch die beiden Brüder Armin und Michael, die das Unternehmen in zweiter Generation gestalten und leiten.



Die Photovoltaikanlage auf dem Firmengebäude von HERI-Rigoni ist deutlich zu erkennen.

Schon vor Jahren haben sie damit begonnen, umweltfreundliche Technologien einzuführen, als sie das Dach des Bürogebäudes mit einer Photovoltaik-Anlage versahen. Auch die zweite Anlage dient der Eigenstromproduktion. Der gewonnene Naturstrom wird direkt in die interne Elektrizitätsversorgung eingespeist. Im Rahmen der Firmenphilosophie steht durch Maßnahmen zur Wärmerückgewinnung, Gebäudeisolation und eigene Stromerzeugung ein maßvoller Umgang mit Energie im Vordergrund. Bei dem nach den höchsten Qualitäts- und Umweltkriterien zertifizierten Unternehmen wird außerdem darauf geachtet, dass sich die HERI-Rigoni-Produkte ausschließlich aus hochwertigen, umweltfreundlichen und möglichst nachhaltigen Materialien zusammensetzen. www.heri-rigoni.de

NACHRUF

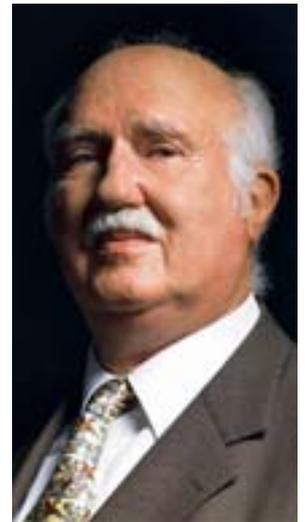
GÜNTER SCHWANHÄUßER VERSTORBEN

Günter Schwanhäußer, Erfinder des Leuchtmarkierers STABILO BOSS, verstarb nach kurzer Krankheit am Freitag, dem 12. September, im Alter von 86 Jahren.

In seinen über fünfzig Berufsjahren von 1950 bis 2003 erwarb der Stifte-Pionier große Verdienste am weltweiten Ausbau des Unternehmens Schwan-STABILO, das seit 1865 im Familienbesitz ist. Seine Grundhaltung war pragmatisch: „Das Beste ist hinlangen und machen.“

Mit unternehmerischer Weitsicht traf er erfolgreiche Entscheidungen, die noch heute das Unternehmen prägen. Der ganz große Coup gelang dem bodenständigen Unternehmer 1971. Günter Schwanhäußer brachte den ersten Leuchtmarkierer mit fluoreszierender neongelber Tinte auf den Markt. Eine Erfindung, die den Umgang mit Texten bis heute signifikant verändert hat und zu bislang über zwei Milliarden verkauften Exemplaren führte. Für diese Leistung wurde er in die Liste der Erfinder des 20. Jahrhunderts aufgenommen.

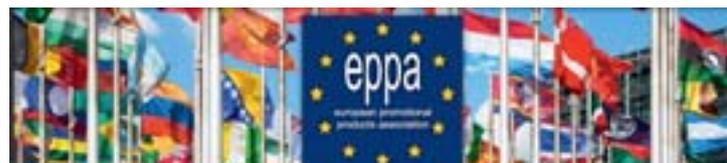
Für sein ehrenamtliches Engagement in zahlreichen kulturellen und gesellschaftlichen Bereichen erhielt er 1986 das Bundesverdienstkreuz. Viele Jahre war er britischer Honorarkonsul und wurde 1995 mit dem „Orden of British Empire“ ausgezeichnet. Im letzten Jahrzehnt widmete sich der passionierte Jäger und Pferdeliebhaber neben einigen Ehrenämtern privat vor allem einem von ihm initiiertem Ökopjekt in Kroatien. Dirk Schwanhäußer, Vorsitzender des Unternehmensbeirats, äußert mit großer Betroffenheit: „Mit Günter Schwanhäußer verlieren wir eine Persönlichkeit von außergewöhnlicher Größe.“



EPPA

NEUE STRUKTUREN

Das EPPA-Board hat im Rahmen der allgemeinen Mitgliederversammlung des europäischen Werbeartikelverbands in Paris strukturelle Änderungen vorgeschlagen: Wahl des EPPA-Präsidenten durch eines der Board-Mitglieder eines nationalen Branchenverbands sowie die Umwandlung der Funktion des CEO in eine die Geschäftsführung unterstützende Position. Das EPPA-Board wird die laufende Geschäftsführung des EPPA kontrollieren. Dieser Vorschlag wurde von allen teilnehmenden Mitgliedern angenommen.



Gabriel Moese (FYVAR, Branchenverband für Spanien und Portugal) wurde als EPPA-Präsident vorgeschlagen und nahm diese Funktion ordnungsgemäß an. Thomas Hendriksen wird weiterhin die operative Rolle als CEO einnehmen und bleibt auch Board-Mitglied. Er wird eng mit Gabriel Moese zusammenarbeiten, dem er unterstellt ist. www.eppa-org.eu

HAMBURG/KRAKAU

BERENDSOHN INVESTIERT IN LYNKA

Das Hamburger Traditionshaus für exclusive Werbeideen, Berendsohn, hat die strategischen Investitionsverhandlungen mit dem internationalen Spezialisten für Werbe- und Unternehmensbekleidung Lynka in Krakau, Polen, erfolgreich abgeschlossen. Berendsohn wird Lynka mit diesem Schritt sowohl strategisch als auch finanziell unterstützen und damit die Voraussetzungen schaffen, das europaweite Geschäft weiterzuentwickeln. Gleichzeitig hat die Berendsohn AG die Gesellschafter-Anteile an Lynka mit Wirkung vom 12. August von dem bisherigen Finanzinvestor Arco Capital übernommen. Lynka bleibt weiterhin als eigenständiges Unternehmen auf dem internationalen Markt tätig und wird wie bisher von dem Firmengründer und Anteilseigner John



Jörn Lambertz



John Lynch

Lynch geführt. Berendsohn und Lynka werden als unabhängige Geschäftsbereiche in ihren jeweiligen Marken tätig sein, indem Lynka die Strategy als namhafter Hersteller und Distributor von Marken- und Werbebekleidung weiter verfolgen wird und Berendsohn der Anbieter für originelle und exklusive Werbeartikel für vornehmlich kleine und mittelständische Unternehmen bleibt. „Die Kompetenz im Bereich Textilien, die Angebotsvielfalt, aber auch die weltweiten

Kontakte zu Textilproduzenten machen Lynka zu einem großartigen Partner für unseren Wachstumskurs“, so Jörn Lambertz, Vorstandsvorsitzender der Berendsohn AG. Die Angebotspalette wird ein eigenes Sortiment an hochwertiger Werbebekleidung umfassen, das Lynka für Berendsohn erarbeitet, um es exklusiv an die Berendsohn-Kunden zu vertreiben. Das umfassende Lynka Sortiment wird nicht Bestandteil des Berendsohn-Angebotes sein. „Mit der Berendsohn AG haben wir nun den richtigen Partner an unserer Seite, um weiter dynamisch zu wachsen und die Entwicklung des europäischen Markt für Werbe- und Unternehmensbekleidung maßgeblich zu gestalten“, führt Lynch aus. www.berendsohn.com – www.lynka.eu

MAGNA SWEETS

NEUES MITGLIED DER GESCHÄFTSFÜHRUNG

Magna sweets, Spezialist in Sachen Süßwaren als Werbeträger, hat zu Septemberbeginn 2014 mit Mario Siebig Verstärkung in der Führungsspitze bekommen. Als Mitglied der Geschäftsführung soll Siebig nicht nur den Geschäftsführer Steffen Heinzinger unterstützen, sondern auch an der künftigen Ausrichtung und Entwicklung des Unternehmens Magna sweets mitwirken. Mario Siebig war fast neun Jahre im Führungskreis der global agierenden Fullservice Agentur cyber-Wear Heidelberg GmbH tätig. „Durch seine langjährige Erfahrung in der Werbemittelbranche kann und wird er Magna sweets in der Weiterentwicklung des Unternehmens unterstützen“, so Steffen Heinzinger. www.magna-sweets.de



Mario Siebig

INSPIRION UNGARN

NEUE DRUCKEREI IN DEN STARTLÖCHERN

Mehr Kundenservice in Osteuropa: Am ungarischen Inspirion-Standort in Budaörs wird auf einer Fläche von circa 200 Quadratmetern bald eine Druckerei eröffnet. Schon im September haben sechs neue Mitarbeiter die Arbeit an circa zehn Maschinen aufgenommen. So kann Ungarn die Inspirion-Werbeartikel dank unterschiedlicher Verfahren wie Lasergravur, Tampon-, Sieb- und Transferdruck veredeln. Einige Drucktechniken werden in Handarbeit ausgeführt, können aber je nach



Tímea Sas

Artikelmenge automatisiert werden. Aus der Druckerei werden Kunden in all den Ländern versorgt, die auch sonst aus Budaörs bedient werden. Ziel ist es, Inspirion Ungarn auf diesen

Märkten als Full-Service-Dienstleister zu positionieren, der Werbeartikel inklusive Individualisierung ausliefert. Ganz nach dem Motto: Alles aus einer Hand – kurze Wege – schnelle Lieferzeiten. „So sind wir bestens auf die Bedürfnisse unserer Kunden und auf das kommende Weihnachtsgeschäft vorbereitet und können den Umsatz steigern“, erklärt Tímea Sas, die Geschäftsführerin von Inspirion Ungarn. „Jetzt hoffen wir auf einen reibungslosen Start mit der neuen Ausrüstung.“ www.inspirion.eu

ACAR EUROPE

NEUE VERTRIEBSKRAFT

Zum 1. Oktober 2014 verstärkt Luisa Porges als Sales Managerin das Team der Acar Europe GmbH in Bad Homburg. Sie wird Werbemittelhändler in Deutsch-



Luisa Porges

land, Österreich und in der Schweiz betreuen und verfügt über viele Jahre Erfahrung in der Werbearbeitungsbranche, zuletzt im Außendienst bei dem Schreibgerätehersteller Senator. „Ich freue

mich sehr, dass Luisa Porges unser Team verstärkt und wir weiter erfolgreich unseren Kundenservice durch enge Partnerschaften mit dem Werbemittelhandel ausbauen können“, so Patrick Döring, Geschäftsführer der Acar Europe GmbH. Weitere Informationen unter: www.acar-europe.de

ORCAS

FRISCHER WIND

Die Orcas Customized Products GmbH & Co.KG aus dem hessischen Groß-Umstadt hat eine neue Auszubildende eingestellt: Seit dem 15. August komplettiert Anna-Lena Jörg das Team der Spezialisten für



Anna-Lena Jörg

maßgeschneiderte Werbearbeitungen aus Papier mit den Produktlinien „Paperline“ und „Personal Care“. Um Verwechslungen vorzubeugen: Anna-Lena Jörg ist die jüngere Schwester von Jennifer Jörg, die dem Orcas-Team bereits seit einigen Jahren angehört.

www.zorcas.com

EXCLUSIVE GIFTS B2B GMBH

NEUES VON MOLESKINE

Moleskine SpA, italienischer Hersteller der legendären Notizbücher, und Exclusive Gifts B2B GmbH als exklusiver Moleskine B2B-Distributor, intensivieren ihren Service für die professionelle Werbearbeitungsbranche und präsentieren einen neuen, ganz auf die Bedürfnisse der Branche zugeschnittenen Katalog. Flankiert wird diese Maßnahme vom Launch des Online-Auftritts. Der neue, ab sofort verfügbare Katalog beschert dem Werbearbeitungs-Fachhandel ein sinnvoll erweitertes Produktportfolio. Neben den bekannten Notizbuch-Klassikern bietet Moleskine nun auch ein umfangreiches Sortiment an Schreibgeräten, ein erweitertes Kalender-Programm und eine „Travelling Collection“ mit Produkten für die Reise an, die der Katalog in ansprechender Weise illustriert. Abgestimmt auf den neuen Katalog gibt es auch eine aktuelle Preisliste. Der Katalog ist direkt über Exclusive Gifts erhältlich und kann auch online abgerufen werden.



NEUE MOLESKINE B2B WEBSITE FÜR D-A-CH

Parallel zum Erscheinen des neuen Moleskine Katalogs hat Exclusive Gifts auch seine Website für Deutschland, Österreich und die Schweiz entsprechend überarbeitet. Hier ist das aktuelle Moleskine B2B Produktangebot nun auch online verfügbar und kann von Handelspartnern zu Angebotszwecken genutzt werden. Dazu stellt Exclusive Gifts das entsprechende Bild- und Textmaterial zur Verfügung. Kontakt: Exclusive Gifts B2B GmbH – Official Moleskine B2B Distributor. Tel. +49 (0)40 6094599-00. moleskine@exclusive-gifts.de www.exclusive-gifts.de

25 JAHRE TEXTILE WERBUNG

TOSKA SIEKMANN FEIERT JUBILÄUM

Zwar gibt es das Unternehmen Alta Seta GmbH & Co. KG erst seit 2000, doch den Anfang machte die heutige Geschäftsführerin und Inhaberin bereits vor 25 Jahren – zu Zeiten als die Krawatte noch 9,5 Zentimeter breit war und die Designs noch bunt und schrill. Mit den Jahren hat sich vieles verändert. Heute setzt Toska Siekmann mit ihrer eigenen Firma auf dezent und stilvoll, modisch und elegant. Die Corporate Fashion, die sie seit einem viertel Jahrhundert begleitet, ist ihr Steckenpferd. Hier fühlt sich die erfolgreiche Geschäftsfrau zu Hause. In 25 Jahren hat sie sowohl die Branche als auch die Produkte Krawatten, Tücher und Schals kennen- und lieben gelernt. Und dieses Know-how wird sie auch in den kommenden Jahren gemeinsam mit ihrem Geschäftspartner Patrick Polaniok nutzen. Gemeinsam bilden sie ein erfolgreiches Team aus Erfahrung und Innovation. www.alta-seta.de



Toska Siekmann



Freude bei der Spendenübergabe (v.l.): Stefan Schmidt (datalog Werbemittel), Karin Groeger (Der Bunte Kreis Lübeck), Dr. Stefan Orfeld (Universitätsklinikum Schleswig-Holstein), Christin Hagelstein (datalog Werbemittel).

25 JAHRE DATALOG WERBEMITTEL GMBH

HILFE FÜR SCHWERKranKE KINDER

Der Jubilar beschenkt andere: Anlässlich des 25-jährigen Bestehens hilft die datalog Werbemittel GmbH, renommierter Anbieter für Werbemittel-Konzepte und Produktneuentwicklungen, schwerkranken Kindern aus Norddeutschland.

Mit einer Spende unterstützt das Unternehmen aus dem schleswig-holsteinischen Bad Schwartau den „Bunten Kreis Lübeck“ der Klinik für Kinder- und Jugendmedizin des Universitätsklinikum Schleswig-Holstein, Campus Lübeck. Für die Frühgeborenen, die schwerst- und chronisch kranken Kinder und ihre Eltern ist der Klinikaufenthalt durch aufwändige pflegerische und therapeutische Maßnahmen gekennzeichnet. In vielen Fällen müssen diese auch nach der Entlassung zuhause weitergeführt werden. Das Team des „Bun-

ten Kreis Lübeck“, bestehend aus Kinderkrankenschwestern, Diplompädagogin, Psychologin und Kinderarzt, begleitet die kleinen Patienten und deren Familien nach der Entlassung im häuslichen Umfeld und bietet ganz individuelle Hilfen an.

WILLKOMMENE SPENDE

Die datalog unterstützt die Arbeit des „Bunten Kreis Lübeck“ mit einer Spende in Höhe von 2000 Euro. Um gerade zu Weihnachten auch den Kindern eine Freude zu ermöglichen, die nicht nach Hause können, rundet der Geschäftsführer datalog Stefan

Schmidt die Spendensumme zusätzlich um 500 Euro für die Beschaffung von Weihnachtsgeschenken für diese Kinder auf. „Wir haben Geburtstag und andere bekommen die Geschenke. Nach 25 erfolgreichen Jahren ist spätestens jetzt der Moment gekommen, dankbar und stolz auf das Erreichte zu sein. Aus diesem Grund möchte das datalog-Team etwas zurückgeben und unterstützt dort, wo Hilfe besonders wichtig ist: Bei den Kindern, unser aller Zukunft“, so datalog-Geschäftsführer Stefan Schmidt. Karin Groeger Pflegedienstleitung und Leitung „Der Bunte Kreis Lübeck“: „Wir freuen uns sehr über die datalog-Spende, die für unsere Einrichtung unverzichtbar ist. Dank der datalog Werbemittel GmbH können wir auch zukünftig viele Kinder und deren Familien bei deren Heilungsprozess begleiten. Zudem unterstreicht das Unternehmen damit die norddeutsche Verbundenheit u.a. mit der Stadt Lübeck.“

ÜBER DATALOG

Die datalog Werbemittel GmbH ist spezialisiert auf die Entwicklung und Produktion von Werbemittel-Konzepten für die Großindustrie sowie deren Umsetzung. Namhafte Unternehmen aus den Bereichen Konsumgüter, Kosmetik, Luftfahrt und Energie werden von Bad Schwartau aus betreut. Einen Schwerpunkt bilden Produktneuentwicklungen. Diese werden individuell nach Kundenanforderungen entwickelt. Von den Büros in Bad Schwartau und Hong Kong aus werden die Projekte koordiniert und kontrolliert. Dabei ist die Überwachung der Produktion eine wesentliche Aufgabe des Büros in Asien. Mitarbeiter der Qualitätskontrolle pendeln ständig zwischen den einzelnen Fertigungsstätten und sorgen so für einen einwandfreien Ablauf. Auf diesem Wege wird sichergestellt, dass die Qualität den strengen Anforderungen der EU und den sich stetig veränderten Reglements gerecht wird. So steht jedes Produkt auf dem Prüfstand und wird von weltweit anerkannten und in der EU akkreditierten Organisationen überwacht und kontrolliert. www.dlwm.de

<

FASHION · LIFESTYLE · SPORTS



www.kick-kommunikation.org/eng/

Order Now



Hotline: +49 7432/7016-800

daiber

www.daiber.de



In den Präsentationsräumen von Döbler Werbeartikel konnten sich die Gäste ein ‚spürbares‘ Bild von der Wirksamkeit haptischer Werbung machen.

WISSENSFORUM BEI DÖBLER WERBEARTIKEL

FROSCH ODER PRINZ?

Um seinen Kunden einen möglichst umfassenden Mehrwert zum Thema Kommunikation zu geben, veranstaltete der Werbemittelhändler Döbler Werbeartikel Anfang September in Oststeinbek bei Hamburg unter dem Motto „Frosch oder Prinz?“ ein ganztägiges Wissens-Forum.

Neben der Präsentation der neuesten Trends aus der haptischen Kommunikation mit Werbemitteln konnten die Besucher ihr Wissen durch jede Menge Vorträge aus den Bereichen der Unternehmenskommunikation, Marketing- und PR-Kommunikation und Print- und Online-Kommunikation erweitern. Ronald Eckert, Inhaber von Döbler Werbeartikel: „Ein gutes Marketing hilft den Menschen, den Nutzen eines Produktes oder einer Dienstleistung zu erkennen.“ Für ihn als Händler von Werbemitteln heißt

das Zauberwort ‚Haptik‘: „Häufig ist es erst die Berührung, das Aktivieren unseres Haptik-Sinns, das in unserem Kopf das Verständnis oder Begehrlichkeiten für ein Produkt auslöst und so den Unterschied zwischen der Beurteilung ‚Frosch oder Prinz‘ macht. Genau dafür sind Werbeartikel ideale Kommunikationsträger“, erklärt der Werbeartikelprofi damit auch die Intention der Veranstaltung, in deren Fokus auch die Signalforte „Berühren – Begreifen – Begeistern“ standen.

ECHTER MEHRWERT

In Kooperation mit dem benachbarten NetzwerkHolz Forum Hamburg, in dessen eindrucksvollen Räumen auch die Referate stattfanden, entstand im Unterschied zu den bekannten Formen der Produktpräsentation so eine ganz neue Art von Hausveranstaltung, die durch die Verbindung des Erlebnisses von gegenständlicher Werbung und den Referaten zu unterschiedlichen Aspekten von Kommunikation für die Besucher einen echten Mehrwert schuf. Während die Gäste in den Ausstellungsräumen von Döbler Werbeartikel an den Produkten neuester Promotionskollektionen im wahren Wortsinn ‚begreifen‘ konnten, wie sich nachhaltige Werbung anfühlt und wie sie wirkt, erfuhren sie während der Vortragsreihe weitere wichtige Aspekte effektiver Unternehmenskommunikation. Ronald Eckert zeigte sich schon während Tages sehr zufrieden mit der Qualität und den „dezidierten wie konkreten Inhalten“ der Beratungsgespräche. Wir haben ihn zu den Ergebnissen Veranstaltung anschließend befragt.

Kontakt: www.doebler-wa.de





Vorträge zu Themen aus Unternehmenskommunikation, Marketing und PR ergänzten die Präsentation neuer Trends und Produkte aus dem Werbeartikelbereich.

RONALD ECKERT IM GESPRÄCH: „KONZENTRATION AUFS WESENTLICHE“

Herr Eckert, es war Ihre erste Hausveranstaltung. Wie fällt Ihr Fazit aus?

Für uns und unsere Kunden war die Veranstaltung ein gelungener Auftakt. Sowohl die haptisch erlebbare Ausstellung als auch die Fachvorträge wurden sehr gut angenommen. Die Kunden haben sich ausführlich informieren und wir haben sehr gute Gespräche mit konkreten Anfragen und Projekten führen können.

Es war ja eine Hausmesse der etwas anderen Art – ohne ausstellende Lieferantenpartner. Weshalb auf diese Weise?

Da wir ohnehin einen sehr gut ausgestatteten Showroom haben und diesen regelmäßig aktuell halten, ist das vorgestellte Portfolio sehr umfangreich. Wenn wir hier noch weitergehend mit ausstellenden Lieferantenpartnern gearbeitet hätten, wäre das Sortiment wieder unüberschaubar geworden. Durch die Konzentration auf das Wesentliche konnten wir sehr dezidiert auf die Wünsche unserer Besucher eingehen und gemeinsam wirksame Lösungen erarbeiten, die die Marketingaussagen unserer Kunden perfekt unterstützen.

Stichwort „Frosch oder Prinz?“. Wie und warum kam es zur Einbindung eines Wissensforums?

Wir haben uns einfach die Frage gestellt, was uns an einer Messe heutzutage besonders anzieht. Und dabei festgestellt,

dass gerade spannende und vor allem zum Thema Marketing/ Werbung passende Vorträge immer eine Bereicherung darstellen und uns sowie dem Kunden einen adäquaten Mehrwert bieten. Deshalb fiel die Wahl auf Referenten, die die Themen ideal bespielten und durch ihre Impulsvorträge unterstrichen. Jeder Zuhörer konnte somit außer vielen haptischen Eindrücken auch tatsächliches „Mehrwissen“ für sich mitnehmen. Zudem standen die Referenten zu ihren Themen natürlich noch für Fragen zur Verfügung, so dass sich jeder Besucher tatsächlich zu den ihn interessierenden Themen umfangreich informieren konnte.

Haben Sie mit Ihrem Unternehmen konkrete Pläne oder Ideen, die Sie künftig umsetzen möchten?

Wenn wir alle Details unseres Wissensforums/Hausmesse ausgewertet haben, schauen wir, ob wir eine Veranstaltung in der Art wiederholen werden. Des Weiteren ist geplant, bei regionalen Wirtschaftsverbänden in Zukunft Impulsvorträge zum Thema haptisches Marketing zu halten, da uns ein Vertreter sagte, dass deren Mitglieder davon sicherlich erheblich profitieren können. Und wie immer sind noch viele weitere Ideen vorhanden, die aber noch nicht wirklich konkret sind und weiterer Bearbeitung bedürfen.



Ronald Eckert, Inhaber von Döbler Werbeartikel



Auch während der jüngsten Hausmesse waren Werbeartikel kreativ erlebbar.

EINPRÄGSAMES ERLEBNIS

Mit dem Motto „Knotenpunkte“, das sich konsequent durch alle Elemente der jüngsten Hausmesse zog, hatten die Werbemittelprofis von top display auch diesmal wieder einen kreativen Aufhänger für ihre Hausveranstaltung gefunden. „Wenn die Gäste gehen, müssen sie überzeugt sein, der Knoten ist geplatzt“, formuliert Gorden Daub die Ansprüche des Leitthemas, das den Kunden ihren Besuch auch diesmal zu einem anschaulichen wie einprägsamen Erlebnis werden ließ. „Es ist unsere Aufgabe und Beratungsleistung, den Einsatz der Budgets in Werbeartikel bei unseren Kunden mit guten Ideen und überzeugenden Entscheidungskriterien kontinuierlich zu steigern“, so Ralf Reichert, Prokurist Beratung und Vertrieb. Und dieser Aufgabe wurde das Team von top display erneut gerecht.

ÜBERZEUGENDE ERGEBNISSE

Um die „Knotenpunkte“ mit Leben zu füllen, wurden „ausgezeichnete Praxisbeispiele“ aus den unterschiedlichsten Branchen gezeigt und den Besuchern auch im Detail erläutert. Im Blickpunkt standen dabei Zielsetzung, Vorgehensweise, Umsetzung und die erzielte Wirkung. Weitere besondere „Knotenpunkte“ waren kommunikativ herausgestellt. „Die Stimmung der Aussteller war gut, die Vielzahl interessierter Kunden und die Qualität der Beratungsgespräche überzeugte. Die Zahl konkreter Angebotsanforderungen oder Auftragerteilungen war zudem ein messbares Ergebnis und Ausdruck einer überzeugenden Teamleistung“, resümiert Gorden Daub. Und damit diese Veranstaltung bei den Teilnehmern noch lange in Erinnerung bleibt, haben alle beim Abschied einen „Knoten“ als Schlüsselanhänger erhalten, der vor Ort fachmännisch von einem langjährigen Seefahrer geflochten wurde.

www.top-display.de



TOP DISPLAY

„KNOTENPUNKTE“ GESETZT

In der jüngsten ihrer themengebundenen Hausveranstaltungen setzten die Beratungsprofis der Hamburger Full Service Werbemittel-Agentur top display international GmbH diesmal zahlreiche „Knotenpunkte“ für ihre Kunden. Diese waren sowohl haptischer als auch kommunikativer Art.

Knotenpunkte dienen als Austauschpunkte für Informationen, Meinungen und Daten. Für unsere Kunden wollten wir diese Knotenpunkte zu einem lebendigen Erlebnis in der Welt der Werbeartikel machen“, so Gorden Daub, Geschäftsführer von top display. Dazu hatten sich die 360 Quadratmeter Büro- und Präsentationsfläche des Unternehmens im Stadtteil Winterhude in ein Netzwerk mit zahlreichen haptischen Anreizen verwandelt. Zusammen mit 15 anwesenden Lieferantenpartnern, die

ihre neuesten Produktkreationen mitgebracht hatten, führte das Team von top display seine über 100 Gäste von 52 Unternehmen aus der Geschäftswelt der Metropolregion Hamburg durch einen Parcours voller dreidimensionaler Inspirationen von hohem Werbewert. Wie bei den mittlerweile sehr beliebten Events des Unternehmens üblich, hatten die Kunden meist genügend Zeit mitgebracht, sich in aller Ruhe von einem Knotenpunkt zum nächsten begleiten und individuell beraten zu lassen.



17. bis 19. März 2015
Messe Gelände Hannover
www.psi-promotion-world.de

**JETZT
MESSESTAND
BUCHEN!**
+ 49 211 90191-702
sales@psi-promotion-world.de



WIRKT



KNEIKO HANDELS GMBH – INFO-DAY 2014

WERBUNG TRIFFT KULTUR

Das stilvolle Ambiente des Kulturschlusses Traun in Österreich war bereits zum vierten Mal Schauplatz des Kneiko Info-Day. Unter dem Motto „Werbung trifft Kultur“ präsentierten die Werbemittelexperten einen stimmigen Mix aus Produktneuheiten, Modenschauen und kulinarischen Schmankerln.

Wolfgang Kohout, Geschäftsführer des Werbemittel-Spezialisten Kneiko Handels GmbH aus dem österreichischen Hörsching, konnte vollauf zufrieden sein. Unter den rund 290 Besuchern aus circa 190 verschiedenen Unternehmen, die der Einladung zum Kneiko Info-Day 2014 gefolgt waren, befanden sich fast ausschließlich Entscheidungsträger der betreffenden Firmen. Und für die lohnte sich der Besuch der Werbemittelschau im Herrenhaus des idyllisch gelegenen Schlosses Traun allemal. Denn die dort präsentierte Auswahl an Klassikern und neuen Produktideen war groß und gleichzeitig trotzdem

noch überschaubar. Insgesamt 33 ausstellende Lieferantenpartner aus neun europäischen Ländern zeigten an ihren auch optisch ansprechenden Ständen, welche Vielfalt und Individualität haptische Werbung zu bieten imstande ist.

ÜBERZEUGENDE KOLLEKTIONEN

Auch das Wetter spielte an diesem Tag mit. Die Sonne schien und so nutzten die Aussteller mit Promotionstextilien den heiteren Himmel für mehrere Modenschauen im Freien. Nicht nur das breite wie ausgewogene Spektrum der gezeigten Produktkollektionen überzeugte die Besucher. Auch der für das Endjahresgeschäft günstig ge-

**Informationsplattform und Branchentreff:
Der Info-Day 2014 der Kneiko Handels GmbH
in Traun.**

wählte Zeitpunkt des Info-Days wurde positiv erwähnt. Zahlreiche Gäste ließen es sich zudem nicht nehmen, ein Foto am Stand der Bezirksrundschaue Linz-Land, einem Medienpartner von Kneiko, machen zu lassen. Ebenfalls sehr zufrieden zeigten sich die Aussteller über das große Interesse an den gezeigten Produkten. Viele von ihnen lobten die „hohe Qualität“ der Gespräche.

LOKALPROMINENZ UND KÖSTLICHKEITEN

Dass der Kneiko Info-Day auch im örtlichen Wirtschaftsleben bereits einen Namen hat, zeigt die Anwesenheit von lokaler Prominenz. So ließ es sich der Bürgermeister der Stadt Traun, Harald Seidl, nicht nehmen, die Veranstaltung selbst zu eröffnen. Ein Großteil der Besucher nutzte nach dem Erkunden der Neuheiten die Gelegenheit, die Köstlichkeiten des Caterings sich schmecken zu lassen, die Tropfen der Vinothek „Lachs und Wein“ zu verkosten oder die Edelbrände des „World Spirit Award Winner 2013“ Manfred Wöhrer zu genießen. Außerdem erhielt jeder Besucher gegen Vorlage seiner Eintrittskarte ein Spiegelau-Weinglas, das er sich vor Ort gravieren lassen konnte, als Aufmerksamkeit mit auf den Weg. Weitere Andenken an den Tag konnten die Besucher bei stündlich stattfindenden Verlosungen ergattern. Die Preise hierzu wurden von den Ausstellerfirmen gespendet.

VORFREUDE

Am Vorabend des rundum gelungenen Info-Days lud das Kneiko-Team traditionell zum Ausstellerabend mit typisch oberösterreichischem Kistenbratln und Musik der „Kneiko-Buam“ ein. „Es wurde wieder ein sehr gemütlicher Abend, der die Partnerschaft zwischen Kneiko und unseren Lieferanten einmal mehr vertiefte“, so Wolfgang Kohout, der sich zusammen mit seinem Team und den Ausstellern schon jetzt auf den nächsten Info-Day im September 2015 freut. www.kneiko.at



DIE ZEITSCHRIFT IN 4 Gängen

Nicht etwa, dass wir den ›Druckmarkt‹ als Mahlzeit empfehlen würden, dennoch arbeiten wir wie Spitzenköche an stets neuen Menüs, um unseren Gästen – Ihnen, unseren Lesern – interessante Informationen aufzutischen. Und natürlich legen wir dabei Wert auf gute Zubereitung: Themen, die ansprechen (auch wenn sie vielleicht nicht jedem schmecken), Seiten, die übersichtlich gestaltet und angeordnet sind – und eine Qualität im Druck, die dem Anspruch der Branche entspricht. **Auch die Menüfolge kann sich sehen lassen.** ›Druckmarkt‹ bietet kleine Häppchen als tagesaktuell relevante Nachrichten auf der Homepage, vierzehntägig das PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹ im Internet, alle zwei Monate das gedruckte Magazin und in loser Reihenfolge die ›Druckmarkt COLLECTION‹, in der schwere Themen leicht, aber umfassend zubereitet sind.



Über 100 ausstellende Lieferantenfirmen entfalteten ihren dreidimensionalen Kosmos neuer Werbeartikel und innovativer Ideen.

BWG TREND 2014

GELUNGENE PERFORMANCE

Auch bei der 27. Auflage der Werbeartikelmesse Trend des Bundesverbandes der Werbemittel-Berater und -Großhändler e.V. (bwg) im Euromoda Tagungszentrum in Neuss zeigte sich erneut, dass dieser traditionelle Branchentreff nichts von seiner Beliebtheit eingebüßt hat.

Am 12. und 13. September 2014 September ging die mittlerweile 27. Trend des Bundesverbandes der Werbemittel-Berater und -Großhändler e.V. (bwg) über die Bühne. Und dies nahezu im Wortsinn. Denn unter dem Motto „TRENDS in Hollywood“ erwartete die Besucher in den im

Hollywood-Stil dekorierten Ausstellungsräumen des Euromoda Tagungszentrums in Neuss ein „Feuerwerk an Werbemittel-Ideen“, das über 100 ausstellende Lieferanten mit ihren Novitäten entfachten. „Wir wollen der Messe den Glamour-Faktor geben, den sie verdient“, erklärte der bwg-

Vorsitzende Joachim Schulz bereits zu Beginn. „Immerhin präsentieren die Aussteller hier Ideen, die aufgrund des bevorstehenden Weihnachtsgeschäfts etwas glamouröser ausfallen können als unterjährige Artikel. Aber auch ganz bodenständige, einheimische Ideen und nachhaltige Produkte liegen immer stärker im Trend“, so Schulz vorab. Wie sich zeigte, standen diesmal besonders Elektronik-Artikel und Handy-Zubehör im Fokus der Besucher.

ZWANGLOSE ATMOSPHERE

Mit seiner Prognose lag Schulz mitnichten daneben, denn das Interesse am beliebten bwg-Traditionsevent war auch dieses Mal groß. Die Veranstalter registrierten summa summarum 970 Teilnehmer. Davon zählte man 321 Mitarbeiter auf Ausstellerseite und 637 Personen als Besucher aus dem Werbemittelhandel (darunter 208 von dem bwg angeschlossenen Händlern).



Zudem kamen auch 19 Medienvertreter zur Trend. Entsprechend lebhaft war der Zuspruch vor allem am ersten Messttag. Eine überarbeitete Raumaufteilung sorgte für einen optimierten Rundlauf der Besucher. Auch das PSI-Netzwerk warb im Reigen der Aussteller für die umfassenden Services seines Netzwerks. „Alle verfügbaren Ausstellerplätze waren restlos ausgebucht. Wir freuen uns sehr, dass wir die Aussteller der letzten Jahre wieder begrüßen und auch neue Aussteller dazugewinnen konnten. Eine Umfrage unter Ausstellern und Besuchern zeigt, dass das Konzept der Messe mit einer Mischung aus Informationsständen, viel Raum für Gespräche und der Abendveranstaltung zur Vertiefung der Geschäftskontakte für unsere Branche ideal ist. 92 Prozent der Befragten schätzen die Möglichkeit, nicht oberflächlich durch volle Messegänge huschen zu müssen, sondern nachhaltige, wertvolle Kontakte knüpfen zu können“, so Joachim Schulz in seinem Fazit. „Ob die Messe 2015 in ihrem 28. Jahr jedoch wieder im Euromoda-Zentrum



Der bwg-Vorsitzende Joachim Schulz begrüßte die Gäste der Abendveranstaltung im Apollo-Theater

Beim sich an das Abendessen und die Bühnenshow anschließenden Get-together wurde noch bis tief in die Nacht ausgelassen genenutzt und gefeiert.

Neuss stattfinden wird oder man nicht eventuell einmal neue Örtlichkeiten ausprobiert, bleibt abzuwarten“, hieß es von Seiten des bwg. Im Vordergrund der Trend, die erneut mit ihrer zwanglosen Atmosphäre punktete, stand neben der Information über neue Produkte und Trends vor allem auch das Netzwerken. Den besten Rahmen hierfür lieferte auch diesmal die Abendveranstaltung des ersten Messtags, bei der es genügend Gelegenheit gab, die am tagsüber begonnenen Gespräche zu vertiefen und neue Branchenkontakte zu knüpfen.

FESTLICHE SOIREE

An der festlichen Soiree im Apollo-Theater in Düsseldorf nahmen 385 Personen teil. In seiner Begrüßung hieß der bwg-Vorstandsvorsitzende Joachim Schulz alle Gäste willkommen. Da es viel Lob und positive Resonanz für den Event im vergangenen Jahr gab, habe man das Apollo-The-



Die Abendgäste im Apollo-Theater wurden mit einem Drei-Gänge-Menü verwöhnt.

Der festliche Dinner-Abend im Apollo-Theater in Düsseldorf stand ganz im Zeichen einer atemberaubenden Bühnenrevue voller Akrobatik, Tanz und Magie. Artisten, Tänzer, Illusionisten und einer Vielzahl Künstler boten mit der Show „Stars of Hollywood“ bestes Entertainment.

ater in Düsseldorf erneut zum Schauplatz der diesjährigen Abendveranstaltung erwählt, so Schulz, der sein Wort dann vor allem auch an die anwesenden Nicht-bwg-Mitglieder richtete: Im Hinblick auf das derzeit wegen der Themen Compliance und Steuer schwierige Geschäft sei der Zusammenschluss von Unternehmen besonders wichtig, um gemeinsam die Bedingungen für die Branche zu verbessern. Nur starke Verbände seien imstande, gegen ungünstige Rahmenbedingungen etwas zu bewirken. Schulz wies auf die aktuellen Aktivitäten hin und appellierte, den Verband dabei zu unterstützen. Persönlich dankte Joachim Schulz der neuen bwg-Geschäftsstellenleiterin Judith Metzler und Branchenurgestein Klaus Beyer für die Organisation. Ein weiterer Dank ging an den Vorstand sowie an alle teilnehmenden Lieferanten und Händler. Schließlich gratulierte Schulz noch dem bwg-Vorstandsmitglied Carsten Lenz, der seinen Geburtstag im Kreis der Gäste verbrachte, und wünschte allen noch einen erfolgreichen Messerlauf.

„GENUSS UND GUTE KOMMUNIKATION“

Der weitere Abend beinhaltete gemäß dem Wunsch des bwg-Vorsitzenden dann auch „viel Spaß, Genuss und gute Kommunikation“. Nach einem kulinarisch anspruchsvollen Menü zeigten die Akteure des Varietétheaters dem Motto der Trend entsprechend ein Showprogramm mit dem Titel „Stars of Hollywood“. Die atemberaubende Bühnenrevue bot Akrobatik, Tanz und Magie auf hohem Niveau. Artisten, Tänzer, Illusionisten und Sänger sorgten für eine äußerst kurzweilige Stunde, bevor sich die Abendgesellschaft im Foyer beim Get-together zum entspannten Networking zusammenfand. Eine Band sorgte für schwungvolle Tanzmucke und der Abend zog sich bei kühlen Getränken noch lange im ausgelassenen Feerrhythmus dahin.

Kontakt: www.bwg-verband.de



SPEED STRAP

BÜNDELT – HÄLT – MARKIERT

» **BEQUEM** » **SCHNELL**
» **FLEXIBEL**



Das Multi-Band mit Klettverschluss

Jeder Idee ihr eigener SpeedStrap

Ihr Logo bzw. Ihre Botschaft wird außen auf dem Klettteil des SpeedStrap platziert. Damit sind Sie immer im Blickfeld – egal, ob der SpeedStrap den Einkauf auf dem Fahrrad festhält oder vorübergehend auf seinen nächsten Einsatz wartet.

- **Länge:** 160 cm plus 20 cm Druckfläche. **Breite:** 5 cm.
Andere Breiten und Längen auf Anfrage.
- **Farben:** Ihre Pantonefarbe bereits **ab 500 Stück**
- **Preise für 160x5 cm mit einfarbigem Druck:**

ab 500 Stück: 2,50 Euro	ab 2.000 Stück: 1,79 Euro
ab 1.000 Stück: 1,99 Euro	ab 3.000 Stück: 1,59 Euro

Zzgl. Vorkosten, zzgl. MwSt.
- **Verpackung:** SpeedStrap wird in einer werbewirksamen klarsichtigen Box geliefert.



Ihr Gratis-Infopaket zum SpeedStrap jetzt unverbindlich anfordern:

SpeedStrap by
Art di Como Design GmbH
Oskar-Sembach-Ring 6
D-91207 Lauf a. d. Pegnitz

Tel.: +49 (0) 9123 - 98 99 80
E-Mail: info@artdicomo.de



PROMOTIONAL PRODUCTS WEEK 2014

EINE WIRKLICH ROCKENDE WOCHE

Die Woche vom 15. bis 19. September stand ganz im Zeichen der Promotional Products Week 2014. Es war eine brillante Woche – und eine fantastisch erfolgreiche. Zu diesem Schluss kam die BPMA, die die Woche rund um den Werbeartikel ausgerichtet hatte.

In ihrem Abschlussbericht zeigte sich die British Promotional Merchandise Association mehr als zufrieden und glücklich. Mehr als 150 Mitglieder waren in die aktive Bewerbung der Promotional Products Week involviert. Die PR-Kampagne erreichte 17,8 Millionen Menschen, und das waren mehr als doppelt so viele wie noch im Jahr zuvor. Mit dem umfassenden Social Media Programm wurde über eine halbe Million Menschen angesprochen. Social Media kam überhaupt eine Schlüs-

selrolle zu. Die Devise hieß: Interesse wecken und gezielt über Aktivitäten informieren, darüber, was zu erwarten ist und worauf unbedingt geachtet werden sollte. Alle Social Media-Kanäle wurden aktiv genutzt, Inhalte gepflegt und täglich auf den neuesten Stand gebracht. Das Resultat war eine enorm gestiegene Zahl an „followers and likes“. Zusätzlich wurde YouTube als aufmerksamkeitsstarke Plattform während der gesamten Kampagne genutzt, um einige herausragende Praxisbeispiele rund

Nur keine Berührungsängste. Für Werbeartikel gibt es schließlich viele Zielgruppen.

um den Einsatz von Werbeartikeln zu demonstrieren. Und für all diejenigen, die bislang nicht wussten, dass Werbeartikel in gewisser Weise magisch sind, trat Zauberer Jamie Raven den Gegenbeweis an. Er integrierte gleich drei Produkte – ein T-Shirt, einen Kugelschreiber und einen Rubik-Würfel – in individuelle Zaubertricks. Offiziell startete die Woche mit dem Studententag. 25 Studierende der Brunel University zogen durch Londons Straßen und verkündeten die Botschaft der Kampagne: „Werbeartikel rocken“. Und die Studierenden rockten die Woche selbst – in Pink. Die Gruppe, auffallend gekleidet in pinkfarbene T-Shirts und bestückt mit ebensolchen Schirmen, erregte jede Menge Aufsehen – und das auch an so markanten Punkten wie Trafalgar Square, Houses of Parliament, dem Riesenrad „The London Eye“ und Waterloo Station.

„DESKIES“ WAREN DER GROSSE HIT
Während der Promotional Products Week wurden auch die Ergebnisse der Studie „What’s on your desk“ veröffentlicht, die einige faszinierende Einblicke gewährte.



Eine davon war die Erkenntnis, dass neun von zehn Befragten einen Kugelschreiber mit Werbeaufdruck auf ihrem Schreibtisch liegen haben. Diese „Deskie Challenge“ zeigte zudem, was sonst gerne auf dem Schreibtisch aufbewahrt wird. Die lustige und ungewöhnliche Kampagne erlangte so viel Aufmerksamkeit, dass jede Menge „Deskies“, also Fotos von Schreibtischen, gepostet wurden. Eine kurze Zusammenfassung der Studienergebnisse steht am Ende dieses Beitrags.

WERBEARTIKEL IM ZEICHEN DES SCHOTTISCHEN REFERENDUMS

Die Promotional Products Week dieses Jahres fiel mit dem Referendum in Schottland zusammen. Ein BPMA-Mitglied, das von dem Referendum auf besondere Weise profitierte, war ein schottisches Werbeartikelunternehmen, bei dem sowohl die „Yes“- als auch die „No“-Seite orderte. Um die Sache des Referendums zu unterstützen, spendete PSI Mitglied Hainenko Textliner, die an beiden Stiftern als Marker genutzt werden konnten. Der damalige schottische First Minister Alex Salmond, der britische Premierminister David Cameron und der britische Labour-Politiker Alistair Darling sowie mehr als 50 schottische Parlamentsmitglieder und eine Vielzahl an Jour-



nalisten erhielten den „referendum voting highlighter“. Mit der roten Markenseite wurde für ein Vereinigtes Königreich und damit für 'Nein' gestimmt. Die blaue Seite stand für Schottland und ein 'Ja'.

POSITIVER LÄRM UM EINE WUNDERBARE BRANCHE

Das Feedback der BPMA-Mitglieder war besonders positiv. Sie bescheinigten den Aktivitäten der BPMA, dass sie enorm geholfen hätten, Markenprofile zu schärfen. Dazu trugen auch Musterartikel bei, die an unterschiedliche Pressevertreter und Verantwortliche in Londoner Marketinggesellschaften verteilt wurden. Eine Stimme sagte sogar, dass die ganze Aktion eine sehr gute

Während der Promotional Products Week traf das originelle Promotion-Team auf echte Originale.



Gelegenheit war, „mal etwas Lärm um unsere wunderbare Branche zu machen“. Gordon Glenister, Chef der BPMA und Organisator der Woche, brachte es auf den Punkt: „Es war eine absolut brillante Woche und die Rückmeldungen waren fantastisch. Nie-



Werbeartikel rocken. Dieses Motto wurde deutlich gelebt.

mand von uns hätte den aufmerksamkeitsstarken Einsatz von Werbeartikeln im Rahmen des schottischen Referendums missen wollen. Wir schätzen, dass 250.000 Britische Pfund in Werbeartikel gesteckt wurden. Das ist der größte Anteil, der jemals in eine politische Kampagne investiert wurde.“ Und er fügt hinzu: „Für die Promotional Products Week 2015 haben wir schon Pläne in der Pipeline. Schließlich fällt diese Woche im nächsten Jahr mit dem 50-jährigen Jubiläum der BPMA zusammen. Da das eine doppelte Feier wird, möchten wir natürlich, dass alles etwas größer wird. Die gesamte Branche soll dann von Beginn an involviert werden.“

WAS SICH SO ALLES AUF SCHREIBTISCHEN BEFINDET

Während der Promotional Products Week wurden auch die Ergebnisse der Studie „What’s on your desk“ veröffentlicht. Sie lieferten einen Beweis dafür, wie stark Werbeartikel wirken, und gewährten einige faszinierende Einblicke. Von allen Werbeartikeln, die sich auf einem Schreibtisch finden, rangiert der Kugelschreiber mit 89 Prozent unangefochten auf Platz 1. In gebührendem Abstand folgen Becher (65 Prozent), Haftnotizen und Kalender (beide mit je 54 Prozent), Notebooks (51 Prozent) und Mousepads (49 Prozent). Somit ist es nicht verwunderlich, dass nahezu jede fünfte Per-

son den Kugelschreiber wählen würde, dürfte sie nur einen Werbeartikel auf dem Schreibtisch behalten. Auf den weiteren Plätzen folgen Kalender (14 Prozent) sowie Becher und Notebooks (mit je 13 Prozent).

STUDIE BEKRÄFTIGT WIRKSAMKEIT VON WERBEARTIKELN

Die Studie ging noch etwas weiter als lediglich zu untersuchen, welche Werbeartikel sich auf dem Schreibtisch befinden. So war ein weiteres Ergebnis, dass 83 Prozent der Befragten den Namen der Marke oder des Unternehmens nennen konnten, der auf den Werbeartikeln aufgebracht ist. Und, was besonders interessant ist, dass 83 Prozent der interviewten Gruppe bereits etwas von den Firmen, von denen sie Werbeartikel erhalten haben, gekauft haben. Darüber hinaus förderte die Studie zutage, dass vier von fünf Personen Werbeartikel, die sie bekommen haben, für sich selbst behalten. Und, ganz entscheidend, 96 Prozent der Befragten sind davon überzeugt, dass gebrandete Werbeartikel die Wahrnehmung der Firmen, die sie ausgeben, verstärken. Mehr zu Promotional Products Week und Studie unter www.bpma.co.uk.

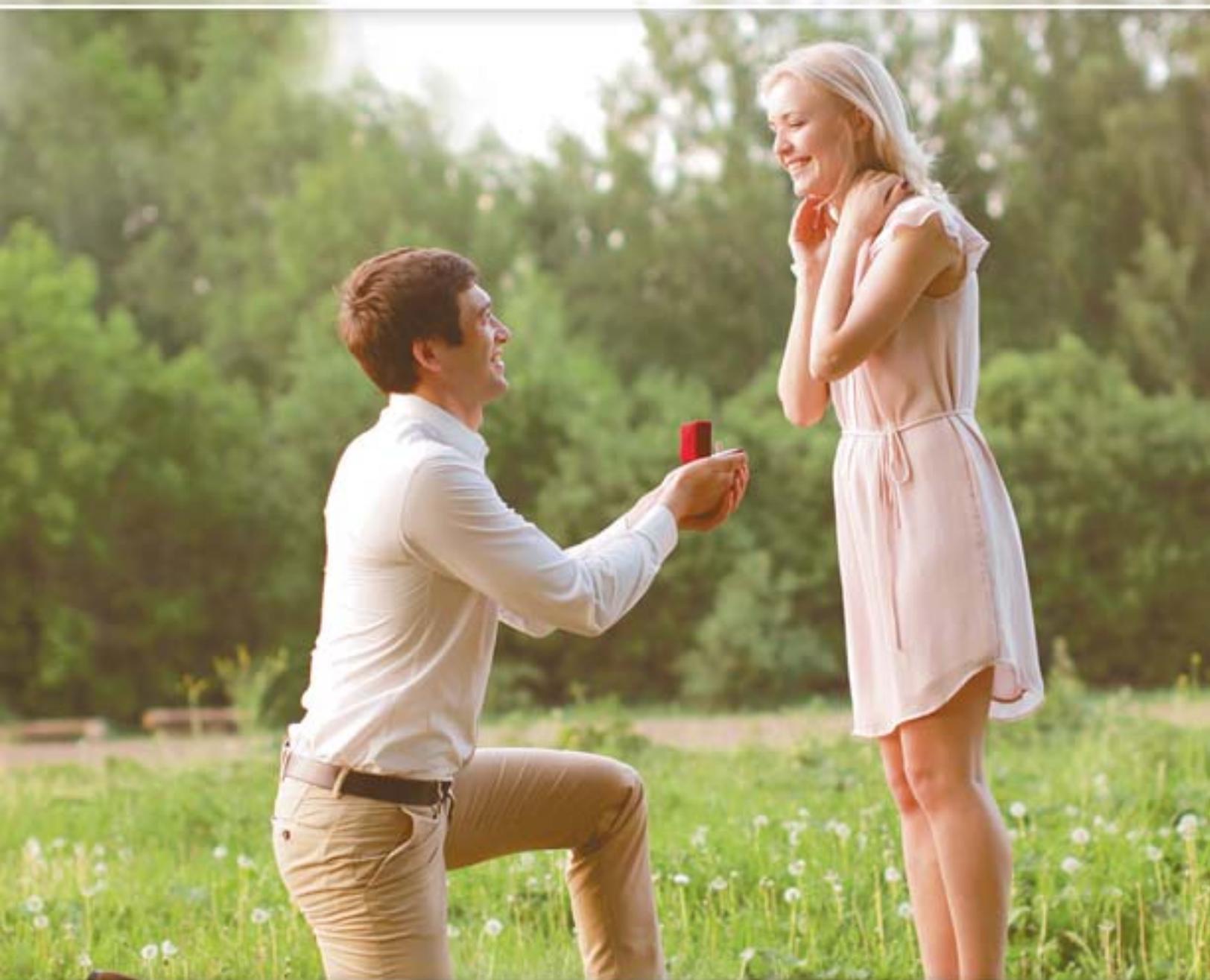


„Deskies“ aufnehmen und posten war der große Hit.

<

Gifts from Poland
with **taste, love** and **passion...**

Engagement Guaranteed by PIAP



PIAP

PIAP - Polish Chamber of Promotional Articles

www.piap-org.pl



LAPTOP, SMARTPHONE UND TABLET

MODERNE ZEITEN

Dass auch die Werbemittelbranche stets auf der Höhe ihrer Zeit agiert, zeigt die Produktgruppe, deren Neuheiten wir auf den nächsten Seiten vorstellen. Die Werbeartikel zu diesem Thema demonstrieren, wie wirksam sich neue Medien und dreidimensionale Werbung ergänzen lassen.

Die neuen Medientechniken boomen. Was einmal mit dem Radio begann und sich dann mit dem Fernseher fortsetzte, präsentiert sich heute als mediale Vielfalt, deren Produkte jährlich steigende Milliardenumsätze verzeichnen. Dazu zählen alle elektronischen, digitalen und interaktiven Medien sowie der Kontext Multimedia und Netzpublikationen. Aus dem weiten Feld der in diesem Themenkreis angesiedelten Produktgruppen haben wir drei Bereiche ausgewählt, in denen auch Werbeartikel wirksame Dienste leisten und ebenso deutlich veranschaulichen, dass die Branche stets auf der Höhe ihrer Zeit agiert. Das Zusammenspiel von digitalem Zeitalter (und diesem adäquaten Geräten wie Laptop, Smartphone und Tablet) und dreidimensionalen Werbemedien ist ständig gegenwärtig und generiert durch den täglichen Umgang eine wünschenswert nachhaltige Werbewirkung. Oftmalige Schnittstelle der beiden Bereiche ist der sogenannte „Universal Serial Bus“, kurz USB, ein universelles, leistungsfähiges System zur Verbindung eines Computers mit externen Geräten. Einige dieser Geräte sind überhaupt erst mit USB entstanden, darunter beispielsweise der USB-Speicherstick, der als beliebtes wie nützliches Werbeprodukt in immer wieder neuen Formen, Farben und Varianten eingesetzt wird. <



NUR EIN „CLICK“

Das Modell Goodram „CLICK“ von Wilk ist ein klassischer USB-Stick, der durch einen originellen Öffnungs-/Schließmechanismus auffällt. Mit nur einem „Klick“ bewegt sich das USB-Verbindungsstück aus dem Stick heraus. Eine spezielle Arretierung garantiert den sicheren Gebrauch zum Anschluss des Sticks am Computer. Dieser pfiffige Mechanismus löst auch das Problem verlorener USB-Deckel. Dank des klassischen wie praktischen Gehäuses bleibt genügend Platz für einen attraktiven Logoaufdruck. Eine entsprechend hohe Kapazität erlaubt nicht nur die Sicherung wichtiger Dokumente bis zu 32 GB, sondern beispielsweise auch das Speichern bis zu 7600 Fotos oder acht Stunden an Filmen in HD-Qualität, heißt es bei Wilk.

47688 • Wilk Elektronik SA • Tel +48 32 7369000

www.goodram.com • sales@wilk.com.pl



NÜTZLICH UND EFFEKTIV

Mousepads erleichtern das Arbeiten mit der Maus und dienen gleichzeitig als weiche Handunterlage. Wohl kein anderes Produkt wird täglich länger genutzt und damit auch wahrgenommen. Das macht das Mousepad auch zu einem effektiven Werbeträger. Thekenmatten finden häufig Verwendung bei Produktpräsentationen, oder im Bereich der Warenausgabe und schützen so das Mobiliar. Das Unternehmen Eichner fertigt beide Produkte in den gewünschten Formen, Größen und Farben. Im Siebdruckverfahren können nahezu alle Wünsche einer Werbebotschaft (Fotos, Logos, individuelle Texte) umgesetzt werden. Die Verwendung qualitativ hochwertiger Materialien garantiert hohe Rutschfestigkeit und lange Lebensdauer.

49266 • Eichner Organisation GmbH & Co. KG • Tel +49 9561 2707-0

info@eichner-org.de • www.eichner-org.com

Need a shape? Try with us



maikii.

Your promotional
Power Bank supplier.

Maikii Srl
Via G.Bortolan 44
Vascon di Carbonera
31050 (TV) Italy

+39 0422 44 77 00
+39 0422 44 77 14
sales@maikii.com
www.maikii.eu



HANDY STAMPS

Seit 1957, so lange tüfteln Ingenieure und Designer von Shiny an den Stempeln mit dem gewissen Etwas. Die Wallburg GmbH stellt nun die sogenannten „Handy Stamps“ vor. Es sind mobile Stempel für alle Lebenslagen, ob privat oder geschäftlich, als Gadget oder Kontrollstempel: Mit einem Handy Stamp eröffnen sich unzählige Möglichkeiten. In verschiedenen Farben und Größen erhältlich, erfüllt Wallburg mit dem Handy Stamp („fast“) jeden Kundenwunsch.

49091 • Wallburg GmbH • Tel +49 7253 94460
info@wallburg.net • www.shinystempel.de

HERAUSSTECHEN AUS DER MASSE

Elektronische Gadgets sind innovativ, hochwertig und die optimalen Werbemittel für das 21. Jahrhundert. Werbeartikelhändler haben mithilfe von KMS Medienservice aus Köln jetzt die Möglichkeit, ihren Kunden individuelle Powerbanks, Lautsprecher oder Headsets anzubieten. Rund 40 elektronische Gadgets hat die KMS seit August 2014 neu im Sortiment. Powerbanks zum Beispiel, die Smartphones, Tablets oder Kameras unterwegs mit Strom versorgen, bieten Unternehmen eine auffällige und nachhaltige Werbefläche. Dazu zählt etwa die „HEJU Flat“, eine sehr dünne Powerbank aus Aluminium mit den Maßen eines iPhones. Die „HEJU Colorado“ wiederum verfügt über Lautsprecher und einen mobilen Halter für Smartphones, die „HEJU Domino“ ist ein winziges Ladegerät im Dominostein-Format. Ein besonders nachhaltiger „Hingucker“ ist die „HEJU Outdoor“, eine Solarmatte zum Aufladen sämtlicher Smartphones. Zu den Neuheiten zählen zudem moderne Headsets, Kopfhörer und angesagte mobile Accessoires wie das „Smartwallet HEJU“, ein selbstklebender Halter für Personalausweis, Führerschein und Kreditkarten. Auch mobile Lautsprecher in Golfball- oder Becherform vereinen Nutzwert und Individualität. Der „HEJU Dice“ beispielsweise hat die Form eines Würfels, ist klein, kompakt und auch preislich sehr attraktiv. Für Werbeartikelhändler produziert, bedruckt, verpackt, versendet und konfektioniert KMS bei Bedarf sämtliche Werbemittel und bietet ihnen so ein komfortables Rundum-Servicepaket an.

48108 • KMS Kafitz Medienservice GmbH • Tel +49 2234 9908-460
lm@kms.eu • www.kms.eu



www.tln-trader.de

Der Shop nur für
Händler und Agenturen

POWERBANKS BEI TLN - UNSERE HERBSTAKTION



◀ **Powerbank Starlight 2200 MAH
inkl. Ladekabel 3 in 1**

Mobiles USB-Ladegerät für viele Smartphones und Tablet's.
Leistung: 5V/2200 MAH
Maße: 92x22x22 mm
Maße der Werbefläche: 87x14 mm
Lieferzeit: ca. 3 Wochen

Aktionspreise:

Inkl. Druck oder Gravur und Verpackung

Abnahme	Stückpreis*
100 Stück	4,99 Euro*
250 Stück	4,79 Euro*
500 Stück	4,49 Euro*
1.000 Stück	4,29 Euro*



ACHTUNG ERSTBESTELLER

Auf Ihre Erstbestellung bei tln-trader.de erhalten Sie zusätzlich einen Rabatt von 5%.



◀ **Powerbank Akku Smart 2200 MAH inkl. 3 in 1 Kabel**

Mobiles USB-Ladegerät für viele Smartphones und Tablet's.
Leistung: 5V/2200 MAH
Maße: 95.5x21.5x23 mm
Maße der Werbefläche: 87x14 mm
Lieferzeit: ca. 3 Wochen

Aktionspreise:

Inkl. Druck oder Gravur und Verpackung

Abnahme	Stückpreis*
100 Stück	3,99 Euro*
250 Stück	3,79 Euro*
500 Stück	3,49 Euro*
1.000 Stück	3,35 Euro*

REGISTRIEREN & GEWINNEN

Jetzt auf www.tln-trader.de registrieren!
Unter den ersten 100 Anmeldungen
verlosen wir ein **Apple iPad, 16 GB, WiFi.**

*Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

*** Preisangaben**

Alle Preise verstehen sich zuzüglich MwSt. ab Lager Mainz-Hechtsheim.
Preisänderungen aufgrund von Währungsschwankungen vorbehalten.
Die Aktionspreise sind gültig solange Vorrat reicht.

MOBILER 3-MONATSKALENDER

Im Jahr 1937 hat terminic den 3-Monatskalender erfunden – jetzt ist der Bremer Kalenderhersteller auch der Erste, der den 3-Monatskalender „mobil macht“ und ihn als App auf Smartphones und Tablets bringt. Wie beim Print-Klassiker, dem Wandkalender, legt terminic auch bei der App viel Wert auf eine klare, übersichtliche Darstellung des Kalenders, einfache Bedienbarkeit und einen extra großen Planungszeitraum. Der mobile 3-Monatskalender ermöglicht individuelle Terminorganisation und bietet unter anderem eine Jahresansicht mit Zoomfunktion sowie eine innovative Suchfunktion. Außerdem ist ein bundesweiter Ferienkalender in der App integriert. Die terminic GmbH produziert seit mehr als 75 Jahren hochwertige Wandkalender mit 3-, 4-, 5- oder sogar 6-Monatsübersicht, die als effektives Werbemittel und Planungsinstrument branchenübergreifend eingesetzt und in nahezu alle Länder der Welt verschickt werden, mit Kalendarien in über 30 Fremdsprachen als Standard. Die neue App ergänzt dieses vielfältige Produktsortiment jetzt um eine digitale Kalendervariante.

41308 • terminic GmbH • Tel +49 421 871450
 info@terminic.eu • www.terminic.eu



17. bis 19. März 2015
Hannover
 www.psi-promotion-world.de



**JETZT
 MESSESTAND
 BUCHEN!**
 sales@psi-promotion-world.de

WIRKT

Deutsche Messe
 Reed Exhibitors

Fachmesse für haptische Werbung und Multisensorik

VOLLE POWER FÜR UNTERWEGS

Mit der Powerbank „Endurance“ von Inspirion sind pausenloses Telefonieren und stundenlanges Internetsurfen kein Problem mehr. Die mobile Energiereserve verspricht auch unterwegs unbegrenzte Nutzung des Mobiltelefons. Wenn der Akku des Telefons schlapp macht, versorgt die Aufladestation Geräte mit Strom. So bleiben Smartphone, iPhone und USB-betriebene Geräte auch abseits der Steckdose stets einsatzbereit. Das Energiebündel im Mini-Format überzeugt mit einem leistungsstarken Lithium-Ionen-Akku von 2200 mAh. Zudem besitzt die Powerbank eine Eingangsleistung von 5V und eine Ausgangsleistung von 5V/1000 mA. Aufladen lässt sich die Powerbank per USB-Kabel. Zudem ist das Gerät mit einer roten Ladekontroll-LED und einer blauen LED-Funktionsleuchte ausgestattet. Die Powerbank mit edlem Metallgehäuse ist in vier Farben verfügbar.

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



GEBALLTE HIGH-END TECHNIK

Die „wahrscheinlich dünnste Powerbank der Welt“ hat Global Player Marketing im Sortiment. Mit einer Dicke von nur 4,5 Millimeter ist das Ladegerät aus Edelstahl in der Größe einer Kreditkarte sehr handlich und kann bequem immer und überall mit hingenommen werden – egal ob in Hand-, Hemd-, Hosen- oder Brieftasche. Die Powerbank verfügt über eine digitale Ladestandsanzeige, die darüber informiert, wie viel der gespeicherten Energie noch in dem Polymerakku steckt. Aufgrund seiner starken Leistung kann der Akku nicht nur Kleingeräte wie Smartphones laden, sondern auch Digicams, MP3 Player, Tablets und iPads. Außerdem lässt sich das energiegeladene Produkt mit nahezu allen Druck- und Werbetechniken veredeln. Im Falle einer Sonderproduktion ist es sogar möglich, die seitliche Kunststofflinie in Kundenfarbe umzusetzen. Auf Wunsch kann die Powerbank auch farblich eloxiert werden. Optional ist ein elegantes Kunstlederetui erhältlich, das zudem einen Steckplatz für Visitenkarten bereithält.

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

RECHARGE IN STYLE



Avenue

PB-4400
POWERBANK
12356500

POWERBANK SPECIALIST



Zoom

PB-5600
POWERBANK
X-TREME
12356500



ZWEI IN EINEM

Er ist Verpackung und Reinigungstuch in einem: der Mikrofaserbeutel von Kundenpflege. Die Mikrofaserbeutel dienen nicht nur zur Aufbewahrung und zum Schutz von Smartphone, Brille, Handy, MP3-Player oder sonstigen empfindlichen Produkten, sie sind gleichzeitig auch zur Reinigung von allen glatten Oberflächen wie Displays oder Brillengläsern geeignet. Standardmäßig ist der Mikrofaserbeutel in der Größe 170 x 95 mm lieferbar. Weitere Größen sind bereits ab 500 Stück auf Anfrage erhältlich. Der Digitaldruck, der eine komplett individuelle Gestaltung des Beutels bietet, macht diesen Streuartikel zu einem wirkungsreichen Werbeträger. Auf Wunsch kann das Logo auch auf die Beutel geprägt werden.

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



FITNESS, FREIZEIT UND STYLE

Das B1 Talkband von Huawei verbindet Fitness, Freizeit und Style in einem. Das hochwertige thermoplastische Silikon passt sich wie eine zweite Haut an das Handgelenk an. Die Sportfunktionen umfassen Zeitmessung, Schrittzähler, Distanzmessung und verbrauchte Kalorien. Außerdem dient das Talkband auch als Headset mit Schnellzugriff. Die wichtigsten Infos werden direkt auf dem 1,4 Zoll großen und flexiblen OLED Display angezeigt. Das Armband ist UV-beständig und schweißabweisend, zudem auch hypoallergen. Die Betriebszeit beläuft sich auf 144 Stunden (Bluetooth™ verbunden) oder 336 Stunden (Bluetooth™ getrennt) – je nach den Nutzungsgewohnheiten. Die Sprechzeit beträgt circa sieben Stunden, wobei die Ladezeit nur rund zwei Stunden beträgt. Die Aufladung erfolgt per USB.

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



Nachhaltige Werbung ist das Stichwort – bleiben Sie und Ihre Anzeigen nachhaltig im Gedächtnis Ihrer Kunden.



„...“ und
 „...“
 Redaktionsschluss: 17.10.2014
 Anzeigenschluss: 3.11.2014

„...“
 Redaktionsschluss: 7.11.2014
 Anzeigenschluss: 13.11.2014

„...“ und
 „...“
 Redaktionsschluss: 15.12.2014
 Anzeigenschluss: 16.1.2015

„...“ und
 „...“
 Redaktionsschluss: 16.1.2015
 Anzeigenschluss: 6.2.2015

„...“ und „...“
 Redaktionsschluss: 18.2.2015
 Anzeigenschluss: 6.3.2015

PSI-Netzwerk

Telefon +49 (0) 211 90191-114/-150, Fax +49 (0) 211 90191-180, E-Mail verlag@psi-network.de



Microfaser-Multitalent Die Top-Innovation 2015!

- Mousepad
- Komplett individ. Druck, z.B. mit Kalender 2015
- Displayschutz
- Bildschirmreiniger
- Feine Microfaser mit rutschfester Unterseite



Wir haben noch mehr High-Tech-Helfer:

Handy Cleaner



Handy Beutel



Handy Taschen



2015

JANUAR

M	D	M	D	F	S	S
	1	2	3	4		
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	



Asia Pins Direct
Erfahrung hat Zukunft



Teltower Damm 281 -283 14167 Berlin
Tel: +49 [0] 30 720 200 400

info@apd-gmbh.de
www.asiapinsdirect.de



SCHMUSEKISSENGETESTET

Kein Schnick und kein Schnack, hier überzeugt die reine Funktion: Der Tabletständer „Anywhere“ ist ein aus einem Stück Kunststoff gefertigter smarter Typ und hält iPad & Co. in zwei Aufstellwinkeln fest. Das Tablet sitzt immer, flach und steil, selbst beim Frühstück im Bett und ist laut Lieferant Troika „garantiert schmusekissengetestet“. „Anywhere“ wird geliefert inklusive Stylus und weichem Microfasertuch zur Displayreinigung. Die Werbeanbringung erfolgt per Druck beliebig auf Tabletständer und/oder auf Stylus.

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



„DR. PÖMPEL“ HILFT

Einfach, praktisch und absolut im Trend bei der modernen Zielgruppe ist der portable thanxx Handyhalter „Dr. Pömpel“, den es bei Spranz gibt. Der Saugnapf im Saugglockendesign ist aus Silikon gefertigt und eignet sich bestens zum Aufstellen eines Smartphones. Damit sorgt „Dr. Pömpel“ für eine entspannte Sicht auf News, Videos oder Mails. Geliefert wird das sau(g)starke Teil in einer Design-Displaybox. Mehr Artikel zu diesem oder vielen anderen Themen sind in der aktuellen Spranz Kollektion zu finden.

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

PSI 2015
7th - 9th JANUARY
DÜSSELDORF

STYLE YOUR BUSINESS

BOOK YOUR TICKET NOW!
www.psi-messe.com/ticket

Reed Exhibitions

And the winner is... you?

Bewerben Sie sich jetzt!

Die **PSI – Campaign of the Year** prämiert den erfolgreichen Einsatz eines Werbeartikels im Rahmen einer Kampagne.

Alle Informationen zur Anmeldung finden Sie auf unserer Website unter www.psi-network.de/award.

Der Anmeldeschluss ist der 1. Oktober 2014.
(Datum des Poststempels oder Eingang der Unterlagen per E-Mail)



Wir sind gespannt auf Ihre Kampagne und freuen uns, Ihr Unternehmen zu den Teilnehmern der **PSI – Campaign of the Year** zählen zu dürfen.



Reed Exhibitions Deutschland GmbH

Völklinger Straße 4 | 40219 Düsseldorf | Germany

Sarina Peters | Tel.: +49(0)211-90 191152 | Email: Sarina.Peters@reedexpo.de
www.psi-network.de/award



HIPPES NEON FILZ

Der NEON-Trend macht auch vor den bewährten Wollfilz-Artikeln vom mbw keinen Halt. Schlüsselbänder, Smartphone- und Tablettschen zielt jetzt auf Wunsch ein hippes NEONfarbenes Highlight. Es kann aus fünf Wollfilzfarben und drei NEON-Farben gewählt werden. Das robuste Farbband wird mit farblich passendem Garn aufgenäht. Der Wollfilz stammt aus deutscher Produktion. Ebenso wird die gesamte Herstellung der NEON-Filz-Artikel in regionalen beschützenden Werkstätten durchgeführt. Eine Werbeanbringung erfolgt auf Anfrage.

42020 • mbw Vertriebsges. mbH • Tel +49 4606 9402-0
info@mbw.sh • www.mbw.sh



LEICHT UND FLÜSSIG

Die neuartige Zuluu Organic Touch Technologie ermöglicht es nun, Smartphones oder Tablets wie mit dem eigenen Finger zu bedienen. Der von Krüger & Gregoriades offerierte „Zuluu Organic Touch“ verbindet elegantes Design und zeitgemäße Funktionalität und ist auf allen kapazitiven Touchscreens einsetzbar. Der Tintenroller-Stift aus Aluminium/Kunststoff schreibt leicht und flüssig und bietet durch die blaue Großraummine „Zuluu Z1“ einen hohen Schreibkomfort. Die Konusspitze besteht aus Edelstahl. „Zuluu Organic Touch“ wird auf einer Doppelblisterkarte geliefert und ist in den Farben Weiß, Silber und Schwarz erhältlich. Die Minen sind auch einzeln im 2-er Pack nachbestellbar (blau und schwarz).

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



BUNTE TIPS FÜR DEN TOUCH

Er bringt Farbe ins digitale Leben: Der hochwertige Rainbow Stylus kommt mit austauschbaren Tips in sieben fröhlich-bunten Farben daher, die auch noch zusätzlich die Nutzungsdauer verlängern. „Colour your Click – beim nächsten Touch auf den Screen“, empfiehlt Troika. Der Korpus des Rainbow Stylus ist in edlem Schwarz gehalten (Material: eloxiertes Aluminium). Geworben werden kann durch Druck und Gravur auf dem vorderen Teil des Stylus oder mittig. Ab einer Bestellmenge von 100 Stück ist die Veredelung mittels Gravur kostenlos.

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





KEINE CHANCE DEM DUNKEL

Mit der handlichen und kompakten LED Akku-Handleuchte des Unternehmens Brennenstuhl kann die dunkle Jahreszeit kommen. Mithilfe von zwei sehr hellen LED-Leuchten und einer speziellen Linsenoptik wird auch die dunkelste Ecke hell. Egal ob im Haushalt, beim Handwerken, fürs Auto, beim Camping oder nur für den Keller – ausgestattet mit einem um 360° drehbaren Haken ermöglicht die Handleuchte durch einen integrierten Magneten im stufenverstellbaren Schwenkarm einen Einsatz in nahezu allen Bereichen. Geladen wird das Gerät über den vom Smartphone bekannten Micro-USB-Anschluss ganz einfach mit dem beiliegenden oder einem eigenen Ladernetzteil. Auf Wunsch besteht die Möglichkeit einer Veredelung, heißt es bei Brennenstuhl.

41141 • Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. KG • Tel +49 7071 8801-171
werbemittel@brennenstuhl.de • www.brennenstuhl.com



GEBALLTE „MAIPOWER“

Die tragbaren Ladegeräte vom italienischen Spezialisten Maikii eignen sich ideal als Werbegadgets und können Unternehmen bestmöglich repräsentieren, da sie vollständig an die individuellen Wünsche des jeweiligen Kunden angepasst werden können. Die praktischen Ladegeräte sind mit allen Geräten kompatibel, egal, ob es sich dabei um Smartphones, Tablets oder Digitalkameras handelt. Maikii bietet sowohl klassische Modelle in verschiedenen Formen und Farben als auch Ladegeräte, deren Form und Farbe nach den individuellen Wünschen des Kunden gestaltet und personalisiert werden können: die sogenannten MaiPower Banks.

48283 • Maikii s.r.l. • Tel.: +39 422 447757
info@maikii.com • www.maikii.eu



GLANZVOLLER AUFTRITT

Mit individuellem Werbeaufdruck

www.reidinger.de
Tel.: +49(0)9732 9105-0
Reidinger GmbH | 97762 Hammelburg

TRENDIGES EASY-SELFIE-KIT

Ob Promis aller Couleur, ob Freunde oder Verwandte, ob Nachbar oder Kollege, es wird auf den Auslöser gedrückt, was das Smartphone-Auge hergibt. Es reicht vom Schnappschuss über das Gruppenfoto bis zum Pärchen in der Abendsonne und selbst Barack Obama fotografierte sich jüngst zusammen mit dänischer und britischer Politprominenz. Das Selfie ist Trend und Phänomen zugleich. Ein gelungener Werbeträger, der die Sache des Selbstausslösens nun weiter erleichtert und verfeinert, ist das neue Easy-Selfie-Kit von micx-media. Dazu bieten die multimedialen Profis aus Bielefeld viele verschiedene Bluetooth-Optionen an. Ob z. B. als Schlüsselanhänger oder integriert in verschiedenen Sets mit Holder oder Teleskop-Rack. Aus bis zu zehn Metern Entfernung kann so ganz easy ein Selfie via Bluetooth ausgelöst werden. Trendiger kann ein digitaler Werbeträger kaum sein. Weitere Informationen gibt's direkt bei micx-media.

45899 • micx-media in concept gmbh & co. kg • Tel +49 5205 9910-0
 info@micx-media.de • www.micx-media.de



PSI PROMOTION WORLD
 17. bis 19. März 2015
 Hannover
 www.psi-promotion-world.de

JETZT MESSESTAND BUCHEN!
 sales@psi-promotion-world.de

WIRKT

Deutsche Messe
 Reed Exhibitions
 Fachmesse für haptische Werbung und Multisensorik

SMARTE POWERBANKS

Powerbanks helfen überall da, wo das Smartphone auf Reserve läuft. Mit den Maxco Powerbanks in verschiedenen Formen, Farben und Kapazitäten trägt man die Energie praktisch in der Hosentasche. Aufgeladen werden die Powerbanks über USB an einem PC oder Notebook oder mit Netzteil an einer Steckdose. Die Ladestation für unterwegs ist der ideale Werbeträger, denn sie ist unverzichtbarer Begleiter für Mitarbeiter, Außendienstler, Geschäftsleute und alle anderen Zielgruppen, die permanent unterwegs sind. WP International GmbH übernimmt die exklusive Vermarktung der Maxco Powerbanks in Europa. Zur Auswahl stehen vier Serien: „Apache“ gibt es in drei verschiedenen Kapazitäten von 5.200 mAh, 7.800 mAh und 10.400 mAh und besticht durch ihre „Outdoor“-typische Oberfläche. Der 5400er ist preislich sehr attraktiv und vor allem als Give-away geeignet. Die flachen, stylischen „Razor“ und „Landmark“ sind in verschiedenen ansprechenden und modernen Farbkombinationen erhältlich. „Matrix“, das Premium-Produkt, wirkt in seinem hochwertigen Aluminiumgehäuse puristisch und elegant. Durch die Zusammenarbeit direkt mit dem Werk in China können auch weitere Farbkombinationen angeboten werden. Mehr Informationen gibt es direkt bei WP International.

49305 • WP International GmbH • Tel +49 208 3854818
 kontakt@w-p-international.com • www.w-p-international.com



EIN „ALLESKÖNNER“

Unter der Artikelnummer 815-00.001 präsentiert die Spranz GmbH mit dem thanxx Multihalter „Present&Organize“ einen „Alleskönner“ für den Schreibtisch und unterwegs. Das smarte Teil bietet Handys perfekten Halt. So hat man bei freien Händen alles im Blick und kann beispielsweise auch unterwegs einen Film zu schauen. Mit im Lieferumfang enthalten ist ein integrierter Kopfhöreraufwickler. Der kompakte Multihalter bietet zudem eine große Werbefläche. Mehr zu diesem Artikel oder vielen anderen Themen ist in der aktuellen Spranz Kollektion zu finden.

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

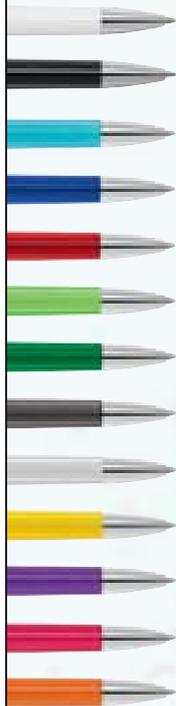


STROM TO GO

Nie wieder über einen leeren Akku ärgern. Das geht ganz einfach mit der Powerbank „Malibu“ von Easy Gifts. Der kleine Akku verfügt über eine Kapazität von 2.200 mAh. Dies reicht aus für eine vollständige Ladung aller gängigen Smartphones. Über das mitgelieferte USB-Kabel kann der Akku einfach am PC aufgeladen werden. Und durch den USB-Anschluss können alle handelsüblichen Ladekabel verwendet werden. Personalisiert wird Malibu mittels eines Tampondruck auf einer Seite.

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

UMA[®]
Die Handschrift
der Werbung



ECHT SCHARF

- PEPP von **UMA**
- ✗ Optisch elegant
- ✗ Anpassungsfähig
- ✗ Fotodruckgeeignet
- ✗ Made in Germany

PEPP transp. SI
1-0145 T-SI

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

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



WEIHNACHTLICHE DATENTRÄGER

Das russische Unternehmen Dragon Gifts empfiehlt als weihnachtliche Aufmerksamkeit für Kollegen oder Geschäftspartner USB-Sticks aus Holz. Die kleinen, praktischen Datenträger erfüllen diese Rolle auf optimale Art, sind sie doch gleichsam modern wie begehrt. Speziell fürs Fest sind sie in Form von Weihnachtsmännern oder Christbäumen erhältlich und vermitteln durch den Werkstoff Holz einen warmen, belebten, nachhaltigen wie umweltfreundlichen Reiz. Die sympathischen hölzernen Daten- und Werbeträger können aber auch ganz nach individuellen Wünschen gestaltet werden. Als Personalisierungsarten stehen unter anderem Siebdruck, Farbdruk, Lasergravur oder Tampondruck zur Verfügung. Nähere Informationen sind direkt bei Dragon Gifts zu erhalten.

49304 • Dragon Gifts • Tel +7 982 6488275

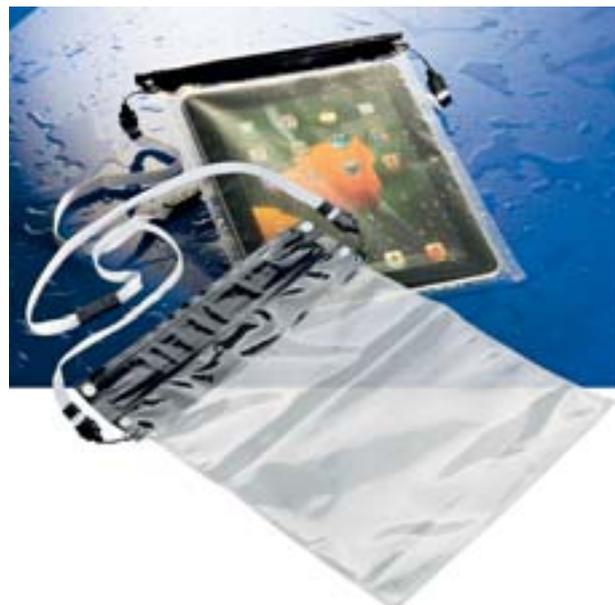
info@dragon-gifts.eu • www.dragon-gifts.eu

TABLETSCHUTZ AM STRAND

Speziellen Schutz bietet die Tablethülle „Malta“ von Easy Gifts. Mit dieser praktischen Kunststoffhülle sind die Tablets (beispielsweise am Strand) vor Sand oder Feuchtigkeit sicher und können trotzdem bedient werden. Durch den speziellen Verschluss lässt sich die Hülle wasserdicht verschließen. Der Schließmechanismus funktioniert via Zipper und Druckknöpfe denkbar einfach. Die gewünschte Werbung druckt Easy Gifts auf den schwarzen Rand der Hülle und liefert „Malta“ einzeln verpackt im Polybeutel.

47300 • Easy Gifts GmbH • Tel +49 911 81781111

info@easygifts.de • www.easygifts.de



ENERGIEFÄNGER FÜR SMARTPHONES

Bühring bietet Handyladestationen aus Wollfilz nach Oeko-Tex Standard 100 – Made in Germany. Der Wollfilz ist als schwerbrennbar und schwachqualmend eingestuft. Vorder- und Rückenteil können auf Wunsch aus verschiedenen Farben gearbeitet und auch mit farbigen Garnen dekorativ genäht werden. Die Tasche kann über den Stecker zum Aufladen an der Steckdose aufgehängt werden. Als Werbeanbringung auf Wollfilz wird Siebdrucktransfer, ein Weblabel oder Stick empfohlen. Die Lieferzeit beträgt ca. vier bis sechs Wochen nach Muster- und Logofreigabe, abhängig von der Menge und der Verfügbarkeit der Farbe. Eine Produktkennzeichnung gemäß ProdSG und Textilkennzeichnungsverordnung ist per Drucklabel innen rechts in der Einschubtasche eingenäht ab 500 Stück möglich (bei kleineren Auflagen durch ein selbstklebendes Etikett innen in der Tasche).

40807 • Gabriele Bühring • Tel +49 4154 79540-0

Vertrieb@Buehring-Shop.com • www.buehring-shop.com





„Naomi“ Nussknacker



TAKE
2
Germany

KNACKIGER
GE“NUSS“ FÜR
ZWISCHENDURCH

&

BUNTE
LAUNE FÜR'S FRÜHSTÜCK!



functional ideas
Take2-Designagentur GmbH & Co. KG
www.take2-design.de

CLACK

„15 JAHRE CLACK“
UND JETZT WIRD'S
RICHTIG BUNT!!!!



„Clack color edition“



LEBENSCHALLENGEN SOLL BRUCHSTELLENVERURSACHER

red dot



Design-Ladegerät mit 2 USB-Ausgängen!

Robustes Metallgehäuse in einem einzigartigen Design. Kompatibel mit allen gängigen Smartphones, MP3 Playern, Tablet-PC's, Digicams, Navigationssystemen und ähnlichem. Das intelligente Schutzsystem verhindert schadhafte Überspannungen, Kurzschlüsse und Überhitzung der angeschlossenen Geräte.

- Einzigartiges Design
- LED-Leuchte
- Robustes Metallgehäuse
- Input: DC12V-24V / Output: DC 5V
- Maximale Stromstärke: 2400 mA
- Schutz gegen schadhafte Überspannung
- Schutz gegen Kurzschluß
- Abmessung: 55 x 25 mm
- Gewicht: 58 g
- Veredelung: Lasergravur, Siebdruck



WEITERE NEUHEITEN UNTER
www.osquare.de



WERBE-POWER AUS SILIKON

Der russische Werbemittelspezialist Dragon Gifts präsentiert mit den handlichen Power Banks aus Silikon einen wahrhaft wandelbaren Werbeträger – sei es nun zum bevorstehenden Weihnachtsfest oder zu anderen Anlässen. Denn die kleinen, energiereichen Ladegeräte lassen sich in nahezu jeder beliebigen Form und Farbe dem individuellen Werbe- oder Marketingzweck anpassen und sind immer dann hilfreich zur Hand, wenn Smartphone oder Tablet unterwegs der Strom auszugehen droht. Dank seiner speziellen Eigenschaften lässt sich Silikon leicht bearbeiten und ist in seiner fertigen Form dennoch dauerhaft und widerstandsfähig. Entsprechend langanhaltend ist auch die Werbewirkung von silikonummantelten Ladegeräten. Über die Gestaltungsmöglichkeiten und alle weiteren Details informieren die erfahrenen Werbemittellieferanten von Dragon Gifts gerne direkt.

49304 • Dragon Gifts • Tel +7 982 6488275

info@dragon-gifts.eu • www.dragon-gifts.eu



TOUCH & CLEAN

Ohne Smartphone geht heute so gut wie gar nichts mehr. Touchscreen-Handschuhe sind daher ein wichtiges Utensil, um auch in der kalten Jahreszeit mit Freude sein Gerät bedienen zu können. Ganz neu und exklusiv sind die in Europa geschützten Touchscreenhandschuhe von Maximex. Neben den sensiblen Fingerspitzen verfügen die Handschuhe über eine bis mehrere Mikrofaserflächen. Beschlagene oder beschmutzte Displays können so problemlos während des Bedienungsvorganges schonend gereinigt werden. Die Mikrofaserflächen können durch Heißtransfer bis zu vier Farben bedruckt werden. Innen sind die Handschuhe flauschig warm und super elastisch. Ab 500 Paar kann bereits aus 48 Standardfarben und grauen oder schwarzen sensitiven Fingerspitzen gewählt werden. Gegen Mehrpreis ist auch die Sondereinfärbung nach Pantone möglich. Zusätzliche Werbung kann per Web-, Soft-PVC- oder Sticklabel angebracht werden. Eine direkte Bestickung oder sogar die Einwebung grober Muster ist zudem möglich.

47810 • Maximex Import-Export GmbH • Tel +49 212 23065-0

info@maximex.de • www.maximex.de

PSI
2015
7th – 9th JANUARY
DÜSSELDORF

ROCK
YOUR
BUSINESS

BOOK YOUR TICKET NOW!
www.psi-messe.com/ticket

Reed Exhibitions

BÜROHELFER FÜRS AUGES

Die USB-Leselampe „Z-Flex“ von Topico bringt die Erleuchtung und macht auch optisch einiges her. Mit 16 weißen LEDs sorgt die kleine Lampe für einen gut ausgeleuchteten Arbeitsplatz. Der Lichtwinkel lässt sich individuell auf den Nutzer und seine Bedürfnisse anpassen. Und dank USB-Ladeanschluss ist die Leselampe mit eingebautem Akku von der Steckdose vollkommen unabhängig. Das dazu passende USB-Kabel kann bequem am Rechner angeschlossen werden und hat eine Länge von circa 119 cm. An der Seite der Lampe befindet sich ein An- und Ausschalter. Zudem erweist sich die Z-Flex als perfekter Reisebegleiter in der Notebooktasche, denn sie kann platzsparend zusammengeklappt werden.

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



SICHER GESCHÜTZT

Unzählige Tablets werden jedes Jahr verkauft. Die Menschen verbringen immer mehr Zeit an ihren Geräten. Einen sicheren Schutz für Tablets bietet das elegante iPad-Etui mit dem Namen „Tableto“ von Reda. Ein Aufstell-Klipp auf der Rückseite erleichtert das Surfen im Internet oder Filme anschauen. Tableto besitzt vier zusätzliche Fächer für Business Cards und einen kleinen Notizblock. Erhältlich ist das einprägsame Produkt in Schwarz oder Weiß. Personalisiert trägt es die Werbebotschaft überall dorthin, wo es benutzt wird.

46051 • REDA a.s. • Tel +420 548131125
export@reda.cz • www.reda.info

Die Verknüpfung von digitaler und analoger Welt – der STAEDTLER® The Pencil





Kolor Plusz setzt bei der Herstellung auf Sicherheit, Qualität und Handarbeit

Das Unternehmen unterstützt und berät die Kunden vom Entwurf bis zum fertigen Produkt.



KOLOR PLUSZ

PROMOTION MIT KOSTÜMEN UND PLÜSCH

Seit 1997 stellt das polnische Unternehmen Kolor Plusz mit viel Engagement und Leidenschaft Plüschartikel her. Die kompetenten Mitarbeiter verfügen über jahrelange Erfahrung in der Herstellung von Plüschwaren. Viele von ihnen gehören dem Unternehmen schon seit seiner Gründung an.

Kolor Plusz produziert Plüschtiere und -figuren in unterschiedlichen Größen (von 15 cm bis 2 m) sowie standfeste Plüschfiguren als Werbeträger und Promotionkostüme. Das Portfolio des Unternehmens umfasst daneben aber auch Schlüsselanhänger, Rucksäcke, Mäppchen, Kissen, Decken, Kapten und Hausschuhe.

Die firmeneigene Produktionsstätte von Kolor Plusz in Koszalin verfügt über modernste Maschinen. Produktionsverfahren werden kontinuierlich durch neueste Technologien ergänzt und verbessert.

SICHERHEIT GEHT VOR

Die Produkte des Plüschwarenherstellers sind zertifiziert und bestehen aus Materi-

alien, die die Europäische Norm EN71 für die Sicherheit von Spielzeug erfüllen. Auf den Sicherheitsaspekt legt man bei Kolor Plusz sowohl bei den Materialien als auch bei der Gestaltung großen Wert. Alle verwendeten Materialien verfügen über die entsprechenden Sicherheitszertifizierungen und eignen sich für den Kontakt mit Kin-



Kolor Plusz ist spezialisiert auf die Herstellung von Plüschtieren und -figuren in unterschiedlichen Größen (von 15 cm bis 2 m) sowie standfesten Plüschfiguren und Kostümen zu Promotionszwecken.

JAHRELANGE ERFAHRUNG

„Unsere Promotionskostüme und unsere Plüschtiere und -figuren sind das Ergebnis jahrelanger Erfahrung in der Verbesserung von Technologien und bieten selbst noch in den komplexesten Sonderformen Komfort. Die Kostüme sind äußerst langlebig und gleichzeitig auch leicht. Dank Sublimationsdruck können wir hier auch kleinste Details umsetzen. Die neuesten Technologien ermöglichen uns die Applikation aller vorgegebenen Grafikdesigns oder Logos“, erklärt der zweite Geschäftsführer Maciej Raczkowski.

UMFASSENDE KUNDENBETREUUNG

Angefangen bei der Wahl von Designs, Materialien, Farben bis hin zur Projektausführung und Produktionsvorbereitung werden die Kunden von Kolor Plusz umfassend unterstützt. „Die Kreation einer Werbefigur bzw. eines Maskottchens für eine Marke stellt eine Herausforderung dar, die mit unserer Hilfe zu einem reinen Vergnügen wird. Zusammen mit Kunden erarbeiten wir visuelle Merkmale und entwickeln Ideen, um den Wert eines Verkaufsartikels wirksam zu kommunizieren. Wir bieten eine große Auswahl an Leistungen, wie die Entwicklung von Plüschfiguren zu Werbezwecken, ausgehend bei der Entwicklung von Prototypen und Formen, weiter über die Produktion bis zur Kontrolle und den Trans-

port zum Kunden. Unsere Zusammenarbeit mit Agenturen in Deutschland, Frankreich, Spanien, Polen und den Niederlanden zeigt das Vertrauen, das unserer Produktion und Qualität entgegengebracht wird“, unterstreicht Michał Sobolewski. (Übrigens war Kolor Plusz auch der offizielle Hersteller des Maskottchens Maskottchen der UEFA EURO 2012.)

AUF DER PSI PRÄSENT

Auf der kommenden PSI Messe wird Kolor Plusz seine Produkte und Leistungen in Halle 12 am Stand G37 anschaulich präsentieren. Das Team des Unternehmens freut sich jetzt schon auf die Messebesucher. <

KOLOR PLUSZ

Mirosław Lapczuk, Maciej Raczkowski Sp. J.
75-671 Koszalin, ul. Krawiecka 6
Poland
Tel./Fax: +48 94 342 40 18
Tel. +48 515 123 900 / +48 535 119 300
biuro@kolor-plusz.pl
www.kolor-plusz.pl

dern. „Bei der Ausführung achten wir auf Lösungen, durch die die Beständigkeit des Artikels, ein hohes Maß an Qualität und vor allem höchste Sicherheit gewährleistet werden. Die Teilnahme am SMETA-Audit (Sedex Members Ethical Trade Audit) der britischen Non-Profit-Organisation Sedex garantiert die Einhaltung europäischer Sozial- und Ethikstandards“, betont Geschäftsführer Mirosław Lapczuk.

BREITES ANGEBOT

Das Angebot von Kolor Plusz wird kontinuierlich um hochwertige Artikel erweitert. „Auf der Basis von Einzelaufträgen führen wir auch Großaufträge durch und stellen auch Sonderanfertigungen her, wobei unsere hochqualifizierten Mitarbeiter jedes noch so kleine Detail so perfekt wie möglich ausführen. In unserer eigenen Designabteilung werden Artikel verbessert und Projekte kreiert. Die Entwicklung eines Prototypen erfolgt unter der Kontrolle des Kunden, wobei wir gemeinsam mit diesem die besten Lösungen erarbeiten“, so Michał Sobolewski, Key Account Manager.



50 JAHRE TFA DOSTMANN

BESTES WETTER AUS WERTHEIM

Wer wissen will, wie das Wetter wird, greift nicht selten zu einem der rund 1.000 Messgeräte der TFA Dostmann. Denn bei Wetterstationen, Thermometern, Barometern und Hygrometern ist das Familienunternehmen aus dem baden-württembergischen Wertheim europaweit gefragt. 1964 gegründet, feiert die TFA jetzt ihr 50-jähriges Bestehen.

Als mein Vater Anfang der 60er Jahre in einem Hinterhof die ‚Technische Fabrik für Armaturen‘ TFA ins Leben rief, wurde Wärme und Kälte noch ausschließlich mit Hilfe von Quecksilber in Glasröhrchen gemessen“, berichtet Axel Dostmann,

der seit 1993 die Geschicke des Unternehmens leitet. Mit diesen „Maxima-Minima-Thermometern“ startete die Erfolgsgeschichte der Firma, die heute mit insgesamt über 230 Mitarbeitern in der Dostmann Gruppe ein wichtiger und stabiler

Idyllisch im Taubertal gelegen: Das Werksgelände von TFA Dostmann.

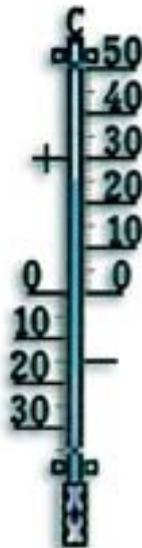
Arbeitgeber im Taubertal ist. In den vergangenen fünf Jahrzehnten hat TFA Trends gesetzt und den Markt für Wetterinstrumente entscheidend mit gestaltet. Viele TFA-Produkte sind echte Klassiker geworden und werden heute noch nahezu unverändert produziert. Wer kennt sie nicht, die Hauswand-Thermometer mit freistehenden Zahlen, die seit den 1970er Jahren weltweit unter allen Vordächern zu finden sind? Oder die dekorativen Galileo Galilei-Thermometer, die in den 1990er Jahren fast jede Wohnzimmer-Vitrine schmückten?

WETTERDATEN PER SATELLIT

Zu den technischen Highlights aus der TFA-Ideenschmiede zählt zweifelsohne die WETTERdirekt-Technologie, die 2007 den Markt revolutionierte. Denn anderes als traditio-



Mit den ersten Maxima-Minima-Thermometern startete die Erfolgsgeschichte von TFA.



Mit den Hauswand-Thermometern setzte TFA einen Jahrzehnte-Trend.



Axel Dostmann leitet seit 1993 die Geschicke des Unternehmens.



Schmückte 1990er Jahren fast jede Wohnzimmer-Vitrine: Das Modell Galileo Galilei.

nelle Geräte erhalten diese Wetterstationen ihre Prognosen und alle wichtigen Wetterdaten per Funk und Satellitentechnik direkt von professionellen Meteorologen. Die neueste Generation übermittelt sogar zeitnah noch die Unwetterwarnungen des Deutschen Wetterdienstes.

IMMER NEUE PRODUKTIDEEN

„Immer neue Produktideen plus innovative Designs“ – auf diese Formel setzt Axel Dostmann. Das aktuellste TFA-Produkt etwa ist ein kleines Messtool, das komfortabel über eine App auf dem Smartphone bedient wird. Neben modernsten High-Tech-Instrumenten bietet das TFA-Produktportfolio eine Vielfalt von Messgeräten für Haushalt, Hobby und Beruf, seit einigen Jahren auch Wecker, Uhren und Waagen.

MODERNE PRODUKTION

„MADE IN GERMANY“

Als in der Region fest verankertes Unternehmen hält die TFA an ihrer modernen Produktion für mechanische Thermometer, Barometer, Hygrometer und Kompass

mit einer hohen Fertigungstiefe im eigenen Haus fest. Auf einer Produktionsfläche von über 6300 Quadratmetern werden jährlich unter anderem zwei Millionen Messkapillare vollautomatisch justiert. Mit modernster Fertigungstechnik und traditioneller Handarbeit entstehen hier hochwertige Produkte „Made in Germany“. Mit dem Neubau eines Logistikzentrums werden zum 50. Geburtstag die Weichen weiter in Richtung innovative Zukunft gestellt: ab 2015 wird dabei durch optimierte Warenverfügbarkeit und Lieferfähigkeit der Kundenservice weiter verbessert. Der Spatenstich hat bereits stattgefunden. <



Tempesta 300 erhält seine Wetterdaten per Funk und Satellitentechnik direkt von Meteorologen.

KONTAKT:
TFA Dostmann GmbH & Co. KG
Kerstin Dostmann
Tel. +49 9342 308-635
k.dostmann@tfa-dostmann.de
www.tfa-dostmann.de



Smarchy, ein kleines Thermo-Hygrometer, das komfortabel über eine App auf dem Smartphone bedient wird.



25 JAHRE PETER ORTMANN

„WIR SIND METALL“

Als Peter Ortmann vor einem Vierteljahrhundert mit seinem Unternehmen PSI beigetreten war, hatte er bereits eingehende Erfahrungen in der Branche gesammelt. Mit Geschick und Cleverness steuerte er die vergangenen 25 Jahre durch ein bewegtes Werbeartikelleben.

Eigentlich begann der aus Bad Salzuflen stammende Peter Ortmann nach seiner Ausbildung zum Bäcker den Start ins Berufsleben mit dem Traum, eine eigene Bäckerei zu eröffnen. Im Alter von 23 hatte er sich zwar schon einiges zusammengespart, doch der Bank reichte diese Summe als Eigenkapital zur Gründung eines Betriebs nicht aus. So versuchte er mit den Einkünften aus einer weiteren Beschäftigung seinen Traum zu verwirklichen. Wie der Zufall so spielt, hieß die Firma seines Nebenjobs Lediberg. Und Ortmann füllte diesen so gut aus, dass man ihm anbot, hauptberuflich beim Kalenderhersteller anzufangen. Da er Geschmack am Medium Werbeartikel gefunden hatte, sagte er zu und so begann seine Laufbahn in einer neuen Branche.

DIE ANFÄNGE

„Bei Lediberg lernte ich das Werbeartikelgeschäft von der Pike auf. Damals war ich Tag und Nacht für die Firma da, habe zum Teil auch dort gewohnt“, erinnert sich Ortmann. Aber da war ja noch der Wunsch zur Selbstständigkeit. Dieser und der Rat des Werbemittelhändlers Hartmut Valentin (der übrigens mit seiner Firma CVA noch heute zu den treuen Kunden Ortmanns zählt) gaben den Ausschlag dazu, dass er sich eine Prägepresse zulegte, ein Gewerbe anmeldete und „zu Hause im Wohnzimmer“ seinen ersten Auftrag – Lederlesezeichen für ein Eisenbahnmuseum – fertigte. Zur Presse gesellte sich bald eine Tampondruckmaschine, neue Aufträge, Siebdruck und weitere Prägeeinrichtungen.

Schmuck und smart sind auch die Ortsschild-Schlüsselanhänger – nur einige von zahlreichen werbestarken Produktideen in Metall.

Die neue Firma DAW (Dienstleistung am Werbeartikel) spezialisierte sich auf Sonderanfertigungen aus Metall wie Schlüsselanhänger, Pins und Accessoires – und ein bewegtes Unternehmerleben war in Fahrt gekommen.

KOOPERATION UND FREUNDSCHAFT

Einen weiteren Schub erfuhr der Werdegang von Peter Ortmann und seinem Unternehmen bei seinem ersten Besuch einer PSI-Messe Anfang der 1990er-Jahre. Dort lernte er den spanischen Hersteller Alberto Sanz mit seinem Unternehmen Sedesma kennen. Man verstand sich gleich bestens und eine Woche später flog Ortmann nach Spanien, besichtigte die Produktionsstätte von Sanz und vereinbarte eine Kooperation, die über die noch folgenden abwechslungsreichen Firmenjahre bis heute besteht (und sich nebenbei auch rasch zur Freundschaft entwickelte). Produziert wurde und wird in Spanien, veredelt und vertrieben in Deutschland, was eine schnelle und flexible Lieferung garantiert. „Große Auflagen werden in Spanien, kleine Auflagen noch rascher hier vor Ort realisiert“, sagt Ortmann. Man wuchs, gewann Aufträge großer Versender und hatte Erfolg mit pfiffigen Produktideen – so wie dem Einkaufswagenchip aus Metall. Bis eine EU-Verordnung im Zuge Euroeinführung vorschrieb, dass dieser ein Loch haben musste und damit auch die werbliche Gestaltung sehr beeinträchtigte.

NEUE IDEEN

Doch mit neuen Ideen konnte Peter Ortmann sein Unternehmen wieder auf die Erfolgsspur führen. Heute ist das Unternehmen Ortmann & Werbung wieder ein leistungsfähiger Partner des Werbeartikelhandels, dem eine Auswahl an 500 verschiedenen Produktmodellen zur Verfügung steht – 25jährige Erfahrung inklusive. Kontakt: Tel. +49 5222 870999 – info@ortmannundwerbung.de



EXPLORE THE RUSSIAN MARKET!

IPSA
POWERED BY **PSI**

27th EXHIBITION
OF THE PROMOTIONAL
PRODUCTS INDUSTRY

Russia's largest
promotional products
and advertising articles
trade show*

17-19 MARCH 2015

* by number of visitors

CROCUS
EXPO
MOSCOW,
RUSSIA

IPSA

ORGANISED BY

 Reed Exhibitions

24/1, Bolshaya Nikitskaya st.,
Bld.5, entrance 2
125009 Moscow, Russia
Tel.: +7 495 937 68 61
Email: ipsa@reedexpo.ru



APPLY FOR PARTICIPATION
WWW.IPSA.RU



DAGMAR KORNSHAAS

VERLIEBT IN FILZ

Im Design von Filzprodukten hat Dagmar Kornhaas ihre Bestimmung gefunden. Seit der Gründung von MaxxPromotion 2008 hat sie ihr Know-how und ihre Produktpalette rund um das vielseitige Material stetig erweitert. Offenheit und Ehrlichkeit haben ihr manche Tür geöffnet, Geduld und Achtsamkeit haben sie offen gehalten. Das Portrait einer außergewöhnlichen Frau und Unternehmerin.

Wir treffen Dagmar Kornhaas an einem Montag am Firmensitz in Hof. Die Inhaberin von MaxxPromotion empfängt uns herzlich, sie wirkt entspannt und ist bester Laune. Denn das Wochenende wirkt noch nach, wie sie gleich als Erstes erzählt. Sie hat zwei Tage intensiv im Garten gear-

beitet und das ist für sie wie das Eintauchen in eine andere Welt. Sie kann sich so gut „ausklinken“, dass sie oftmals in den Alltag zurückkehrt mit dem Gefühl, von einer weiten Reise entspannt heimzukommen. Geduld und Achtsamkeit, meint sie, braucht es dazu, um sich so intensiv mit

einer Sache zu beschäftigen, dass man ganz darin aufgeht. Geduld könne man lernen, aber es sei auch viel Glück dabei, wenn man mehr wahrnimmt als andere. Dieser lockere Gesprächsaufakt hat uns schon eine ganze Menge über die Herrin des beeindruckenden Filzrollenreichs verraten,

dessen intensive Farbigkeit nicht nur den Besucher, sondern auch sie selbst begeistert. Auch heute noch, sechs Jahre nach der Firmengründung, freut sie sich über „diese Wahnsinnsfarben“, die uns schon beim Betreten der Firma von den Musterregalen entgegenleuchten: Taschen, Mappen, Hüllen und viele peppige Filzartikel ziehen hier den Blick des Besuchers auf sich. Im Filzlager entfaltet sich dann ein wahrer Regenbogen vor uns: Hier wartet der echte Wollfilz nach Qualitäten und Schattierungen sortiert – insgesamt sind es 73 Farben – rollenweise auf seine Verarbeitung. Selten haben wir einen Unternehmer getroffen, der so in seinem Metier lebt, so lebendig ist und sich so überschäumend freuen kann wie Dagmar Kornhaas mit ihrem herzhaften, ansteckenden Lachen. Voller Erwartung und positiv eingestimmt hören wir nun die Geschichte des kunterbunten Filzlands und seiner Chefin.

AUS DER NOT EINE TUGEND GEMACHT

Dagmar Kornhaas ist in Hof geboren, aufgewachsen und machte dort eine Ausbildung zur Industriekauffrau in der Textilindustrie. Sie sammelte Berufserfahrung in der Mineralöl- und Baubranche und wohnte zwischenzeitlich mit der Familie in Nürnberg. Wieder zurück in Hof, trat sie 2001 in eine Werbefirma ein, die Maus pads, Tassenuntersetzer und bedruckte Werbemittel aller Art anbot. Hier war sie so erfolgreich, dass sie schon bald Prokura erhielt und es war vorgesehen, dass sie diese Firma übernehmen sollte. Als die Übernahme dann in greifbare Nähe rückte, wurde man sich jedoch nicht einig und der Kauf kam nicht zustande. Die Enttäuschung war groß, aber sie setzte auch neue Kräfte frei: „Dann gründe ich eben eine eigene Firma“, beschloss Kornhaas und setzte diesen Vorsatz unverzüglich in die Tat um. Mit einem nicht zu großen Produktportfolio sowie der Ausstattung für Digitaldruck, Laminierung und Transferdruck ging MaxxPromotion an den Start. Sofort wurde die Firma PSI-Mitglied und wenig später auch Aussteller. „PSI hat uns den Start sehr erleichtert. Noch heute sind Messen, darunter auch die PSI, die wichtigsten Marke-

ting-Tools, die wir nutzen“, sagt Kornhaas. Die Krise 2008 war die erste Bewährungsprobe, die dank schneller und unkomplizierter Auftragsabwicklung und Sofortlieferung von Mustern erfolgreich bewältigt wurde.

ENTDECKUNG FILZ

Es lief also alles gut an und die Jungunternehmerin wurde zunehmend mutiger: Auf der Suche nach neuen Produkten war sie eher zufällig auf Filz gestoßen, der zunächst nur als Material für die Unterseite von Maus pads und für Schlüsselanhänger Verwendung fand. Doch dann verstärkte sich der Kontakt zu der heimischen Filzfabrik in Hof und bei jedem Besuch dort zogen sie die Farbvielfalt und die schier unendlichen Möglichkeiten dieses tollen Materials mehr und mehr in ihren Bann. Bald bildeten Filzartikel den Schwerpunkt des Angebots und das forderte die Kreativität des noch jungen Unternehmens immer wieder aufs Neue heraus. Stets neue Produkte entstanden, oft auch aus den Ideen der Kunden. „Unser Wachstumsmotor sind die Wünsche unserer Kunden. Indem wir uns auf sie einstellen, entwickeln wir uns weiter“, erklärt Kornhaas.

ALLES AUS EINER HAND

Schon von Anfang an wurden die Untersetzer und Schlüsselanhänger selbst gestanzt, die Näharbeiten wurden noch an Dienstleister vergeben. Als beim ersten Großauftrag von 20.000 Handytaschen Probleme auftauchten, besann man sich auf eigene Ressourcen: Eine der Angestellten

ist gelernte Näherin und war bereit, sich einzubringen – die erste Nähmaschine wurde angeschafft und bald schon die zweite. So konnte man dem eigenen hohen Qualitätsanspruch gerecht werden, war flexibel und vor allem schnell in der Musterproduktion. Auch in Bezug auf Veredlung stellte sich MaxxPromotion schon früh auf eigene Füße. Heute werden die Artikel nicht nur komplett im eigenen Hause produziert, sondern hier auch durch Sticken, Beflocken und Siebdruck-Transfer individualisiert. Im Bereich Filz gehören Smartphone- und Tablet-Hüllen sowie Schlüsselanhänger zu den Topsellern, ebenso wie Artikel für den Gastro-Bereich wie zum Beispiel Flaschenkühler. Daneben gibt es weiterhin den Bereich Maus pads, in dem allein zwei Mitarbeiter beschäftigt sind.

VOM START AN

AUF WACHSTUMSKURS

Dass bei dieser rasanten Entwicklung bald der Platz knapp werden würde, war voraussehen, also hat Dagmar Kornhaas schon ab 2010 nach einer Immobilie gesucht. Gerade als der Gedanke an einen Neubau verworfen worden war, tat sich durch Zufall eine günstige Kaufmöglichkeit auf. Das heutige Firmengebäude, ein 200 Quadratmeter großes ehemaliges Dentallabor, wurde gekauft und gleich um einen Anbau von weiteren 400 Quadratmetern erweitert. „In nur einem halben Jahr war alles bezugsfertig, aber das Bauvorhaben zusätzlich zum Tagesgeschäft kostete mich viel Kraft und Nerven“, erinnert sich Kornhaas. Manchmal fragt sie sich, wie sie das alles geschafft hat und wie es ihr gelungen ist, die Firma vom Start an auf Wachstumskurs zu bringen. „Ich glaube, das hängt damit zusammen, dass ich so offen und authentisch bin. Auch wenn es mal Pannen gibt, rede ich ehrlich mit dem Kunden und lasse mich nicht zu Panikreaktionen hinreißen. Und



DAGMAR KORNHAAS IN PERSON

Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Der Blick aus dem Fenster: die Sonne scheint, was für ein schöner Morgen.

Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn er fließend und harmonisch verlaufen ist.

Was bringt Sie in Hochstimmung?

Gute Auftragslage, ein schönes Wochenende, die Aussicht auf Urlaub.

Und was bringt Sie auf die Palme?

Oberflächlichkeit und Unehrllichkeit.

Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Mein chaotisches Wesen.

Wie können Sie die Zeit vergessen?

Beim Wandern in den Bergen oder mit einem Buch am Strand.

Vier Wochen Zwangsurlaub. Wohin geht's?

Nach Irland und dann vier Wochen Laufen.

Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für geschäftliche Investitionen. Und privat für Kleidung, ein gemütliches Zuhause und Reisen.

Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Ich denke schon – ein klares Ja.

Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn er Qualität besitzt, durchdacht und nachhaltig ist.

Der beste, den Sie je bekommen haben?

Ein USB-Stick in Form eines Mini Autoschlüssels als Dankeschön vom Autohaus, verbunden mit einem durchdachten Konzept.

Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Wenn er keine Qualität hat und konzeptionell unausgreift ist und somit für die Mülltonne produziert wurde.



auch wenn mal etwas schief geht, geht die Welt nicht unter“, so ihre Einschätzung. Dass sie bei allen Entscheidungen auch die Risiken im Blick behält und immer auch Vorsicht walten lässt, zeugt von Bodenständigkeit und Realitätssinn. Hierzu passt auch, dass sie am Anfang alles selbst gemacht hat und daher auch jede Maschine bedienen kann. Wenn im Jahresendgeschäft die Belegschaft aufgestockt wird und die Arbeitszeiten länger werden, steht auch die Chefin noch bis 23 Uhr in der Produktion. „Wir sitzen alle in einem Boot und jedes Zahnrad muss ins andere passen“, so ihre gelebte Überzeugung. Hierzu gehört auch, dass MaxxPromotion auch künftig „eine bodenständige Firma“ bleiben soll, in der sie sich selbst um die Anliegen ihrer Mitarbeiter kümmert. Jedes Jahr gibt es zum Firmengeburtstag ein Fest oder einen Ausflug, da denkt sie sich immer etwas Besonderes aus.

MADE IN GERMANY

Ihr Motto „Anders sein als Andere, vielfältig sein“ hat Dagmar Kornhaas mit MaxxPromotion erfolgreich verwirklicht. Der Verwandlungskünstler Filz – ein edles Naturmaterial mit seiner nahezu unbegrenzten Farbvielfalt – inspiriert immer wieder zu neuen Produkten. Deswegen ist es auch ideal, um Sonderwünsche von Kunden zu realisieren. Manche Sonderanfertigungen sind so gelungen, dass sie ins Sortiment aufgenommen werden. Bei der Produktentwicklung fließen die Anregungen des ganzen Teams ein, die Designabteilung setzt sie in Entwürfe und Muster um.

Dass alle Filzprodukte von der Rohware über die Konfektionierung bis zur Veredlung „Made in Germany“ sind, ist ein starkes Argument, das auch nachhaltig denkende Kunden überzeugt.

VERDIENTE ANERKENNUNG

Die Auszeichnung mit dem Mittelstandslöwen in der Kategorie Start-ups, einem von IHK und Sparkasse vergebenen Preis, verlieh MaxxPromotion 2012 die verdiente Anerkennung. Für die Nominierung wurde



ein Imagefilm gedreht, der eindrucksvoll vermittelt, was das Unternehmen kann. Noch heute kann sich Dagmar Kornhaas über die Wertschätzung freuen, die die Auszeichnung bedeutet. Damals hat sie spontan ein großes Fest organisiert, an das alle 20 Mitarbeiter gerne zurückdenken. Dass der Preis auch im Kundenkreis und in der Region auf große Resonanz gestoßen ist, ist umso schöner.



Zu viel des Guten ist wunderbar!

W&V bietet Ihnen viel mehr als Sie vielleicht glauben. Nutzen Sie unser Top-Angebot und lernen Sie unser facettenreiches Produkt kennen.

4 Ausgaben kostenlos und unverbindlich!

Jetzt entdecken unter
www.wuv.de/wuvgratistesten



Erfolg kommt nicht von allein.

W&V

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN



IT'S COFFEE TIME!

Speziell für Kaffeetrinker hat Multiflower das Set „Coffee Time“ zusammengestellt. Neben gemahlenem Kaffee und zwei Pocket Coffee-Pralinen enthält es einen Dosierlöffel und für die passende Stimmung eine Kerze im Kaffeebecher-Design. Platz für den Werbeeindruck ist auf dem 35 mal 30 Millimeter großen Standardmotiv. Eine eigene Gestaltung des Etiketts (42 mal 70 Millimeter) ist ab 250 Stück möglich.

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 86656-0
wilken@multiflower.de • www.multiflower.de

PFLEGE IM SCHICKEN TIEGEL

Seine hochwertigen Aloe Vera-Pflegeprodukte wie Handcreme, Tages- oder Nachtpflege bietet i.p.a. cosmetics in attraktiver Verpackung an. Ob weiß oder transparent-gefrostet: Die Tiegel bieten auf einem vierfarbig bedruckbaren Etikett Platz für jede Menge Werbung. Als Kosmetikerhersteller für hochwertige Eigenmarken im Apothekenbereich mit langjähriger Erfahrung gilt i.p.a. cosmetics als absoluter Experte auf dem Gebiet körperpflegender Kosmetikprodukte.

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



MY M&MS – EINFACH KLASSISCH!

Wer kennt sie nicht, die kleinen, runden Schokolinsen in kunterbunten Farben? Sie sind der Klassiker unter den süßen Naschereien und einfach passend zu jedem Anlass. Das Besondere an den farnefrohen My M&Ms: Sie können individuelle Logos, Bilder und Werbebotschaften tragen. Das circa 10 Gramm schwere My M&Ms-Tütchen im Format 100 mal 44 Millimeter kann mit bis zu drei verschiedenen farbigen Linsen gefüllt werden. Gewählt werden kann zwischen 16 Farben. Kalfany Süße Werbung verpackt My M&Ms in individuelle Werbetütchen. Werbewirkung, die schmeckt.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG • Tel +49 7643 801-20
Vertrieb@kws24.com • www.suesse-werbung.de





EIN ECHTER SPORTSFREUND

Die Zielgruppe für Sporttaschen ist groß – und damit ideal für den Einsatz von Werbetaschen. Mit der Sporttasche „Trinity“ aus Lkw-Plane offeriert Halfar nun ein Produkt, das dank seiner Geräumigkeit praktisch ist und selbst umfangreichen Sportausrüstungen Platz bietet. On top ist die Tasche durch ihr stilvolles Auftreten auch ein echter Hingucker. In puncto Design spielt „Trinity“ in der ersten Liga und setzt mit dem aufregend kühlen Mix der Farben Weiß, Anthrazit und Grau im Kult-Material Plane neue Maßstäbe. Dazu kommen komfortable Extras und eine großzügige Werbefläche für Druck- oder Stickveredelungen.

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



SO WIRD DER KUNDE ZUM KÖNIG

Edle, schwarz durchgefärbte Bleistifte, verziert mit einer schönen Metall-Krone, silbern oder golden glänzend: So lassen sich Kunden verzaubern. Versehen mit einem individuellen Werbeaufdruck entsteht nicht nur ein edler Werbeartikel. Der Kunde wird ganz sinnbildlich zum König. Ein außergewöhnlicher Werbeartikel passend zum Jahresende – also ein echt krönender Abschluss. Dazu gibt es weitere attraktive Bleistiftkreationen, Malstifte und Verpackungen aus europäischer Produktion.

42938 • Reidinger GmbH • Tel +49 9732 9105-0
info@reidinger.de • www.reidinger.de

NEU GUT GÜNSTIG

DAUWENJACKEN



2509 MATT 2508 MAGGIE

Superleichte, modisch geschnittene Jacke mit echter Daunenfüllung für Damen und Herren in zwei verschiedenen Farben (schwarz & navy) und kontrastfarbenen Reißverschlüssen in grau bzw. rot. Innen- und Aussentaschen. Das Damenmodell ist tailliert geschnitten.

Die Jacke wird mit Staubeutel geliefert, der separat veredelt werden kann.

Obermaterial: 100% Polyester
Fütterung: 90% Daunen/10% Federn
Farben: schwarz, navy
Größen: Herren: XS-4XL
Damen: XS-3XL

Auch als modische Weste für Damen und Herren erhältlich.

Erleben Sie uns live auf der PSI:
Halle 10, Stand 10D25


Image Kompagniet

Image Kompagniet ApS
Andkærvej 22 DK-7100 Vejle


PITCH STONE®

Tel.: +45 7585 8493
Fax: +45 7584 8423
info@imagekompagniet.dk



EINFACH DURCHATMEN

Wohlthat weitergeben. Dank der Produktstrecken von Dr. Junghans Medical kann auch ein Inhalator zum Werbeatikel werden. Der wohltuende Dampf von sanft siedendem Wasser dringt schnell und sicher in die Atemwege ein. Das Unterteil des Inhalationsgerätes kann durch eine halbe Drehung sehr einfach vom Oberteil gelöst werden. Dadurch kann der Inhalator schnell und problemlos befüllt und entleert werden. Die optimal angepasste Form des Mundstückes unterstützt eine effektive, nutzbringende Anwendung des Inhalators. Durch den Aufdruck auf das Ober- und/oder Unterteil kann der Inhalator individualisiert werden. Auch eine individuelle Gestaltung der Umverpackung ist möglich.

49287 • Dr. Junghans Medical GmbH • Tel +49 34345 5601-0
a.junghans@dr-junghans.de • www.dr-junghans.de

EIN PERFEKTES DUO

Sie weiß doppelt zu überzeugen: Die Duo-Flasche von FranCos – Image Cosmetics & More vereint zwei hochwertige Pflegeprodukte in miteinander fixierbaren, dekorativen Flaschen mit Pumpspender. Das hochwertige Pflege-Duett ist mit 150 Milliliter Inhalt erhältlich. Angeboten werden die Kombinationen in den Varianten „Cremeseife + Aloe Vera Handlotion“, „Aloe Vera Handlotion + Antibakterielles Gel“ sowie „Antibakterielles Gel + Cremeseife“ – auch in den Größen 240, 300 und 500 Milliliter. Eine individuelle Werbeanbringung ist per 4c-Etikett möglich.

47463 • Francos GmbH • Tel +49 2521 825112
info@francos-gmbh.de • www.francos-gmbh.de



ECHTE VERSCHLUSSACHE

Das Aufbewahren umfangreicher Unterlagen ist ein immer aktuelles Thema. Dokumentationen, Vertragsunterlagen oder Urkunden gehören dazu. Eichner Dokumentations Taschen und Sammelboxen bieten dafür eine Lösung. Bis zu 500 Blatt DIN A4 können eingelegt werden. Mehrere Verschlussvarianten wie Druckknöpfe oder Klettverschlüsse garantieren das sichere Aufbewahren aller Unterlagen. Zur Wahl stehen zusätzlich verschiedene Materialien und Füllhöhen, mit Tragegriff, Steckverschluss, Stiftehalter oder Vordertasche.

49266 • Eichner Organisation GmbH & Co. KG • Tel +49 9561 2707-0
info@eichner-org.de • www.eichner-org.com



The first and only

International exhibition in Italy for the promotional industry and personalization technologies

15th edition

15 is the winning number: **bet on it!**



The next year Milan moves your business with EXPO 2015 and the 15th edition of PTE.
Don't miss the opportunity!

contact us sales@ops.it - +39 02 39 206.222



**promotiontrade
exhibition**

MILAN 14 | 15 | 16 JANUARY 2015

Fieramilanocity - Pavilion 1



MEHR SICHERHEIT MIT „LUCKY LOCK“

Bei „Lucky Lock“ ist der Name Programm. Denn hier handelt es sich um einen Sicherheitsgurt für Taschen, der patentiert ist und Besitzer rundum glücklich macht. Taschen können dank des Gurtes beim Fahren beziehungsweise beim Bremsen nicht auf den Boden fallen und gestohlen werden können sie auch nicht. Der Verschluss kann zudem gebrandet werden. Auch ein Doming ist möglich. Eine Individualisierung kann ab 100 Stück vorgenommen werden.

16416 • Red Bird Sp. z.o.o. • Tel +48 42 6505439
redbird@redbird.pl • www.redbird.pl

LIEBER, GUTER NIKOLAUS

Der Gubor Nikolaus ist in zwei individuell werbenden Outfits lieferbar. Neben dem Display ist auch die nach vorn offene Box im Sortiment. So entstehen mehr Möglichkeiten, die Werbebotschaft zu transportieren. Bei jeder Aktion in der Vorweihnachtszeit bis hin zum 24.12. findet der 20 Gramm schwere Schokoladenmann Freunde. Als Give-away am PoS, bei Events, als Mitbringsel für den Außendienst oder als kleine Aufmerksamkeit für die Mitarbeiter: Der Leckerbissen in Gubor-Qualität sorgt für Freude, Genuss und hohe Aufmerksamkeit. Komplette im individuellen 4c-Digitaldruck startet die Mengengruppe ab 420 Stück in der Box und ab 530 Stück mit Banderole.

41545 • Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG • Tel +49 7042 907-0
zentrale@jung-europe.de • www.jung-europe.de



GESUNDHEIT UND WOHLGEFÜHL

Basierend auf mehr als 5000 Jahre altem Wissen wurde ein innovatives Premium-Wellnessprodukt mit dem Namen „Shukang“ entwickelt. Das Produkt wurde mit großem Erfolg seit Juni 2014 von der Innovartis GmbH im PSI Netzwerk eingeführt. „Shukang“ hinterlässt beim Kunden einen bleibenden Eindruck. Die patentierte Weltneuheit im Bereich der Einlegesohlen steigert täglich das körperliche Wohlfühl des Nutzers durch mehrere individuell einstellbare Massagepunkte. Ausführliche Informationen dazu sind auf der Website www.shukang.de zu finden. Außerdem steht unter der PSI Nummer 49298 ein Produktvideo zur Verfügung. Die Mindestabnahmemenge beträgt 50 Stück.

49298 • Innovartis GmbH • Tel +49 471 7003725
info@innovartis.eu • www.innovartis.eu



2FPCO



FORMATION

RECRUTEMENT

**RESPECT DES
NORMES**

**CHARTRE
PROFESSIONNELLE**

ÉCHANGES

**RENCONTRE
ANNONCEURS**

EXPERTISE

VEILLE

ÉTUDES

CONVIVIALITÉ

SÉCURITÉ

COMMUNICATION

RELATION PRESSE

ARBITRAGE

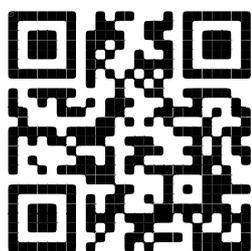
**Fédération Française des Professionnels
de la Communication par l'Objet**

POURQUOI ADHÉRER



Des bénévoles engagés travaillent
pour faire reconnaître notre métier.

REJOIGNEZ-NOUS !



www.2fpc.com

„ACTIVE FLEECE“ AUCH FÜR KINDER

Diesen Herbst erweitert Stedman seine beliebte „Active Fleece“-Kollektion um einen Kinder-Style: Die Stedman Active Fleece Jacke für Kinder aus beidseitig gebürstetem Polyester-Mikrofleece mit Anti-Pilling-Ausrüstung (220 g/m²) hat die gleichen atmungsaktiven und wärmeisolierenden Eigenschaften wie die Erwachsenen-Jacke. Und auch sonst müssen die Jüngeren auf nichts verzichten: Stehkragen, Ton-in-Ton-Reißverschluss mit Untertritt und zwei Seitentaschen gibt's auch für die Kleinen. Die neue Stedman Active Fleece Jacke für Kinder (Bestellnr. ST5170) ist ab sofort von Größe S bis XL (122 bis 164) in den Farben Blue Midnight, Scarlet Red, Kiwi Green und Hawaii Blue erhältlich. Die komplette „Active Fleece“-Kollektion ist zu finden unter: www.stedman.eu

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



LEUCHTENDE GOLFBÄLLE

Hochwertige Golfwerbeartikel unterstreichen die Wirkung nachhaltiger Präsenz. Das wissen die Spezialisten des Golfvertriebs Leopold Hilbrand. Passend zur Jahreszeit bieten die Spezialisten stimmungsvolle Kerzen im Golfball-Look. Die Golfballkerzen gibt es in zwei verschiedenen Größen (Ø 70 bzw. 45 Millimeter). Sie wiegen entsprechend etwa 190 bzw. 50 Gramm. Die in Deutschland handgefertigten Kerzen werden in einem Klarsichtbeutel mit Clip einzeln verpackt und sind sofort lieferbar. Personalisiert werden sie durch einen Logoaufkleber (Ø 25 Millimeter).

45818 • Golfvertrieb Leopold Hilbrand • Tel +49 8322 9654-0
anne@golf-hilbrand.com • www.golf-hilbrand.com

ERSTER CHIP MIT FOTODRUCK

Ein Einkaufswagenchip ist ein echter Helfer im Alltag. Und den gibt es jetzt mit einer ganz besonderen Möglichkeit der Individualisierung. Als erster Anbieter hat die Firma Pins & mehr fotorealistic bedruckte Einkaufswagenchips aus Metall zur Marktreife gebracht. Mittels Digitaltechnik wird direkt auf den Chiproling und eine emaillierte Vollfläche gedruckt. Damit wird eine zusätzliche Klarlackschicht überflüssig und jedes Fotomotiv in brillanter Optik produzierbar. Als Motivträger können Rohlinge aus Eisen oder Edelstahl eingesetzt werden. Lieferbar ab 300 Stück.

46925 • Pins & mehr GmbH & Co. KG • Tel +49 8233 793120
info@pinsundmehr.de • www.pinsundmehr.de



NEW FOR 2015



Strategy, growth, revenue, the works: It's all about leadership.



**REGISTER
TODAY &
SAVE \$600**



**November 1-3, 2015 @ St. Regis Monarch Beach Dana Point, CA.
TO SIGN UP VISIT www.asicentral.com/PowerSummit**



KOMPAKTE KRAFT

Wer nicht einen ganzen Werkzeugkoffer mit sich herumtragen möchte, für den ist der Wera Kraftform Kompakt 60 eine echte Alternative. Das 17-teilige Werkzeugset von Wera überzeugt durch Kompaktheit und übersichtliche Aufbewahrung. Der Clou: Die mitgelieferten Bits sind auch für den Maschinenbetrieb geeignet. Auch der ergonomische Kraftform-Griff ist in dem Set enthalten. Und dank des integrierten Rapidaptor-Schnellwechsellagers können Bits blitzschnell gewechselt werden. Das Set kommt in einer robusten textilen Tasche mit Gürtelschnalle. So ist das Werkzeug immer zur Hand. Ein individuelles Logo auf der Werkzeuggtasche ist bereits ab einer Bestellmenge von 100 Stück möglich.

48078 • Wera Werk Hermann Werner GmbH & Co. KG

Tel +49 0202 4045144 • matuschek@wera.de • www.wera.de



DEN RICHTIGEN STEMPEL AUFDRÜCKEN

Wenn es um individuell abgestimmte Stempelösungen geht, ist Heri-Rigoni der richtige Partner. Ob als moderner, farbenfroher Selbstfärber, trendiges Schreibgerät mit integriertem Stempel oder den klassischen Holzstempel – im Büroalltag, als personalisierter Werbeartikel oder in der Kommunikation bleibt der Stempel ein unverzichtbarer Helfer. Geradezu eine Renaissance erleben momentan Holzstempel, die universell einsetzbar in Büro, Verwaltung, Lager oder Baustelle sind. Alle Stempelartikel liefert Heri-Rigoni mit gleichbleibenden Stempeltextrn und Motiven oder mit neuem Online-Gutschein mit QR-Code zur kostenlosen Einlösung auf der Service-seite www.Stempelservice.com.

41016 • Heri-Rigoni GmbH • Tel +49 7725 9393-0

armin.rigoni@heri.de • www.heri.de



Neue Zielgruppen im Blick

IHR KONTAKT IN DIE PBS-BRANCHE:

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

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

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

BEI FRAGEN STEHEN WIR GERNE ZUR VERFÜGUNG:

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

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

KURZE BOTSCHAFT, KLEINE PREISE, GROSSE WIRKUNG +++ DER PSI-KLEINANZEIGEN-MARKT +++ JETZT JE-
DEN MONAT NEU +++ EXKLUSIV IM PSI-JOURNAL +++ JETZT SCHON BUCHEN FÜR DIE NÄCHSTE AUSGABE +++
TEL.: +49 (0) 211-90 191-114 / -150 +++ FAX: +49 (0) 211-90 191-180 +++ MAIL: VERLAG@PSI-NETWORK.DE

TEXTILIEN / TEXTILES

SOLS
the Fair Spirit

WEAR FOR LIFE
Designed in Fair

T-SHIRTS | POLO SHIRTS | SHIRTS | SWEATERS
| SWEAT-SHIRTS | FLEECES | SOFTSHELLS |
BODYWARMERS | WINDBREAKERS |
PARKAS | BERMUDAS | TROUSERS | APRONS
| TOWELS | CAPS | BAGS | TIES | TEAMSPORT

2014 Collection

PSI No. 44472

www.sols-europe.com

SCHREIBGERÄTE / WRITING UTENSILS

P.COLLECTION
Fabrik für Schreibgeräte

www.pcollection.de

PSI No. 42809

www.pcollection.de

promodoro

Trägt Verantwortung für die Umwelt

Das modisch geschnittene Organic-T-Shirt aus 100 Prozent zertifizierter Bio-Baumwolle.

Wir arbeiten ausschließlich mit Produzenten zusammen, die in unterschiedlichen Bereichen der Produktionskette zertifiziert sind.

3011 Men's Fashion Organic-T
3012 Women's Fashion Organic-T

PSI No. 45471

www.promodoro.de

PENKO

MANA

High Quality Writing Instruments with Daming

www.penko.net | Tel. +49-6127-991290

PSI No. 46550

www.penko.net

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

WERBE-CS's / PROMOTIONAL CD's

SIE SUCHEN
DIE PASSENDE
WERBEIDEE ?

Unsere Ideen sehen nicht nur gut aus, sondern haben auch den richtigen Ton... **30% PSI Rabatt**

HERMANN-MEDIA
GESTALTUNG - MEDIEN - DESIGN - VERLAG

www.hermann-media.de

PSI No. 49335

www.hermann-media.de

PERSÖNLICHE PRODUKTBERATUNG

Das PSI bietet den PSI Händlern eine umfassende, professionelle und persönliche Produktberatung. Im Auftrag der PSI Mitglieder recherchiert ein vierköpfiges Team täglich nach den gesuchten Werbeartikeln. Ein Anruf unter der Service-Rufnummer +49 211 90191-333 genügt. Sie haben weitere Fragen zur persönlichen Produktberatung?

Frau Astrid Langenstein & Team
Tel.: +49(0) 211 90191-333
E-Mail: productsourcing@psi-network.de

KALENDER / CALENDARS

CD • LUX
G M B H
DIE ADVENTSKALENDER EXPERTEN

PSI No. 45452

www.cd-lux.de

Wir gehen mit der Zeit. Seit über 75 Jahren.

1937 2014
terminic
COMPETENCE
IN CALENDARS
www.competence-in-calendars.com

PSI No. 41308

www.terminic.eu

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

**WERBE- UND PROMOTIONMATTEN /
ADVERTISING AND PROMOTION MATS**

Fußmatten
für den POS
KLEEN-TEX
FOR PROMOTION
www.promotion-mats.eu

PSI No.43358

www.promotions-mats.eu

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

SÜSSWAREN / SWEETS

SŁODKIE UPOMINKI
www.slodkieupominki.pl

PSI No. 46325

www.slodkieupominki.pl

Schokoladenmünzen
- als Standard
Euro-Artikel
oder als
- Spezialanfertigung
für die Werbung
Stereo
Stereo Holland Gebäck GmbH & Co.
www.stereo-holland-gebaeck.de

PSI No. 45341

www.stereo-holland-gebaeck.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

FEUERZEUGE / LIGHTER

KP Plattner
RAUCHERBEDARF & WERBEARTIKEL

PSI No. 41565

www.kp-plattner.at

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

**WERKZEUG, TECHNIK & ELEKTRONIK /
TOOLS, TECHNIQUE & ELECTRONICS**



Avenue
MOBILE
MUST-HAVES
www.pfconcept.com

PSI No. 40972

www.pfconcept.com

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

TASCHEN & ACCESSORIES / BAGS & ACCESSORIES



RIEDLE
papiertaschen.de

PSI No. 45202

www.papiertaschen.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

HIGH-TECH ZUBEHÖR / HIGH-TECH ACCESSORIES

Microfaser-Neuheit 4in1!

Mousepad | Displayschutz | Bildschirmreiniger | Kalender



Asia Pins Direct
Erfahrung hat Zukunft
info@apd-gmbh.de | www.asiapinsdirect.de

PSI No. 45428

www.asiapinsdirect.de

SPIELWAREN / TOYS



PSI 2015 Halle 9,
Stand 9L09
Spielerische Ideen
Goliath
Goliath Toys GmbH, Otto-Hahn-Straße 46, 63303 Dreieich
E-Mail: k.wanner@goliathgames.de, Tel.: 06103/459180

PSI No. 49371

www.goliathgames.de



badge4u
helping you succeed

PSI No. 47411

www.badge4u.eu

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de



SEMO
Plüschtierwelt
www.semo.de

PSI No. 44970

www.semo.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

SONDERANFERTIGUNGEN / CUSTOM MADE ARTICLES



**Make it!
DIFFERENT**
Werbeartikel mit Mehr-Fach-Wert

PSI No. 48319

www.samesamebut-different.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

WELLNESS & KOSMETIK / WELLNESS & COSMETICS



www.trendfactory.eu

PSI No. 41941

www.trendfactory.eu

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

**VEREDELUNG & WERBEANBRINGUNG /
FINISHING & PROMOTIONAL LABELLING**



PSI No. 42087

www.koessingerag.de

PERSÖNLICHE PRODUKTBERATUNG



Das PSI bietet den PSI Händlern eine umfassende, professionelle und persönliche Produktberatung. Im Auftrag der PSI Mitglieder recherchiert ein vierköpfiges Team täglich nach den gesuchten Werbeartikeln. Ein Anruf unter der Service-Rufnummer +49 211 90191-333 genügt. Sie haben weitere Fragen zur persönlichen Produktberatung?

Frau Astrid Langenstein & Team
Tel.: +49(0) 211 90191-333
E-Mail: productsourcing@psi-network.de



Zertifiziert nach
DIN EN ISO 9001:2008

www.signum-druck.de

PSI No. 42880

www.signum-druck.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

KLEINANZEIGENPREISE / CLASSIFIEDS PRICES

Format	Größe (B x H)	s/w Preis	4c Preis
1/4 Seite	90 x 127 mm	799,-	999,-
1/8 Seite	90 x 61 mm	255,-	319,-
1/16 Seite	90 x 28 mm	199,-	249,-
1/32 Seite	42 x 28 mm	99,-	125,-

Rubrik Stellenangebote / Rubric Job Offers

1/4 Seite	90 x 127 mm	205,-
-----------	-------------	-------



INFO:

Anhand der PSI Nr. finden Sie alle Produkte des Lieferanten im PSI Product Finder:
www.psiproductfinder.de

STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS

Mohn media Kalender & Promotion Service GmbH gehört zu den führenden Werbemitteldienstleistern Europas. Für unsere Kunden entwickeln wir über eine einzigartige Wertschöpfungskette individuelle und innovative Lösungen. Neben Lizenztiteln und Produkten mit exklusiven Inhalten sind wir auf kundenspezifische Sonderkonzepte spezialisiert.

Zur Verstärkung unseres Teams suchen wir eine/n

Mitarbeiter/-in Business Development / Einkauf Werbemittel

Ihre Herausforderungen

- Werbemittelleinkauf (Lieferantenauswahl, Verhandlung der Konditionen, Bestellabwicklung, Qualitätssicherung)
- Erstellung von kundenindividuellen Produktkonzepten
- Kundenbetreuung
- Vorbereitung und Erstellung von Produkt- und Vertriebspräsentationen
- Unterstützung bei der Beantwortung umfangreicher Ausschreibungen
- Konzeption und Erstellung von Marketing- & Supportmaterial für den Außendienst

Ihr Profil

- Erfahrungen im Einkauf und Vertrieb von Werbemitteln
- Durchsetzungsvermögen
- Hohe Kommunikationsfähigkeit
- Flexibilität und Eigeninitiative
- Sehr gute MS-Office-Kenntnisse
- Hohe Belastbarkeit und hohe Leistungsbereitschaft
- Starke Service- und Kundenorientierung
- Sehr gute Englischkenntnisse

Ihr Denken und Handeln ist zudem unternehmerisch und Sie übernehmen gern Verantwortung? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung!

Senden Sie Ihre Bewerbung an

Mohn media Kalender & Promotion Service GmbH
 Personalabteilung | Frau Diana Mai
 Carl-Bertelsmann-Str. 161 K | 33311 Gütersloh

www.mohn-kalender.de



MISSION POSSIBLE

TRIK ist ein erfolgreich wachsendes und zukunftsorientiertes Unternehmen in der Werbemittelbranche. Wir verstehen uns als kreativer und kompetenter Partner für Werbeartikel, Printproduktion und Merchandisingprodukte.

Zum nächstmöglichen Termin suchen wir zur Verstärkung unseres Verkaufsteams

**VERKÄUFER / KUNDENBERATER (M/W) IM AUßENDIENST
 JEWEILS IN DEN PLZ-GEBIETEN 5/6/7/8**

Sie sind ein leidenschaftlicher Verkäufer, haben erfolgreich im Vertrieb gearbeitet und verfügen über sehr gute Kontakte in die Industrie. Darüber hinaus sind Sie in der Lage, nicht nur Produkte, sondern kreative, strategische Werbemittelkonzepte und Kampagnen zu verkaufen.

IHRE AUFGABEN:

- Ausbau des Geschäfts mit Werbeartikeln
- Ausbau des Geschäfts mit Bestandskunden
- Akquisition von Neukunden
- Reaktivierung ehemaliger Kunden

UNSERE ANFORDERUNGEN:

- Kaufmännische Ausbildung und Erfahrung
- Sicheres und repräsentatives Auftreten im B2B-Vertrieb (idealerweise für Werbeartikel)
- Erkennen von Potenzialen für Neugeschäfte
- Kreativität und Ehrgeiz
- Teamfähigkeit sowie gute Umgangsformen

UNSER ANGEBOT:

Wir bieten Ihnen eine spannende Herausforderung in einem dynamischen Umfeld mit flachen Hierarchien und hervorragende Entwicklungsmöglichkeiten in einem Unternehmen, das seit über 20 Jahren erfolgreich am Markt agiert.

Haben wir Ihr Interesse geweckt? Dann senden Sie bitte Ihre aussagekräftige Bewerbung unter Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins bevorzugt digital an: job@trik.de

TRIK Produktionsmanagement GmbH • Königstraße 2 • 14163 Berlin
 Fon: 030/81 456 32-0 • info@trik.de • www.trik.de

INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	INSERENT / ADVERTISER	SEITE / PAGE
PSI Partner	2FPCO	109
44533	Albene GmbH	046
PSI Partner	Arcus Design & Verlag oHG	067
45495	Art di Como Design GmbH	071
PSI Partner	ASI Advertising Specialty Institute	111
45428	Asia Pins Direct GmbH	083, 116
47411	badge4u	116
45202	BAGS BY RIEDLE	116
45767	Bottle Promotions a Taxc International Company	055
40567	BRUNNEN - Baier & Schneider GmbH & Co. KG	003
PSI Partner	BusinessPartner PBS by Verlag Chmieltorz GmbH	113
45452	CD-LUX GmbH	022
45452	CD-LUX GmbH	115
45619	CLIPY	051
42819	Gustav Daiber GmbH	005, 061
42809	F. Pecher GmbH	114
PSI Partner	FKM e.V.	127
49371	Goliath Toys GmbH	116
46612	HELLMA Gastronomie-Service GmbH	035
41275	C. Jul. Herbertz GmbH	043
46235	Herka GmbH	043
49335	HERMANN MEDIA Maritim Verlag / HM Faktory	114
45918	Herzog Products GmbH	041
42919	Siegfried Hintz - MAG-LITE	U1 Titel-Altarfalz / Cover-Gatefold
PSI Partner	IFEMA - Messe Madrid Deutsche Vertretung	129
48513	Image Kompagniet APS	105
PSI Partner	IPSA - Institute of Professionals in Specialty Advertising	099
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	U4
48639	Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co. KG	047
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH	115
42087	KÖSSINGER AG	117
41565	KP Plattner GmbH	116
48283	Maikii s.r.l.	077
42020	mbw® Vertriebsges. mbH	002
40661	Mohn media Kalender & Promotion Service GmbH	118
48679	Moleskine SpA	121
45974	Multiflower GmbH	055
PSI Partner	PTE Trade Show - O.P.S. srl	107

PSI No.	INSERENT / ADVERTISER	SEITE / PAGE
45998	O-Square GmbH	091
46550	PENKO GmbH	114
40972	PF Concept International BV	081, 116
42332	prodír S.A.	001
45471	Promodoro Fashion GmbH	114
43952	PSI - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	038, 042, 050, 053, 083, 084, 085, 092, 119
PSI Partner	Reed Exhibitions Deutschland GmbH / Deutsche Messe AG	038, 065, 080, 088
42938	REIDINGER GmbH	087
48319	same same but Different GmbH	117
49018	Michael Schiffer Promotion GmbH	007
42880	Signum Siebdruck - Tampondruck GmbH	117
46325	Slodkie Upominki	115
44472	SOL'S SOLOINVEST S.A.S.	114
41108	STAEDTLER MARS GmbH & Co. KG	093
45341	Stereo Holland-Gebäck GmbH & Co. KG	115
44574	Take 2 Designagentur GmbH & Co. KG	091
41308	terminic GmbH	045, 115
42842	Teutoburger Spezialitäten Pappert GmbH	049
47186	TLN Trade Company GmbH	079
41941	Trendfactory B.V.	117
44970	TRIGON Deutschland GmbH	116
45741	TRIK Produktionsmanagement GmbH	118
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	089
PSI Partner	Verlag Werben & Verkaufen GmbH	103
44281	VICTORINOX AG	039
PSI Partner	viscom - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	U3
49378	WARIMEX GmbH	037
44323	Zweibrüder Optoelectronics GmbH	U2
47395	Zwilling J. A. Henckels AG	015
Beilage / Inserts (*Teilaufgabe / Part circulation)		
44455	LINOTEX GmbH	*
45288	Pacor - Pamerio BV	*
43952	PSI - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	*
49362	Westerwald - Brauerei H. Schneider GmbH & Co. KG	*



PSI 2015

DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE
DER WERBEARTIKELINDUSTRIE

7. – 9. JANUAR
DÜSSELDORF

STYLE YOUR BUSINESS

JETZT MESSETICKETS BUCHEN!

www.psi-messe.com

MESSEINFOS JUST IN TIME AUFS HANDY

Die PSI 2015 rückt mit großen Schritten näher. Im Vorfeld gut informiert zu sein, ist für die eigene Planung unabdingbar. Und die Informationen stoppen natürlich nicht während der Messe. Im Gegenteil. Dank Social Media wird das aktuelle Geschehen auf der PSI 2015 immer just in time übermittelt: Auf der of-



fiziellen Facebook-Seite zur PSI 2015 gibt es alle aktuellen News zum wichtigsten Branchenevent des Jahres. Einfach PSI Follower bei Twitter werden und die PSI Facebook-Seite <http://on.fb.me/psimesse> liken. <

MIT DER PSI MESSE-APP UNTERWEGS STETS INFORMIERT

Alle News zur PSI 2015 gibt es natürlich auch für unterwegs: Mit der PSI Messe-App sind Interessierte stets auf dem Laufenden und erfahren alles Wissenswerte über die europäische Branchenleitmesse innerhalb kürzester Zeit. Die neue App ist für alle gängigen Smartphone-Modelle verfügbar. Dazu einfach diesen QR Code scannen und die App herunterladen. Ein unkomplizierter Download ist auch im Apple oder Google Play Store möglich. www.psi-messe.com <



VISCOM FRANKFURT 2014 ERMÖGLICHT 360°-BLICK

Inspiring your business: Das ist die viscom, die als einzige Fachmesse Europas einen 360°-Blick über die visuelle Kommunikation zeigt. Neben inspirierenden Synergien durch die sechs Themen – large format printing – signmaking – object design – in dem Bereich „Technologie und Materialien“ und – digital signage – POS display – POS packaging – in dem Bereich „Anwendung und Marketing“ hat sie eine klare Struktur. Durch den einzigartigen Mix von Technologien und Materialien mit Anwendungen und Marketing sowie der Präsentation von neuesten Entwicklungen und Trends der visuellen Kommunikation bietet die



Messe effektive Orientierung in einem Markt voller unterschiedlicher Anforderungen und Geschäftsmodelle. Die viscom richtet sich mit „Technologie und Materialien“ an Maschinen- und Mate-

rialeinkäufer, Werbetechniker, Druckdienstleister und Objekteinrichter sowie mit „Anwendung und Marketing“ an Markenartikler, Marketingentscheider aus Handel und Industrie, Agenturen, Kreative und Designer. Entscheidend für Aussteller und Besucher der viscom ist die Mischung aus klassischer Messe mit an-



wendungsorientierten Sonderschauen, den europäisch relevanten Auszeichnungen „Digital Signage Best Practice Award, Best of, Superstar, designmaker und European Wrap Star“ sowie wertvollen Vorträgen, die die Messe zukunftsweisend und visionär ergänzen. Die viscom führt Menschen und Ideen zusammen und gibt neues Know-how für gute Geschäfte. Und sie antwortet auf die Fragen: „Was ist möglich?“, „Wie wird es gemacht?“ und „Wer kann es machen?“. Kurz: Inspiring your business. www.viscom-messe.com <

MOLESKINE

CUSTOM EDITIONS

Das Original

Als Erbe und Nachfolger des legendären Notizbuchs von Künstlern und Intellektuellen der letzten zwei Jahrhunderte bietet Moleskine mit der ganz persönlichen Interpretation dieser Kulturikone ein herausragendes Instrument für kreative Marken- und Unternehmenskommunikation.



DISTRIBUTION D-A-CH:
EXCLUSIVE GIFTS B2B GmbH
Gerhard-Falk-Straße 4, 21035 Hamburg
TEL. +49(0)40 609 45 99 00
moleskine@exclusive-gifts.de



Large
Notebook



Pocket
Notebook



Classic
Click Ballpen



Moleskine SpA
Viale Stelvio 66,
20159 Milano, Italia
moleskine.com/custom_editions

Weitere Moleskine B2B Markenbotschafter für eine
Unternehmenskommunikation mit langanhaltender Wirkung unter:
www.exclusive-gifts.de

DER JAHRESENDSPURT – TEIL I

Es wird immer schwieriger, bereits im laufenden Jahr ein Zwischenfazit zu ziehen. Wir befinden uns gerade im Endspurt 2014, dem Jahresendgeschäft. Alle sind busy, viele waren gerade noch in Asien unterwegs. Gespräche zeigen eine positive Grundstimmung. Das Branchenbarometer des deutschen BWL Verbandes für das zweite Quartal registrierte knapp 60 Prozent Unternehmen, die gestiegene Umsätze im Vergleich zum Vorjahreszeitraum angegeben hatten. Ein beeindruckendes Ergebnis für Handel und Lieferanten gleichermaßen. Der Vergleich zum ersten Quartal 2014 zeigt ein ähnliches, teilweise sogar besseres Ergebnis. Das bedeutet, die Branche befindet sich im Aufwind. Und das trotz aller Bedrohungen und Herausforderungen.

Ganz so einfach ist es nicht. Die Zahlen gelten nur für Deutschland. In den anderen europäischen Ländern sieht es nicht unbedingt gleichermaßen gut aus. Trotzdem gibt es weitere Indikatoren für einen positiven Trend. Die PSI Messe im Januar hat bereits im September 98 Prozent ihrer Flächen belegt. Und alle wichtigen Lieferanten sind wieder dabei.

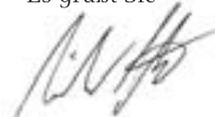
Der positive Trend belegt auch noch etwas anderes: Die Tatsache, wie wichtig heute die permanente Veränderungsbereitschaft eines Unternehmens sein muss, um sich erfolgreich im Markt zu behaupten. Die Innovationen der diesjährigen Messe haben wir konsequent ausgebaut. Das Gelernte entwickeln wir kontinuierlich weiter. Die neue Realität bedeutet „Stillstand ist Rückschritt“. Nicht neu, aber aktueller denn je,

gilt dies doch für unsere gesamte Branche, deren Bewegung immer schneller wird.

Gerade der Handel muss sich dabei immer neuen Herausforderungen stellen. Über Insolvenzen und Verkäufe spricht man nicht gerne. Sie gehören nach wie vor zu unserer Realität. Neue Wege werden auch vom Handel beschritten. Ob es der konsequente Weg in das Internet ist oder der Wechsel auf die Lieferantenseite. Letzteres verzeichnen wir beim PSI verstärkt in diesem Jahr. Händler, die sich auf den Import konzentrieren und damit zum Zwitter werden. Ebenfalls steigt die Zahl derer, die eine internationale Wachstumsstrategie verfolgen. Auch ein Erfolgsmodell, soweit es finanzierbar ist und der Cashflow nicht versiegt.

Eine aktuelle britische Studie bestätigt diese Aussage deutlich. Die kleineren Handelsunternehmen sehen demnach die größten Herausforderungen in den Themen Cashflow, sinkende Margen, Neukundengeschäft, Wettbewerb und zu wenig Ressourcen. Weitere Herausforderungen, die schon Realität sind, werden allerdings nicht wahrgenommen oder noch als nicht relevant klassifiziert. Lieferanten haben zum Thema Herausforderungen eine oftmals völlig andere Sicht. Handel und Lieferant sind sich nicht einig was das betrifft. Doch dazu mehr im nächsten Teil des Jahresendspurts.

Es grüßt Sie



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



»Die Innovationen der diesjährigen Messe haben wir zur PSI 2015 konsequent ausgebaut.«

VORLÄUFIGES AUSSTELLERVERZEICHNIS DER PSI 2015

VOM 7. – 9. JANUAR 2015 IN DÜSSELDORF

Wir freuen uns, dass sich folgende neue Unternehmen für eine Teilnahme an der PSI 2015 entschieden haben:

blau = TEXTILE AREA

pink = PSI Technology Forum

grün = HALLE13-Area



PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.	PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
49279	2had GmbH	12K03	49349	KPK Group sp. z o.o.	12A10 TF
49353	4Qtrade GmbH, GF: Julia Brodbeck	12L18	49299	KULTexpress GbR, Marc Altenburger, Dirk Kreuzer	12L02
49356	8 Pandas Deutschland c/o brandpartner GmbH	12L42	49292	Laurige Duron Sarl	12L26
49347	ADAPT, Anthony Driman	11G31	49367	LBX Asie	9F43
46059	Afkim Ltd.	11B20	49326	Legra Sp. z.o.o.	11C47
49365	AGA B. Orzechowska P. Orzechowski SP. J.	9D27	48956	LimeBOX, Joanna Suchecka-Lipka	11B21
49278	Aglika Trade Ltd	10F66	49314	LOQI Store GmbH	10H50
49337	aiia LLC, Partnership	11C41	49341	LUDGER VOSS // Inh. Herr Voss, funny-look.de	12L16
48914	Arcade Productions srl	9H22	49350	MADISON NEW YORK	10K49
46726	Ari International Trading GmbH	9G52	47096	Makito Promotional Products, CATAL IMPORTACIONES S.L.	10G04
49333	ARTOS PRODUCTIONS GmbH	12L28	46913	MALGRADO fashion & promotion GmbH	10G74h
49276	Artstore Rafal Marcinów, Baldimo	12K27	49315	Marnati S.A.S.	11G45
48898	b & a Vertriebs GmbH, Promotionkicker	9C22	46386	Matterhorn Sverige AB	12B05
49250	Bestron Nederland BV	12D19	49360	[matw] menatwork GmbH & Co. KG	9H09
49300	biobutton - buttons4you Hannes Schmitz, Einzelunternehmen	12N24	49330	MAYA BASIM VE PROMOSYON ÜRÜNLERI SAN.	
49381	Bobble Europe, Cooper Trade BV	11B12		DIS. TIC. LTD. STI	9H01
49348	BOOGIE	12A33 TF	49351	MER Plus Janaszek Sp. J.	12E39
49334	Bric's Spa	10F28	49355	Miniprop GmbH	12L44
49376	CPS GmbH (FRESHTIS)	12L14	49338	M&M Uhren GmbH	12L48
49216	CPU Europe BV	9G08	49320	mood rooms e.K., Inhaber Clemens Hübschmann	11D75
49317	CTWO Products AB	11G12	49388	MyBoomBall, Peter Dombrowsky	12N32
49313	DARA, Izabela Kolodziej	12K18	49312	Neuber GmbH & Co. KG, Innovative Solar Technologies & Solutions	12L46
49374	Daydream GmbH	10G74f		Nici van Galen BV	12K15
48840	DELSEY Reiseartikel und Lederwaren GmbH	10G75	49339	Njoy the music, MAJA Beheer B.V.	12K29
49340	DOIMO FLAIR DISTRIBUTION, Giovanni Doimo	12K05	49323	Nomar, Maria Skrzypek Nowak	12C17
49048	Doyuk Technology & Promotion	9K31	49383	Numiscom GmbH & Co KG	12No8, 12N10
48332	drinks gmbh	9L42a	49259	Omnia Ingredients GmbH & Co. KG	9K27
49302	Dry 2 Go GmbH	12K16	49301	ORANGE BUY GmbH	12L03
48915	EMAGNETS, Magdalena Pliszka	12M22	48564	PLUS Europe GmbH	9L19
47306	EMCO Bau- und Klimatechnik GmbH & Co. KG	9G40	49357	Horst Pöppel Spielverlag	12L30
49306	Erzi GmbH	12K09	49310	Portica GmbH	12A35 TF
46089	F.P.H.U. Eudarcap, Dariusz Kobos	10D19	49368	Pretty Arts Import and Export Company Ltd	9L23
49392	feelfelt, EntryMedia Sp. z.o.o. Spółka Komandytowa	12M14	48248	Prinopa GmbH	12M28
49354	Fifty Five OHG	10G74k, 10G74l	48126	Printfield Sp. z.o.o.	10G74b
49370	Fluhrer Verlag GmbH	12N48	45471	Promodoro Fashion GmbH	11H36
45661	Fröhlich GmbH	9L42e	49226	PROMOLUCHS J. Hörmandinger	10G32
49385	Fuchs-Display GmbH	12N44	49239	Prosy Packaging GmbH	12N46
49322	Garland Bridge (Europe) Ltd t/a Moon Corporate Wear, Bobby Sanan	10G74a	45582	PSL Europe B.V.	10G15
49318	General Bikes International BV	12K40	49331	R3D, LDA	12H57
48575	GEOMAN, Kaliman Mechkarov	11B25	49361	Rudholm & Haak AB	10F43
49371	Goliath Toys GmbH	9L09	43957	Ruth GmbH & Co. KG	9L31
49359	Graffiti Print, Saturnin Zukowski	10F68	49393	Somest OY	12N16
48623	GSE Gesellschaft für Soziale Dienstleistungen Essen mbH	12A38 TF	49286	Stainer Schriften und Siebdruck GmbH & Co. KG	12K07
49342	HanseFlag GmbH	9K51	44818	Step Yazim Gerecleri ve Kalip San. Tic. Ltd. Sti.	11E63
49281	HARKE PackServ GmbH, - HARKE Imaging -	10G44	49387	Stickerfaces GmbH	12L38
49335	HERMANN MEDIA, Maritim Verlag / HM Faktory	12L49	48724	STRAX Germany GmbH	10G45
49324	HERMEY GmbH & Co. KG	12G54	49382	Studio 55 International GbR	12A21 TF
49271	IKON EOOD, Iliyan Kotsev	10F42	49366	Suze Örme Konfeksiyon Tekstil Sanayi ve Ticaret Ltd. Sti.	9F35
47996	iMi Partner A.S.	10G74e	49352	Sweetie-Toys Plüschtiere GmbH	12L34
48038	inCrystal, Sandra Vavelidis	11E25	49327	Telekom Deutschland GmbH	9K14
48048	Innocom GmbH	12K13	49380	The Sourcing Department, LLC	9K21
49298	Innovartis GmbH	12K14	49389	Traphycop GmbH, Kateryna Kirik B.Sc. VWL	12N40
45228	in.takt musik und medien marketing GmbH	10D14	49345	T.W. Lederverarbeitung GmbH	10D10
49336	IntelliSpot® TV / Mediareload GbR, Darko Vitek & Adrian Sangeorgean	12K31	49293	Vier8SiebenEins Kommunikation & Medien GmbH, Geschäftsführer Alexander Schwind	12N50
49303	interfon adress Gesellschaft für AdressenResearch mbH	9H41	49390	Walser GmbH Vertrieb und Produktion	10G74m
49262	iTech-Graphic GmbH	12K48	49075	Wandler, Inh. Dr. Regine Kiefer	12L20
49379	JB ERRE SRL	10G74o	49378	WARIMEX GmbH	11G37
49372	JS-Trade, Inh. Jürgen Schebler	12N05	41898	Wenger S.A.	11B28
49391	Just Spices UG	12N28	49104	Werbemittel-Händlerservice Frank Trimborn	12M36
49207	Just Style It BV	10G74c	49362	Westerwald - Brauerei H. Schneider GmbH & Co. KG	11E19
49272	kinderleicht GmbH	12L01	49269	Wiha Werkzeuge GmbH	11C13
49319	Klaus Stephan GmbH	12L40	49363	mWills, Inhaber Michael Wills	12M54
49329	KNAKKE, CEO/ Inhaber Mario Neugärtner	12N22	49305	WP International GmbH	12M01
49311	Knete.de, Inh. Frank Trujic	12K17	49316	Zorel Tekstil, Imalat Pazarlama Sanayi ve Ticaret Limited Sirketi	10F09
44318	kochmesser.de Import GmbH & Co KG	9L07	47517	Zuckersucht GmbH	11H76
48926	Kolekcja, Halina Namisl	12K20			
43572	KORE S.P.A.	11C65			

VORLÄUFIGES AUSSTELLERVERZEICHNIS DER PSI 2015

VOM 7. – 9. JANUAR 2015 IN DÜSSELDORF

Wir danken unseren langjährigen Ausstellern für Ihre Treue! Folgende Unternehmen sind erneut auf der PSI Messe vertreten:

blau = TEXTILE AREA

pink = PSI Technology Forum

grün = HALLE13-Area

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.	PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
49009	12M ALICJA W SOWSKA	11C61	40710	BULLYLAND GmbH	9K18
PSI Verband	2FPCO	12D56	burger pen AG		9D52
47187	Abanicos Aldaia Internacional, Manuel Guerrero Del Moral	9H07	45956	Businessball B.V.	12D33
47670	Abanicos Jose Blay S.A.	9E03	46531	Camblock, Heylblau Labs e.K. Thomas Mühlhoff	12K41
48989	a.b.m. Italia S.p.A.	10D21	49016	CDH Computer Division Heinemann GmbH	9A18
48055	Acar Europe GmbH	11F25	43811	Cemertas Promotional Textiles, Industrial and Foreign	
44329	aditan Werbe- und Organisationsmittel GmbH	12B01	47456	Trade Company Ltd.	9B01
43999	ADOMA GmbH Kunststoff- und Metallverarbeitung	12H53	47791	CHILI CONCEPT SARL	11B16
46850	ADV PAX Lutec Vertriebs GmbH	9E28	48760	Chocolats Camille Bloch SA	12D38
44897	AERO d.d. Celje, kemicna, graficna in papirna industrija	9C10	48316	CHOCOLISSIMO by MM Brown Deutschland GmbH	10K06
45448	Aetzkunst GmbH & Co. KG	9C14	42811	CITIZEN GREEN, BOOMERANG S.A.	12G46
48751	AFISA, Asoc. Fabric. Import SA	9B52	48658	CITRON btl, Magdalena Owczarska	10C28
49267	Agentur Vorsprung, Peter Häusser	11D52	46851	Classic Line Warenhandels GmbH	9K03
49005	AHELIA CANTA REKLAM HIZMETLERI		48748	Claymore, Willemen Koffers B.V.	9G51
	SAN. VE DIS TIC. LTD. STI.	9E17	40511	Clipper B.V.	11A66/B73
48934	Albert Mebus GmbH & Co. KG	11F14	48345	CMA Global, Inh. Young Sun Kim	9G32
48939	Albo Trade srl	12K23	8580	Colijn Muller B.V.	12C39
49035	Alémundo Com de Brindes, Lda	10D63	48344	Color Print Ltd.	9L41
49089	Alfamax Technology Company Ltd.	12C14	46789	CoMo Europe B.V., CoMo Europe Niederlassung Deutschland	9C23
47800	ALFA PROMOSYON TEKSTİL PAZ. SAN. VE TIC. LTD. STI.	9C27	47307	Comodo M. Malczynski R. Badowski sp.j.	10D11
45590	aloga gmbh	11B30	46835	Concert-Merchandising GmbH	9L13
45753	Anda Present Ltd.	11H22	49112	Consilio Jakob Michalski	12K30
44291	Araco International B.V.	11F24	48425	Kambukka BVBA	11G19
48983	Arem Italia Srl	10H49	41421	Coolike-Regnery GmbH	9E31
45456	Aristos International GmbH	11G34	45939	Corthogreen bv, Greengifts & Seedpromotion	10H03
48309	Manufacturas Arpe, S.L., ARPE	11C63	48908	Cosmetic Service GmbH	9D17
45895	Artihove Regina B.V.	10G68	48842	Cottonland - Textiles, Open Vision - Publicidade Lda.	10H07, 10H09
47506	Condom Message, ASHA INTERNATIONAL	9A41	48445	CTP S.R.L.	9E21
45428	Asia Pins Direct GmbH	9L51	49406	Cuka Design, S.L.L., Sonia Rojas	9F41
47525	A-Solar B.V.	11G33	48985	CU Kunststoff GmbH, Kunststoff Kreativ	12N34
41169	ASS Spielkartenfabrik Altenburg GmbH	11F65	47595	Cupprint Europe GmbH, freie-produktioner	
46148	ATUT & PRIMAR s.c., Golab, Rackiewicz	11A63		Münster/Osnabrück GmbH & Co.KG	9G18
46204	Axpol Trading Sp. z.o.o. Sp.k.	10K25	48936	D2 Tekstil Sanayi Ve Ticaret Ltd. Sti.	10C40
46781	AXXEL Sp. z.o.o.	9D18	42819	Gustav Daiber GmbH	12D14b
48973	Axxel Lenticular, Adam Jastrzebski	12K34	PSI Partner	dedica - Dr. Harnisch Verlagsgesellschaft mbH	9H05
47411	badge4u, Wojciech Pawlowski	12B39TF, 9A31	46660	DEONET GmbH	10K31
41338	Bären-Luftballons GmbH	9D09	49396	Deutschland-Fanshirts, Inhaber: Philipp Reuter	12N42
47397	Bagco Ltd.	9H03	49090	Die Stadtgärtner, Inh. Derk Niemeijer	12K46
48049	Bahar Tekstil San. Ve Tic A.S.	9C03	48471	Mr Disc, Digistor Deutschland GmbH	12H27
48407	Hispánica de Globos S.L., BALLOONIA	9F14	41734	Giuseppe Di Natale S.p.A., Arti Grafiche Cartotecnica	11H71
48350	Barbara Hofmann Cosmetic-Pinsel GmbH	9D31	47097	EMBALAJES PUBLICITARIOS NT, Diseño y Aplic. del NT, S.L.	10E60
45434	Bartl GmbH	9A40	48615	DIZAYN ETIKET San. ve Tic. A.S.	9F18
45934	bb med. product GmbH	9C32	46488	DOCTIME GmbH	11F42
47455	BD Group d.o.o.	10C61	40723	DOM POLYMER-TECHNIK GMBH	11F20
48731	Beseda, Adrian Bereszynski	9D35	41752	doppler - H. Würflingsdobler GmbH	11E41
46839	Bio Laboratories Ltd.	9F28	48489	Dorling Kindersley Verlag GmbH	11F51
49113	BIVALVIA Ltd.	12K32	46897	Dosenspezialist GmbH	11A54
49002	BLI Holdings Ltd., TwistKey	12N30	49304	Dragon Gifts, CLA Magellan, LTD	10K16
41435	Böckling GmbH & Co. KG	9B14/9C13	45720	DreamPen, Polish Ball-Point Pens Producer	10E35
44120	Sport Böckmann, Ihr Partner für Sport und Freizeit	10G74d	48061	Drechserei Kuhnert GmbH, Erzgebirgische Holzkunst	9L37
47698	BOFA-Doubllet GmbH	11A22	44886	DreiMeister Spezialitäten, Hans Schröder GmbH & Co. KG	9C51
48718	BOHEMIA SPORT LION, spol. s.r.o.	9H28	47414	DRIINN, BOBINO B.V.	11A30
48401	Bon Goût, Eli Katzenstein	11C45	48122	Dubis Promotionartikel-Service GmbH, Nobel	
48043	Boogaard Textiles B.V.	10K21		Business Center	9G17
48778	BOOKMAN AB	9F32	48952	East West Packaging B.V.	12N04
45767	Bottle Promotions, a Tacx International Company	9K32	47300	Easy Gifts GmbH	11D64a
48361	BrandCharger Europe VOF	10G13	47503	Eco Promo, Everything Environmental Ltd	9L27
46304	The Brand Company, S.L.	9G31	48395	ECUMENICUS di Secchi Sergio	10F52
46116	Brand Promotion CZ s.r.o.	10G26	41387	EHRENBERG GmbH	9F04a
46905	Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG	9A25	41369	elasto form KG	11F54
48876	Bremer HACHEZ Chocolate GmbH&Co.KG	10D06	44127	Elektronika SM-Handels GmbH	10E43
41141	Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. KG	10G45	48996	ELITA Spółka Jawna, Jerz i Staszalek	10G05
40567	BRUNNEN - Baier & Schneider GmbH & Co. KG	11D03	44736	ELITE Srl	10F19
48383	BSC SPA	10E27	42200	e-m Holzprodukte GmbH & Co. KG	11A19
48045	B-TOKEN BVBA	9K08	45997	emotion factory GmbH	12D29a
47952	Büyüksöy Bayrak, Ve Semsiyi San. Tic. A.S.	9G01	42692	EMSA GmbH	11G17
49119	Built by Doctors Lda	9B31	47403	Ender Tekstil, Sanayi Ve Ticaret Ltd STI	9D28

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.	PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
47737	ENDULZARTE, S.L.	9F31	47349	Hypon BV	11A13
49081	ENTRADA Textile Dienste GmbH, Geschäftsbereich Matten	12L32	45302	ICO JSC	9D39
49404	ERREENNE Srl	9K02	44411	ID®, REXHOLM A/S	10C44
41768	ESC - Europa-Siebdruckmaschinen, Centrum GmbH & CO. KG	9B04	48090	Idepa - Industria de Passamanarias, Lda.	9G42
41022	ESCHA GmbH	11H23	PSI Partner	IFEMA Feria de Madrid	12A01
40684	ESKESEN A/S	9F24	46028	IMAGE GmbH	12G38c
48762	Essential Elements AG	12H55	48513	Image Kompagniet APS	10D25
47057	ETITECNIC.	9E42	44740	Impliva B.V.	10G02
49245	Euronatal LDA	11G41	48692	Industrial Wear srl	10G03
41857	EUROSTYLE - Emil Kreher GmbH & Co. KG, Lederwarenfabrik	11D41	44898	Jaen Ingel AB	9K28
45339	Everts Pol Sp.z.o.o.	9E27	48282	Inoxcrom Internacional S.L.U.	10F41
49403	Exprod Sp. z.o.o., Dmytro Pecherskyi	10G70	46924	INPRO SOLAR SYSTEMS, Inh. Georg Huber	9K04
48749	EXTRAGOODS Handelsagentur, Horst Ballé	11B19	42907	Inspiration GmbH	11D04/11F21
47094	Extrapack OOD	11G14	43540	International Area	12D56
47558	E-Z UP Europe B.V.	10D18	45893	Intraco Trading bv	10C76
49205	Fabryka Zabawek Pluszowych Kolor Plusz, Mirosław Lapczuk & Maciej Raczkowski	12G37	45893	i.p.a. Sweets GmbH	11D02
43144	FARE - Guenther Fassbender GmbH	12D14	46848	Ipeknur Textile Clothing Co. Ltd.	9G02
47960	Feniks Sp. z.o.o.	9H42	46922	Istanbul Tekstil, ve Promosyon Ürünleri, San.Tic.Ltd.Sti	9D05
48984	Feuer & Glas OHG, Inhaber: Mario Crisolli, Susanne Kress	12C03	48357	IVB Transferdruck, Inh. Norbert Koch	9B27
46874	Fokoladovny Fikar s.r.o.	9A04	47696	Jamara e.K.	12D05
48797	Firma A&J Agnieszka Polak	9K13a	47258	Jasani LLC	11A67
47964	First Editions Ltd.	9E49	46742	JHK Trader S.L.	9A52
41002	Alfred Fischer	9E18	49115	JOBET GmbH ein Unternehmen, der Halbmond Teppichwerke	10G01
48315	fischertechnik GmbH	10C01	41990	Joytex GmbH & Co. KG	11F04
48158	Flameclub Europe BV	11C53	41170	JÜSCHA GmbH	9F50/G49
49223	Flexible Innovations Ltd.	12A16 TF	41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co. KG	12D29
44294	Hermann Florke GmbH	11C49	46091	Kaai Kalender GmbH	10C18
44389	Floringo GmbH	10C22	42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	11D34
48900	FOHA, Krystyna Glowacka Pasternak	9E41	48417	Kamp Europe BVBA	10K03
49397	Foremost Magnets Ltd	12L18	46232	Kandinsky Deutschland GmbH	10C21
47463	Francos GmbH, Image-Cosmetics & More	12G02	48037	Karcher AG	12G48
49201	Gebr. FALLER GmbH	10G76	48966	Karl Loy Bandweberei GmbH, Geschäftsführer Till Hackenberg	10F01
41615	Geiger-Notes AG	11D63	47464	Karlowsky Fashion GmbH	12D30
47324	Get Impressed srl	11F34	40043	KASPER & RICHTER GmbH & Co. KG	9C37
47578	Gimex melamine plus GmbH	9D41	46131	KKH GmbH	12G47
45737	Giving Europe B.V.	10E34	47903	Kimpeks Tekstil San. ve. Tic. Ltd.	9H13
47893	GK Handelsplan GmbH	11G52	49007	KKM Thüringen Live GmbH & Co. KG, Fanflosse Vertrieb Deutschland	12K19
49096	GMVV SARL	12K47	43358	Kleen-Tex Industries GmbH	12H15
43242	Göckener GmbH	9C52	41614	KM ZÜNDHOLZ INTERNATIONAL, Karl Müller GmbH	11G39
PSI Partner	Göller Verlag GmbH	11K76	47508	Hans Knipf GmbH & Co. KG	10K39
40969	Jakob Göschl GmbH	9D08	47607	Knirps Media GmbH	11D42
48349	Gold Puzzle Collection, A.O.S.B.	9F01	41119	Knops Acryltec	10F03
45829	Goldstar Europe, National Pen Limited - VP Marketing Europe	11H66	47732	PHU KODER II S.C. Leokadia i Waldemar Sikora	9C28
44615	Golfball Bussjäger, Florian Bussjäger	9C41	44071	Könitz Porzellan GmbH	10C08
46517	Gorenler A.S.	9D02	42087	Kössinger AG	10D72
46895	Gottschalk V.O.F.	11B52	47639	Köksal Canta ve Saraciye San. Tic. Ltd. Sti	10G32
43808	Goudsmit Magnetic Design B.V.	10F24	47406	koziol »ideas for friends GmbH	12D30
48266	Gourmet Leon Feinkostmanufaktur	9L35	48223	KDM Handels-GmbH	9C31
47197	GPE A. Ardenghi srl	9H04	46770	KREITER GmbH	9D10
47265	GRASPO CZ, a.s.	11G04	47203	Krüger & Gregoriades Im- + Export GmbH	9B50
46548	Great Central Plastics Limited	9F13	44546	KV&H Verlag GmbH, Harenberg · Heye · Weingarten	11H62
48277	Green Earth Products, Inh. Helga Nederhoed	11A42	49107	Kynäexpert Oy, CEO Leo Kostylev	10K40
49399	Guarantee Advertising Gifts, Ioannis Koufopoulos	12N12	47361	Lainas Products , Printing Company	11F75
43990	Guidetti Carlo Ombrellificio, di Eredi Guidetti S.N.C.	9K38	48994	Landway International Corp.	9D13
46944	Gutting Pfalznudel GmbH	11A74	45736	L.A. Larsen A/S	11A26
43756	Häusser Europe OHG	10E64	44678	L&D Aromáticos, S.A.U.	9E32
45107	Franz Hagemann GmbH & Co. KG	12B09	48925	Leber Sp z.o.o.	10H11
49079	Haid Werbeagentur GmbH	12G38B	42438	Lediberg GmbH	11D29
45666	Halfar System GmbH, Rucksäcke und Taschen	12D14a	47073	Leniar Sp. Jawna, WYTWORKIA SZABLONOW KRESLARSKICH	9K39
48816	Hand Bags ABC GmbH	11G13	40717	Lensen Toppoint B.V.	12K01
42765	HAPPY bvba	11A14	41248	Leser GmbH	9E45
44954	happyROSS GmbH	11F43	44742	3e Degre SAS - Les Parfumables	11A39
42688	Hat's Company GmbH & Co. Warenvertriebs KG	10G745	46175	LEUCHTTURM ALBENVERLAG GMBH & CO. KG	11H13
47160	Hauff Schreibgeräte GmbH	9E40	48484	LE COLOR, Levent Ofset AS	10E09
41756	HAWECO, Import GmbH	11A34	45457	Lexon S.A.	10E75
48313	Headwear PL Sp. z.o.o. Sp. J.	11A18	44862	Licefa Kunststoffverarbeitung GmbH & Co. KG	10E14
46712	Heibro International BV	10K44	47192	Linarts s.r.o.	11A58
41054	heidemann plastik GmbH & Co. KG	10D42	47965	Listawood, AT Promotions Ltd.	10E24
44145	helo © Heckelmann Holz und Kunststoff GmbH + Co. KG	9K07	42487	LM ACCESSOIRES WERBEMITTEL & EXCLUSIVANFERTIGUNGEN GmbH	12Bo2, 12Bo6, 12Co5
41583	HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG	11D01	43208	LoGolf Line B.V.	10H01
46706	Herbalind GmbH	12A04	46104	logolini Präsenze, Fickenschers Backhaus GmbH	9C42
41275	C. Jul. Hertz GmbH	11E62	48849	LOOPS CONDOMS	11B17
41016	Heri-Rigoni GmbH	10E53a	46751	Fair Squared GmbH	12N03
46235	HERKA GmbH	12B18	48100	Lufi Expressz Kft.	9D22
45918	Herzog Products GmbH	11H46	48754	Lutuf Inanc Textile Ltd.	9H31
48183	High Profile Plastic Parts Ltd.	9F03	46414	Lynka Sp. z.o.o.	10D36
45818	Golfvertrieb Hilbrand	10G43	40909	MACMA Werbeartikel oHG, Import-Export	11D64
42919	Siegfried Hintz - MAG-LITE Generalimporteur & Alleinvertrieb Deutschland	11D44	47002	MaCookie	9A17
41118	HOECHSTMASS, Balzer GmbH	11A61	48040	Macseis Corporate Services Ltd.	10H31
45973	Hörsteler Interior Design GmbH	10D53	41617	MAGNA sweets GmbH	12G45
41690	Philipp Holle KG Papierverarbeitung, Werbeartikel	11F01	44833	Mahlwerck Porzellan	11H03
48946	Hubelino GmbH	12K44	40755	Marbo-Werbung, Norbert Bokel GmbH	9G03
			49237	March design studio Ltd., M.K. Ciurlionio str. 1-13	12K26

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.	PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
49092	MARIP-Werbelebensmittel, Inh. Matthias Rippert	12K39	45291	PIKO Spielwaren GmbH	12G56
49006	Mart s.c. Anna Tomal, Marek Tomal	12K33	48070	PIM TEKSTIL SANAYI, VE PROMOSYON LTD	10H46
49017	Marzipan Books Ltd., BOD Igors Oleinikovs	11B13	41394	PLANET Schreibgeräte GmbH	9E40
45721	MASAS DECORATIVE METAL PACKAGING	11G03	40637	Plastoria S.A.	10C64
45014	Master Italia SPA	10E54	41565	KP Plattner GmbH	11A52
46457	MAXEMA Srl.	10E76	49402	Polskie Karty sp. z.o.o.	10H25
46503	MAXIM Ceramics GmbH	9B13	46596	POLYCLEAN International GmbH	11G38
48690	Maxima Sports B.V.	10F75		Premsons Plastics P Ltd	10D20
43332	Maximex Import - Export GmbH	10C02	47360	PROMAKS CHEMICAL COSMETIC, CLEANING	
47483	MAXX Promotion, Inh. Dagmar Kornhaas	10E04		HEALTH PRODUCTS INDUSTRY AND TRADE CO. LTD.	10E15
49384	May Atki Market Etiket Dokuma San Tic Ltd. Sti	9K10	48727	Promedya Tanitim Matbaacilik Montaj San. ve Tic.	
42020	mbw® Vertriebsges. mbH, für Werbeartikel und Spielwaren	12D48, 12E40b		lth/lhr. Ltd. Sti.	9F17
48018	MEDEURAS GmbH	10G07	46355	Promidata Deutschland GmbH	12D41
49013	Mediaconcept	9F21	PSI Partner	PromoAlliance	11K70
48781	Megalens Matbaacilik Turizm San. Tic. Ltd. Sti.	10F73	43550	Promoclip International BV	10D16
40714	Karl Meisenbach GmbH & Co. KG	12B38	48746	Intermax d.o.o.	12K11
41836	meterex - Karl Kuntze (GmbH + Co.)	10G63	48917	Promo House s.c., T.Lukasik W. Lukasik	9K13
41680	METRICA SPA	10F13	48042	THE PROMOLAND s.r.l	10F76
49018	Michael Schiffer Promotion GmbH	11D74	46124	PromoNotes Sp. z.o.o.	11D24
41581	michel-toys Handels-GmbH	9G50	44722	PROMOTION PETS GmbH	10C75
45899	micx-media in concept gmbh & co. kg	10G73	43775	promo-watch GmbH	9F39
43444	EDWIN MIEG OHG	9C18	PSI Partner	PromZ Magazine, Het Portaal Uitgevers B.V.	12B33/12D47
47780	Mimaki Europe B.V.	12B13 TF	PSI Partner	PromZ Vak, Het Portaal Uitgevers B.V.	12B33/D47, 12B45
49101	Mirabilis Distribution SRL	9E08	48685	PR Tryck AB	9G14
46992	Mister Transfer.com	11A45	42073	Pulma Lederwarenvertriebs GmbH	9F07
48364	MIYO MENDIL VE GIDA SANAYI DIS TICARET LTD STI	9B39	48954	Pusula Basim (Pusula Cizgi Alti Basim San. Tic. Ltd. Sti.)	9B40
44940	MK-Haushaltswaren - RICOLOR, Thomas Mayr-Kiessling	9F27	42109	Quickbutton Badges AB	9H14
47798	MKM media Verlags- und Medienproduktionsges. mbH & Co. KG	11A44	42762	R&J International Limited	9B28
48784	Modal BRG Örgü Dokuma Tekstil Sanayi Ve Ticaret Ltd. STI.	9E13	49358	RAKSO - TERRACOBAG	11G09
48679	Moleskine Spa	11F44	48056	Ral Tekstil Ltd. Sti.	10K76
47988	Moosmayr Ges.m.b.H	10K12	44741	RASTER, R. Nowak i S-ka S.J.	9D01
48782	Moto Design Co. Ltd.	10D29	46434	Raxy Line Srl	11F12
49231	MOUNTEK GmbH	12A17 TF	46051	REDA a.s.	11F21
46708	moynrd GmbH	12H03	46261	reeko design gmbh & co. kg	10E40
49215	Mozzer's Finest, finest culinary art Simone Becker & Maurice Koop GbR	12N01	49078	RefAktive GmbH	9H18
41143	MSA Münchinger GmbH	12H45	PSI Partner	Regal Difussyo by SERGRAF, Servicio Gráfico y Comunicación	12A02
47776	MSW Lasertechnik GmbH	12M30	42130	Regine IQtrim GmbH	10G23
47925	mt products GmbH	9F51	47182	Reisenelthel Accessoires, Inh. Peter Reisenelthel	11H63
41702	MÜBOPLAST Müller GmbH	9H50	48510	Reiter Polska Sp. z. o.o.	9A28
47774	Müller Werbemittel GbR, Andreas & Matthias Müller	10K01	48273	Retap ApS	9D03
48938	Münder-Email GmbH	12K35	40884	Richartz GmbH	11B42
45974	Multiflower GmbH	10C10	42084	Gerhard Riegraf GmbH + Co. KG, Tresor Verlag	9D50
44983	Murat Tekstil	11B53	41211	rio Ballfabrik e. K., Inh. Gunnar Fuchs	9F04
47673	myfitmix GmbH - Gesunde Werbung	9G41	44508	Ritter-Pen GmbH	11D73
46486	Nath 2004 S.L.	10C71	47847	Rösler Ceramtec GmbH	9B49
47956	NAV Enterprise LLC, Cosmos Exports	9C36	48130	Roland DG, Benelux NV	12B30
48124	NEOFLEX Ltd. + Co. KG	12B31 TF	47729	Roll-Over sp. z.o.o.	10D07
41816	Nestler-matho GmbH & Co. KG	12D02/12G01	47430	RO-WE SNC DI Brusatera Roberto & C.	9D14
45411	Neutral.com, Fun Tex Clothing Co. ApS	10E08	44170	Sachsen Fahnen GmbH & Co. KG	9D49
49206	New Idea Crafts GmbH, City Airport Bremen	12K38	48152	Salzmanufaktur Siegsdorf, Landkaufhaus Mayer GmbH	9A50
44367	New Wave GmbH	11H04	46525	Sanjuan Hermanos, S.A.	11D51
46376	J.G. Niederegger GmbH & Co. KG	10D03	PSI Partner	ScandiBase by BEYER GmbH	12G53
47254	Nimbus Nordic A/S	10D62	47514	Schärfer Werben GmbH	10F72
45981	NOEX spolka z ograniczona odpowiedzialnoscia sp.k.	9E02	47541	Rudolf Schaffer Collection GmbH & Co.KG	9A14
46403	NOTEDECO, K. Frasunkiewicz-Jankowiak, P. Jankowiak Sp. j.	10G25	47061	August Schmelzer & Sohn GmbH	9H32
42719	Nürnberg-Spielkarten-Verlag GmbH	9B18	43416	Schneider Schreibgeräte GmbH	10E53
48669	Nunet Ltd.	9F28a	48713	schönpfeffer-invoceem e.K., Dr. Rolf Schumacher	12M26
49046	Nunettes Germany	12N26	49084	Schrimms GmbH	12K43
48933	ÖSTLING Marking Systems GmbH	12K45	48140	Screeintex International SA	10C38
46731	Offene Systeme Software!, Thomas Brecht	9F12	48862	Scrikss Kalem Kirtasiye ve Ofis Malz. San. AS	11F61
48904	OLAMI GmbH	12L22	46097	José Albero Puerto, S.L. - Secaneta	11H02
43341	Editions OLEFFE S.A., Oleffe Kalender Verlag	12H01	47753	Carus - a brand of Seidel GmbH + Co. KG	9E22
46997	OLÉ SPORTS	10K45	49025	Porzellanfabriken Chr. Seltmann GmbH	10F70
42655	Oppenheim & Jansson A/S	9D32	41838	SENATOR GmbH & Co. KGaA	10C31
49990	PTE Trade Show by O.P.S. srl	10H37/10H47	48404	senz° umbrellas bv	11H43
41172	Optamit GmbH	11H33	49026	Serwo Packaging by Serwo GmbH	10D30
48673	Original Buff, S.A.	10E74	49097	Shock Line Srl	12A34 TF
46305	ORIGINAL LANYARDS, sdi publicidade lda	9E04	PSI Partner	Der Siebdruck	12A12TF
47984	Pack Art Bags sp z o.o., spółka komandytowa	11B65	44885	Heinrich Sieber + Co. GmbH + Co. KG, Fabrizio	9C49
45288	Pacor - Pamerov BV	10D04	43807	SIPEX S.P.A.	12D13
47226	PAD'S WORLD, S.L.	9G39	46405	SIPLAST Siegerländer Plastik GmbH	9D42
48381	Pamir Havlu Pazarlama San Ve Tic Ltd Sti	9B42	46325	Slodkie Upominki	12G39
49015	PROMA Lech i Kielbasinscy Sp. J.	9K01	48634	SM DOKUMA KONFEKSIYON SAN.TIC.LTD.STI.	9E01
49209	PAR54 GOLF	10K50	45567	SND PorzellanManufaktur GmbH	11D43
45999	PASSATGUMMI, Schreven GmbH & Co. KG	12D11a	48796	SOAP OPERA, Ideen aus Seife	12C04
48538	Passion Cotton	12B03	43917	Sofrie S.A., ADDEX design	10C32
47678	Paul Stricker, SA	11F02			
46454	PDC Europe SPRL	9K42			
44176	The Peppermint Company	10G19			
48745	Pernod Ricard Deutschland GmbH	10E21			
46819	PES Zagreb d.o.o.	9F53			
40972	PF Concept Deutschland	12E30			
46273	Müller & Schmidt Pfeilringwerk GmbH & Co KG	11E65			
48965	PHU LIZARD, Jaroslaw Suski	12K28			

For planners who leave nothing to chance.

Reliable exhibition data bears this brand:



Explaining what figures mean in plain language – this is our specialty. Because you can trust exhibitions certified by us: How many visitors were there? What were their occupations? How many visitors made buying decisions? We supply the answers. Promptly. Clearly. Precisely. For around 300 exhibitions in Germany and worldwide.

www.fkm.de

PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.	PSI NR.	AUSSTELLER	HALLE/STANDNR.
47104	Softreflector LLC	12G51	42713	Poul Willumsen A/S	9E50
49028	SOL EXPERT Group, Inh. Christian Repky	10G09	48066	WIN BENELUX BV, MAKITO BENELUX	10K02
44472	SOL'S - SOLOINVEST S.A.S.	10C11	46914	WORLDCONNECT AG	10F64
47677	Sopp Industrie GmbH	10C34	42772	XINDAO B.V.	12D04, 12G14
48605	Speichermedien Fabrik, Rastalite Concept GmbH	10D33	48603	YCH YONCAHES PAPER PRODUCTS & LUXURY BOXES	11C17
47019	SPÓLNOTA - Drzewna, Spółdzielnia Pracy	12C13	48964	Zep Srl	9D23
41576	Spontex Industrieprodukte - MAPA GmbH	11G36	41823	Zettler Kalender GmbH	11E66
41462	Spranz GmbH	10E02, 10E03	47457	Zuckermaier - German's Best Werbezucker und mehr GmbH	12G38, 12G38a
47909	SPRINTIS Schenk GmbH & Co. KG	11C42	48535	Zustell-, Transport- und Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG	9L01
42932	SPS (EU) Ltd, t/a Supreme and Product Source Select	10K29	44323	Zweibrüder, Optoelectronics GmbH & Co. KG	10G35
44488	S. R. Brothers c/o M & N Group, Sushil M. Motwani	9H10			
43836	STABILA Messgeräte, Gustav Ullrich GmbH	11C52			
43287	Schwan-STABILO, Promotion Products GmbH & Co. KG	9L49			
41108	STAEDTLER MARS GmbH & Co. KG	12D46			
42183	STANDARDGRAPH Zeichentechnik GmbH	11E52			
48356	Stanley and Stella S.A.	10G20			
47007	Stefania, Zaklad Galanterii Skorzanaj	9D40			
45341	Stereo Holland-Gebäck GmbH & Co. KG	9D04			
43567	Stiefel Eurocart GmbH	11H19			
45280	Stiefelmayer-Contento GmbH & Co. KG	9G27			
48783	STIL Media SRL	9B45			
48671	Studio anan d.o.o., Promoskin.eu	12K22			
43053	SUCCESS - Dr. Rolf Hein GmbH, PUSTEFIX Seifenblasen	9C17			
48447	SUITSUIT International BV	11C44			
48488	SUNNYTRADE GmbH	10G06			
41032	Suthor Papierverarbeitung, GmbH & Co KG	12D11			
44998	Sweetware GmbH & Co. KG	11H75			
49042	Talat Matbaacilik ve Deri Mamulleri Ticaret As.	11H51			
44186	team-d Import-Export Warenvertriebs GmbH	10C14, 10D09			
41207	Teca-Print AG	12B35 TF			
43817	TechnoTrade Import-Export GmbH	9K49			
45668	Tee Jays A/S	10C54			
48992	Tekpar A.S.	11E74			
48308	Teks Pro Promosyon, Tekstil Ürün Leri San Ve Tic Ltd Sti	10E20			
41831	teNeues Verlag GmbH + Co. KG, Corporate Publishing	11C66			
49343	Te Neues Druckereigesellschaft mbH + Co. KG	12A35a TF			
42735	TEN-PACK GmbH	11B74			
48755	Tepro Garten GmbH	10F17			
46683	Tetribérica III Corporate, LDA	9E07			
49253	Texet Benelux NV	12C38			
41875	TFA DOSTMANN GMBH & CO. KG	10K34			
48418	TGL Poland sp. z.o.o.	9A27			
49058	The Cube Factory, Chiara Solar, S.L.	9C07			
46120	The Pen Warehouse, A division of Tancia Ltd.	9C04			
48662	The Royaltex Balloon Company S.L.	9E14			
45780	TITAN Hamburg GmbH	10K10a			
41783	TOKAI EUROPE GMBH	11H37			
46918	TOPKAPI TESSUTI S.r.l	10E10			
49224	TPIX AB	12K21			
46818	Trade Only Technology Services Ltd., TECHNOLOGO.com	11B66			
46108	travelite GmbH + Co. KG	10K10			
46832	Fabryka Kart TREFL - Krakow Sp. z o.o.	9B32			
44970	TRIGON Deutschland GmbH	12G30			
47228	TRIGON Tekstil San.Ve Dis, Ticaret Ltd.Sti.	9C02			
49037	TRIUSO-Qualitätswerkzeuge GmbH, Inh. Josef Rinberger	10D01			
40846	Heinz Tröber GmbH & Co. KG	10E01			
46311	TROIKA Germany GmbH	11D76			
47804	Trotec Laser GmbH	12B14			
49405	Turkey Sourcing B.V.	10H21			
45550	Walter Twistel GmbH & Co. KG	10C64a			
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	12D25			
47548	Uniform Accessoires Bohemia, s.r.o.	9B41			
49211	USB System, MK System Katarzyna i Maciej Nowak s.c.	12H47			
47527	Erich Utsch AG, Kennzeichnungs- und Registrierungs-Systeme	12A03			
49114	Uyar Saraciye San. ve. Tic. Ltd. Sti.	10D15			
42161	VAERST UHREN, Inh. Marc Vaerst e.K.	9H52			
48806	Van Bavel bvba	11G11			
48790	Vanguard Retail A/S	10G72			
42941	Venceremos GmbH	11B34			
48606	V. Fraas GmbH	11F73			
41801	Paul A. Henckels Nachf. GmbH & Co. KG, VICTORINOX	11A04/11C11a			
44281	VICTORINOX AG	11A04, 11C11			
47555	Vim Solution GmbH	9H34			
47869	VINYA NV	11C73			
46622	Viva-Plus II Firma Handlowa, Joanna Kowalczyk	9G28			
44685	WAGUS GmbH	9A43			
49091	Wallburg GmbH	12B33TF			
40753	WALTER Medien GmbH, Kalenderverlag	11F53			
41594	Walz GmbH & Co.KG	10E73			
48981	Jens Korch & Grit Strietzel GbR, Edition Wannenburg	12M16			
40588	Weidner GmbH	10G49			
48078	Wera Werk - Hermann Werner GmbH & Co. KG	10D12			
47968	Werbekonfekt GmbH	9C40			
41253	Wild design GmbH	12A09			
47688	WILK ELEKTRONIK S.A.	10D50			
42955	WIL Langenberg GmbH	9A22			



PROMO GIFT

SALÓN DEL REGALO PROMOCIONAL
PROMOTIONAL GIFT TRADE FAIR

14-16
ENERO
JANUARY
2015
Madrid

España / Spain

ORGANIZA
ORGANISED BY



IFEMA
Feria de
Madrid



PROMO
GIFT

PROMUEVE / PROMOTED BY:



www.promogift.ifema.es

**LINEA IFEMA
IFEMA CALL CENTRE**

LLAMADAS DESDE ESPAÑA
CALLS FROM SPAIN
INFOIFEMA 902 22 15 15
LLAMADAS INTERNACIONALES
INTERNATIONAL CALLS
(34) 91 722 30 00

promogift@ifema.es



AUS DEUTSCHEN LANDEN

Werbeartikel „Made in Germany“ stehen auf der Liste der Titelthemen unserer Dezemberausgabe. Die Bezeichnung entstand Ende des 19. Jahrhunderts in Großbritannien, wo man die Herkunftsbezeichnung ursprünglich als Schutz und Abgrenzung vor billiger Importware im Zuge der Industrialisierung einführt. Dem anfänglichen schlechten Leumund deutscher Produkte folgte bereits Ende des Jahrhunderts eine Qualitätsoffensive in Deutschland, sodass sich „Made in Germany“ bald zum Gütesiegel wandelte. Nach dem 2. Weltkrieg wurde es zu einem Synonym des deutschen Wirtschaftswunders und wirkt bis heute als Ausweis von Zuverlässigkeit und Qualität. Außerdem stellen wir Ihnen in dieser Ausgabe Produkte vor, die Nachhaltigkeit und Fairtrade berücksichtigen. **Bitte denken Sie schon jetzt an das Produktthema der Januar-Ausgabe, die Messeneuheiten der 53. PSI Messe ins Zentrum rückt, und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) spätestens bis zum 13.11.2014 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de.**



DER GEWISSE UNTERSCHIED

Sind Werbeartikel überholt? Nicht, wenn es nach der Meinung vieler Franzosen geht. Allerdings sollte der Werbeartikel hochwertig sein. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie, die der französische Verband der Werbeartikel-Kommunikationsfachleute 2FPCO in diesem Jahr in Auftrag gegeben hatte. Wir stellen die wichtigsten Erkenntnisse der Studie vor.



NEUER PRODUKTIONSSTANDORT ERÖFFNET

Die Werbekeramik-Spezialisten von Mahlwerck Porzellan aus dem bayrischen Kolbermoor haben einen neuen Produktionsstandort in Teplice, Tschechien, eröffnet. Das Unternehmen trägt damit der gestiegenen Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Porzellanprodukten im Promotionsbereich Rechnung. Die völlig neuen, modernen Räumlichkeiten am Rande von Teplice wurden direkt an den Produktionsprozess angepasst.



IMPRESSUM

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

Herausgeber: Michael Freter

Geschäftsleitung: Hans-Joachim Erbel, André Weijde

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

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

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

Chefvom Dienst: Martin Höchemer

Anzeigenverkaufsleitung: Anja Späker

Objektleitung: Anja Späker

KEY ACCOUNT KUNDEN

Key Account Manager: Armin Cyrus,
Tel.: +49 211 90 191-161, armin.cyrus@reedexpo.de

CROSS MEDIA SALES

Sales Manager: Senija Menzel
Tel.: +49 211 90 191-114, senija.menzel@reedexpo.de

Sales Executive: Thomas Passenheim
Tel.: +49 211 90 191-150,
thomas.passenheim@reedexpo.de

REGIONALE KONTAKTE

Belgien und Frankreich: Reed Exhibitions ISG Belgien
und Frankreich
Omblin Delannoy
Tel.: +33 1 79719306, odelannoy@reed-export.fr

Italien: Reed Exhibitions ISG Italy s.r.l.
Luigi Quadrelli
Tel.: +39 02 43517048, luigi.quadrelli@reedexpo.it

Spanien: GPE S.L.
Ludivine Bastien
Tel.: +34 93 4244000, gpe@gpexpo.com

Türkei: Istepxo
Eylül İngin
Tel.: +90 212 275 8283, eylul@istepxo.com

UK: Reed Exhibitions ISG UK
Richard Thiele
Tel.: +44 208 9 10 78 21, richard.thiele@reedexpo.co.uk

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

Art-Direction: Stephan Weiß, Stephan Flommersfeld,
Klaudia Mann, Kerstin Vogtmann

Fotos: Lars Behrendt, Ursula Geppert, Martin Höchemer,
Anke Zimmermann 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

digital signage

POS display

POS packaging

object design

signmaking

large format printing

Inszenierung mit Wow-Effekt

Werbemittel gestalten, Marken ein Gesicht geben, alle Sinne ansprechen: Auf der viscom verschmilzt der kreative Umgang mit Material und Technologie zu einzigartigen Lösungen. Für Ihre Kunden. Für Ihre Zukunft.

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

inspiring your business

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


viscom
frankfurt 2014

internationale fachmesse für
visuelle kommunikation

Festbotschafter!



Ideen, die überzeugen.

Mit einer Vielfalt an leckeren Innovationen und echten Highlights überrascht unser Weihnachtssortiment 2014 und öffnet Ihnen damit die Türen für beste Geschäfte mit Ihren Kunden. Zum Beispiel mit dem Letter Plus,

der Mailingverpackung mit 1er-Fruchtgummi – ganz nach Kundenwunsch individualisiert! Mehr Infos und Muster unter www.jung-europe.de!