

# JOURNAL



**Mirco Häblich**  
**Moll logistic**  
Ein etwas anderer  
Weg in die Branche



**Matteo Fabbrini**  
**Maikii**  
USB-Sticks  
und mehr

**Werbeartikel-Guide**  
Uhren, Schmuck  
Verkaufsförderung,  
Streuartikel

**Polen**  
Werbeartikel  
hoch geschätzt

**Smartwares**  
Mehr als nur T-Shirts

**PSI 2015**  
Plattformen  
optimal nutzen



**TEXTIL IM FOKUS DER PSI 2015**  
**WERBEN MIT CHIC**



**clipy**<sup>®</sup>

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](http://www.clipy.com) | [info@clipy.com](mailto:info@clipy.com) | +34 915 238 206

PSI  
member

## EDITORIAL

# FÜNF VOR ZWÖLF

**S**pricht man über Branchen-Verbände, dann winken die einen ab, die anderen regen sich auf, anderen ist alles egal und wiederum andere engagieren sich darin so gut es geht. Meist geht es nicht gut, den Eindruck hat man zumindest, schaut man sich die Verbände-Landschaft unserer Branche in Europa an. Da hat man zu wenig Geld, dort zu wenig Tatkraft und anderswo kommt beides zusammen. Sicher, es gibt auch gute Verbände, aber ich habe den Eindruck, es werden immer weniger. Von manchen „Geschäftsstellen“ bekommt man auch nach mehrmaligem Anschreiben nicht einmal mehr eine Antwort. Auch die Telefone bleiben stumm. Ganz düster sieht es zurzeit auf europäischer Ebene aus. Nach inhaltlichen Fehlschüssen und müden Kampagnen scheinen Luft und Lust raus zu sein.

In Deutschland, dem größten Markt Europas, beschäftigen sich die Verbände derzeit vornehmlich mit sich selbst. Sie haben dabei ein großes Ziel: Seit fast einem Jahr sitzen die Händler, Lieferanten, Markenartikler und das PSI zusammen und ringen um einen Einheitsverband. Ein äußerst schwieriger Prozess, das weiß jeder, der mal Politik oder Verbandsarbeit gemacht hat. Drei Verbände und das PSI wollen Geld, Know-how und Organisationskraft zusammenfügen und als neuer Einheitsverband mit hauptberuflichem Geschäftsführer und Geschäftsstellenpersonal in die Zukunft gehen. Die neue Einheit soll finanzstärker, stabiler und effizienter sein. Einen ehrenamtlichen Vorstand soll es weiter geben. Auch der soll von der neuen Geschäftsstelle besser unterstützt und somit leistungsfähiger werden. Noch in diesem Jahr kann der Zusammenschluss über die Bühne gehen, wenn alle weiterhin guten Willens sind. Was nicht selbstverständlich ist, denn ausgetretene Bahnen müssen verlassen werden. Ziele und Möglichkeiten müssen realistisch eingeschätzt werden und jeder der Aktiven muss sich selbstlos dort einfügen. Für Eitelkeiten ist da kein Platz.

Hoffen wir, dass es gelingt, denn die Zeit drängt. Noch nie stand die Werbeartikelwirtschaft so vielen Problemen gegenüber. Compliance-Regeln machen der Branche besonders bei Konzernen und staatlichen Stellen das Leben schwer. Steuern drücken, undurchschaubare Regeln schrecken manchen Kunden ab. Deshalb kann man nur hoffen, dass ein Ruck durch viele Verbände geht, der seine schärfste Auswirkung auf europäischer Ebene hat. „Weiter wie bisher“, das geht nicht mehr. Viele Probleme sind heute in Europa identisch, deshalb muss auch europäisch gehandelt werden. Aber ein starker europäischer Verband kann nur auf starken Ländern sein Fundament haben. Das scheint noch nicht überall angekommen zu sein.

In diesem Sinne



Manfred Schlösser  
Chefredakteur PSI Journal  
Ihre Meinung: [schloesser@edit-line.de](mailto: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 Sarta 22  
CH-6814 Lamone  
+41 91 935 55 55

[www.prodir.com](http://www.prodir.com)



# SOL'S®

*the Fair Spirit®*



## POLO SHIRTS

SOL'S PASADENA MEN & WOMEN

- The leading French brand available in 58 countries
- Largest & biggest stock in Europe
- One of the widest collection designed in Paris
- State-of-the-art supply chain and services
- Products certified in conformity with European regulations







**WEAR  
FOR  
LIFE** BY SOL'S

*Designed in Paris*

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

[sols-europe.com](https://sols-europe.com)



Sweet  
Christmas



**WAS ZIERT, DAS WIRBT**

40

Schön ist, was gefällt. Und gefällige Werbung ist schön. Noch schöner ist es, wenn sie sich zudem begreifen lässt. Und am schönsten, wenn sie so auch noch werbend ziert. Das gilt für Uhren genauso wie für schmucke und schmückende Werbeartikel. Wir stellen Ihnen eine Auswahl vor. Und nicht nur davon: Auch Streuartikel haben in dieser Ausgabe ihren festen Platz – ab Seite 70. Schließlich können sie bei kluger Einbindung in eine intelligente Marketingkampagne beachtliche Effekte erzielen.



<b>TRENDS &amp; BRANDS</b>	Der Trend zum Trend	6
	Eine echte Marke	8
<b>FOKUS</b>	Promotionstextilien: Werben mit Chic	12
<b>MESSE AKTUELL</b>	Plattformen nutzen und Besucherdaten klassifizieren	26
<b>UHREN UND SCHMUCK</b>	Was ziert, das wirbt	40
<b>BRANCHE</b>	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	54
	KSI International: Tradition verpflichtet	58
	S&P Werbeartikel: Spitzentennis trifft Werbeartikel	60
	Polen: Werbeartikel hoch geschätzt	64
<b>VERKAUFSFÖRDERUNG UND STREUARTIKEL</b>	Gezielt gestreut	70
<b>UNTERNEHMEN</b>	Smartwares: Mehr als nur einfache T-Shirts	94
	Maikii: USB-Sticks und mehr	98
	TLN Trade Company: Werbeartikel als Lebensaufgabe	102
<b>PORTRAIT</b>	Mirco Häßlich: Der etwas andere Weg in die bunte Branchenwelt	104
<b>NEU AM MARKT</b>	Werbeartikel-Innovationen	108
<b>MEINUNG</b>		126
<b>IMPRESSUM</b>		128







## WERBEN MIT CHIC

12

Sensationen und Trends hat die PSI Messe seit ihren Anfängen schon viele erlebt. Doch kaum eine Tendenz war so umfassend und anhaltend wie der Textil-Boom. Grund genug, textile Webeträger in den Fokus der PSI 2015 zu rücken. Unsere Info- und Meinungsplattform bereitet Sie auf den großen Auftritt der Promotionstextilien in Düsseldorf vor.

## PSI 2015: PLATTFORMEN OPTIMAL NUTZEN

26



Ein Blick in den Kalender macht deutlich: In einem Vierteljahr steigt die PSI 2015. Das bedeutet, es geht in den Endspurt. Was ist noch zu erledigen? Was sollten Aussteller unbedingt wissen und beachten? Was tut sich rund um Europas größtes Branchenevent? Die beiden Seiten zu „Messe aktuell“ bringen einiges Wissenswerte auf den Punkt.

## WERBEARTIKEL IN POLEN HOCH GESCHÄTZT

64



Werbeartikel sind effektive und attraktive Werbemedien. Zu dieser Einschätzung kommen 81 Prozent der in der aktuellen Studie des polnischen Branchenverbands PIAP befragten Marketingverantwortlichen. Polnische Unternehmen erklären, wie sie den Markt wahrnehmen.

## MEHR ALS NUR EINFACHE T-SHIRTS

94



Begonnen hat alles vor mehr als sechs Jahrzehnten in den USA mit der Marke Stedman. Heute, über 60 Jahre später, tritt der Anbieter Smartwares Printables GmbH in die Fußstapfen der Stedman-Gründer und entwickelt ihre Ideen stetig weiter. Die aktuelle Kollektion 2014 umfasst über 60 Styles für Herren, Damen und Kinder.



Plüschtierwelt

## Frische Ideen in Plüsch!

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



## SEMO Softpetties Kollektion



Softer geht's nicht!

Promotion!



Entwickeln Sie mit uns Ihre ganz eigene Imagefigur!

**TRIGON Deutschland GmbH**

Kränkelsweg 28 · D - 41748 Viersen  
Tel. 0 21 62 - 53 00 8-0 · Fax 0 21 62 - 53 00 8-20  
E-mail: info@semo.de · [www.semo.de](http://www.semo.de)

**ZEITGEMÄSSES HIGHLIGHT**

Geldbörse Marke „Bodenschatz“  
Boschagroup GmbH & Co. KG  
PSI Nr.: 41855  
[www.boschagroup.com](http://www.boschagroup.com)

**FARBENFROHER REGENSCHUTZ**

Portierschirm „Happy Colour“  
Giving Europe BV  
PSI Nr.: 45737  
[www.givingeurope.nl](http://www.givingeurope.nl)

**WACHSENDE KUNDENBEZIEHUNG**

Design-Gießkanne „Camilla XS Sonne“  
Multiflower GmbH  
PSI Nr.: 45974  
[www.multiflower.de](http://www.multiflower.de)

**ULTIMATIVES MUST-HAVE**

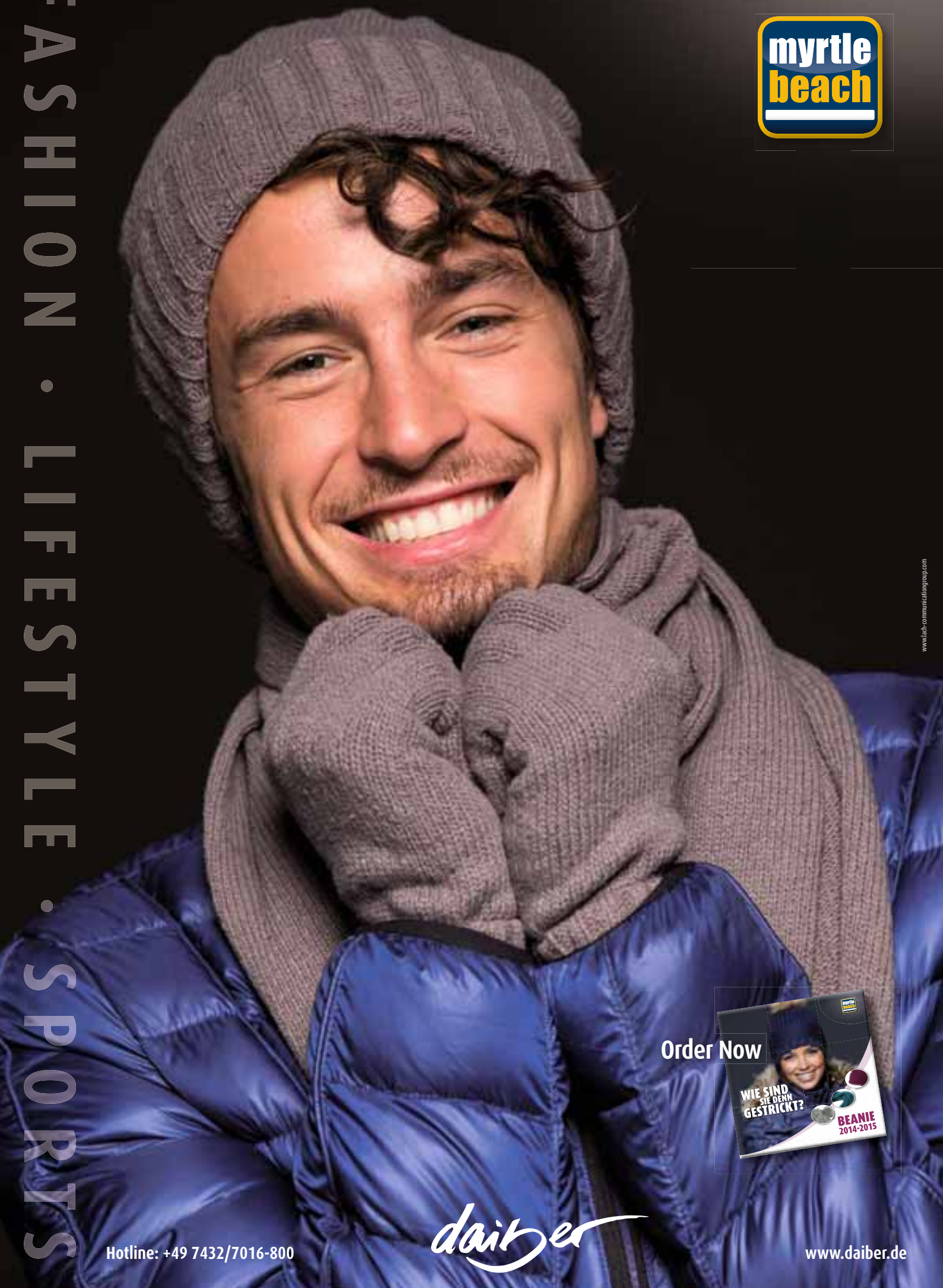
Bürste auf vier Rädern  
Frank Bürsten GmbH  
PSI Nr.: 41853  
[www.frank-brushes.de](http://www.frank-brushes.de)

**DER TREND ZUM TREND**

„The Trend is your friend“, sagt eine alte Börsenweisheit. Und tatsächlich wurde der Begriff „Trend“ im 19. Jahrhundert erstmals im Zusammenhang mit Aktien- und Börsenkursen verwendet und beschreibt nichts anderes als eine Veränderungsbewegung. Zum Trend selbst wurde der Trend jedoch erst in den 1990er-Jahren. Und damit hielten auch viele neue Begrifflichkeiten Einzug in den modernen Sprachgebrauch. Es gibt Trendsetter und Trendscouts – und sogar Colourtrendscouting. Übrigens: Eine der Trendfarben im Herbst 2014 ist Gelb. Eine Farbe, die offensichtlich auch bei Werbepublikationen voll im Trend liegt.



FASHION · LIFESTYLE · SPORTS



www.kick-kommunikation.de

Order Now



Hotline: +49 7432/7016-800

daiber

www.daiber.de



#### TREUER SHOPPING-BEGLEITER

Carrybag „fleur black“  
Reisenthel Accessoires  
PSI Nr.: 47182  
[www.reisenthel.com](http://www.reisenthel.com)



#### EDLER GENUSS AUS TRADITION

look tasty „Kaffee-Nuss“  
J. G. Niederregger GmbH & Co. KG  
PSI Nr.: 46376  
[www.niederregger.de](http://www.niederregger.de)



#### MESSERSCHARF MIT MINE

Taschenwerkzeug „Signature“  
Victorinox AG  
PSI Nr.: 44281  
[www.victorinox.com](http://www.victorinox.com)



#### TO CHROME WITH LOVE

Drehkugelschreiber „Collection H2010-KS“  
HAUSER GmbH  
PSI Nr.: 47570  
[www.hauser-writing.com](http://www.hauser-writing.com)

#### EINE ECHTE MARKE

Hinter jedem großen Mann steht eine starke Frau, weiß der Volksmund zu berichten. Und hinter jedem größeren, erfolgreichen Produkt steckt eine Marke. Marken schaffen Wiedererkennungswerte. Ein Markenartikel ist demzufolge also ein Produkt, das durch seinen Namen, seine Qualität, ein entsprechendes Logo und weitere unveränderliche Merkmale definiert und damit nicht einfach austauschbar ist. Marken haben zumeist eingefleischte Fans. Mittlerweile gibt es bereits sogar ein virtuelles Markenmuseum. Ganz real und aktuell sind die Marken auf dieser Seite.



FASHION · LIFESTYLE · SPORTS



Order Now



Hotline: +49 7432/7016-800

daiber

www.daiber.de

www.daiber.com

**ARPE**<sup>®</sup>  
MADE IN BARCELONA

**MICROFIBER  
SPECIALISTS**



ULTRACOMPACT **TOWELS**  
MOQ **100** pcs



CLEANING **CLOTHS**  
MOQ **500** pcs



ADVERTISING **CUSHIONS**  
MOQ **50** pcs



We are manufacturers  
we are creatives!  
Communicative products



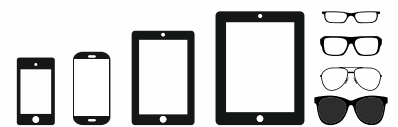
**NEW**

# MICROFIBER SOFT SLEEVES

**Protect & Clean**

Arpe presents the new soft sleeves with a padded interior lining that prevents scratches and protects delicate surfaces.

Totally customized, washable and with the best microfiber lining on both the interior and exterior. Pleasant to touch, top quality digital print, and from just 250 pieces.



MOQ 250 pcs



## TEXTIL IM FOKUS DER PSI 2015

# WERBEN MIT CHIC

Sensationen und Trends hat die PSI Messe seit ihren Anfängen schon viele erlebt. Doch kaum eine Tendenz war so umfassend und anhaltend wie der Textil-Boom. Kein Produktsegment hat über die Jahre hinweg so beeindruckend gezeigt, zu welchen Quantensprüngen die Branche fähig ist. Grund genug, textile Werbeträger in den Fokus der PSI 2015 zu rücken. Unsere Info- und Meinungsplattform bereitet Sie auf den großen Auftritt der Promotionstextilien vor.

In gewissem Sinne war es früher schon einfacher: Es gab weniger Produkte, die Wahl fiel leichter. Noch vor 15 Jahren war es nicht schwer, Kunden im Bereich Textil allein mit T-Shirts, Sweat-Shirts und Caps vollkommen zufriedenzustellen. Hier hat sich die Welt entscheidend verändert: Wer heute die Kataloge von Textillieferanten sichtet, hat in der Regel bunte, kreativ gestaltete Printprodukte in der Hand, die Textilien als begehrte Lifestyle-Produkte

zeigen – von hübschen Modellen zeitgemäß präsentiert. Gleichzeitig sind Kataloge professionell aufgebaute Verkaufshilfen, die dem Kunden viel Information und den nötigen Überblick bieten. Abgerundet wird die Präsentation meist durch einen ebenso gut durchdachten Onlinebereich, an den in den meisten Fällen ein Shop angegliedert ist.

**ÜBERRASCHUNGEN IN JEDER SAISON**  
Nicht nur Modebewusste unter den Händlern erleben Jahr für Jahr Überraschungen

im Angebot ihrer Lieferanten, die ihre Product-Range mit viel Sinn für Themen und Nischen immer wieder ausbauen. Es scheint, als würde sogar der Klassiker T-Shirt immer wieder neu erfunden: Materialien, Farben, Ausrüstung, Verarbeitung, Schnitte – die Hersteller verstehen es meisterhaft, virtuos auf der Klaviatur von Mode und Design zu spielen. Geschickt adaptieren sie die aktuellen Mode- und Textiltrends für die Werbeartikelbranche, die sich nur



in wenigen Bereichen so modern, peppig und schick zeigt wie im Textilsektor. Gepusht wurde und wird die sich stetig erweiternde Produktvielfalt im Bereich Promotionstextilien auch von den bahnbrechenden Neuentwicklungen der Textilindustrie wie zum Beispiel Funktionsmaterialien oder spezielle Ausrüstungen etwa gegen Sonne, Wind, Wasser oder Geruch, die für Sport-, Freizeit- und Outdoormodelle zum Einsatz kommen.

#### ZIELGRUPPENSPEZIFISCHE KOLLEKTIONEN

Eine der auffälligsten Entwicklungen im Textilbereich ist die Segmentierung des Angebots für verschiedene Zielgruppen, die damit immer gezielter angesprochen werden können. Neben den klassischen Business-Outfits gibt es seit Jahren schon spezielle Kollektionen, unter anderem für Läufer, Wanderer, Radfahrer, Fitnessjünger und Wintersportler. Immer neue Zielgruppen werden definiert, für immer mehr Einsatzbereiche und Bedürfnisse werden Modelle kreiert – sogar fürs Chillen auf der Couch gibt es bequeme und praktische Homewear, ergänzt durch die kuschlige Decke für die Kaminecke. Einen enormen Bedeutungszuwachs verzeichnen die Bereiche Corporate Fashion und Workwear, die nicht nur von Spezialisten (Herstellern und Großhändlern) angeboten werden, sondern zunehmend auch im Sortiment von Textil-Allroundern zu finden sind. Workwear erfordert besonderes Know-how der Berufsumfelder, aus denen sich die Anforderungen an ein Kleidungsstück ergeben. Wer zum Beispiel Köche oder Servicepersonal funktional ausstatten möchte, der muss genau wissen, wie es in Restaurants oder Küchen zugeht und welche Details an einer Kochjacke oder Gastro-Schürze praktisch und nützlich oder auch überflüssig sind. Doch auch jenseits von Jacke, Hose, Hemd und Shirt hat die Textilbranche jede Menge zu bieten: Krawatten sind sicher die Klassiker unter den Accessoires, eng verwandt damit sind Tücher, Schals und Plaids in allen Varianten. Aber auch mit Frotteewaren und Heimtextilien lässt es sich gekonnt werben. Traditionelle Al-





leskötter mit schier unendlichem Verwandlungspotenzial sind Caps – immer trendy und universell einsetzbar.

**DIE VEREDLUNG MACHT DEN UNTERSCHIED**

Die Veredlung spielt bei Textilien eine prominente Rolle. Ob Druck, Beflockung, Bestickung oder Transferverfahren – das Design und die Qualität der Individualisierung ist maßgeblich für den Look des Kleidungsstücks verantwortlich und entscheidet im Promotionbereich darüber, ob es wirklich getragen wird – und wie lange. Denn ausgebleichte, teils unleserliche Motive verschandeln jedes Kleidungsstück und bedeuten das sofortige Ende des unansehnlich gewordenen Teils. Im Professional-Bereich transportiert die Veredlung die Corporate Identity des Unternehmens und ist damit ein Faktor, der das Image entscheidend beeinflussen kann. Deshalb sind Qualität und Präzision hier ganz besonders gefordert. Über die Techniken im

Einzelnen und ihre Einsatzbereiche kann sich jeder Interessierte auf Messen kundig machen und sie mit seinem Textillieferanten besprechen. Auch die PSI 2015 bietet einen eigenen Bereich zu diesen Themen an (mehr hierzu im nächsten Abschnitt). Die Lieferkette im Textilmarkt ist ähnlich strukturiert wie im übrigen Markt: Die reinen Hersteller veredeln meist nicht, sie liefern ihre ungebrandete Ware an den Großhandel, der entweder selbst veredelt oder mit einem Veredlungsbetrieb zusammenarbeitet. Es kommt auch vor, dass ein Händler einen eigenen Drucker in der Nähe hat, den er direkt beauftragt. Die Motive im Rahmen von Sonderanfertigungen werden meist in enger Zusammenarbeit zwischen Händler/Berater und Industriekunde entworfen. So entstehen entsprechend des Kommunikationsziels perfekt aufeinander abgestimmte Produktlinien, in denen Textilien eine herausragende Rolle zukommt. <





## TEXTILE AREA UND TEXTILE FINISHING AREA

# TEXTIL TRUMPFT GROSS AUF

Auf der PSI 2014 hatte rund ein Drittel der Aussteller textile Werbemittel im Produktportfolio. Textilien waren also bereits im Vorjahr ein wichtiges Messethema. PSI wird auch 2015 das Messekonzept rund um die bunte Themenwelt des Stoffes ausweiten. Lassen Sie sich überraschen, wie vielfältig sich die Modewelt in Düsseldorf präsentieren wird.

**G**ezielte Information und Beratung, Demonstrationen diverser Veredlungsverfahren und jede Menge modische Neuheiten – die PSI 2015 bietet jedem an Promotionstextilien interessierten Besucher ein auf seine Bedürfnisse zugeschnittenes Angebot. Das neue, klar strukturierte Hallenbild wird in Halle 10 besonders deutlich, denn hier profitiert der Besucher von einer eindeutigen Textilausrichtung.

### TEXTILIEN UND VEREDLUNG: EIN STARKES DUO

Zentral am Hallenübergang zu Halle 11 gelegen, wird es zwei neue Bereiche geben, die ausschließlich dem Thema Textil gewidmet sind: Die TEXTILE AREA und die TEXTILE FINISHING AREA. Die gebrandete TEXTILE AREA – nicht zu groß, die Stände gut bezahlbar und enorm aufmerksamkeitsstark – bietet neuen, kleinen, pfiffig-

trendigen Unternehmen der Textilbranche die Chance, sich optimal in Szene zu setzen. Dafür hat das PSI spezielle Einsteigerpakete für Textilhersteller geschnürt, die Messepräsenz mit optimalem Kosten-Nutzen-Verhältnis ermöglichen. Doch damit nicht genug. Denn wer aus Textilien Werbeartikel machen möchte, muss sich auch in den Veredlungstechniken auskennen und wissen, wo er seinen Dienstleister oder seine Maschine findet. Dies macht die PSI 2015 dem Besucher besonders leicht. Denn mit der TEXTILE FINISHING AREA wird eine Ausstellungsfläche für Textilveredlung unmittelbar mit der TEXTILE AREA verbunden. So kommt in Halle 10 auch räumlich zusammen, was thematisch zusammengehört. So wird beispielsweise Charlie Taublieb mit seinen beliebten und lehrreichen Textildruckvorführungen in die TEXTILE AREA umziehen. Die Zusammenführung von Textilien und Veredlung in Halle 10 ist sinnvoll, sie bedeutet kurze Wege und maximalen Messenutzen.

### CATWALK WIRD NOCH KREATIVER

Dass Werbung und Mode eng verknüpft sind, wird im Textilbereich besonders deutlich. So war der PSI CATWALK, die kreative Inszenierung von Fashion und Accessoires, ein echtes Highlight der PSI 2014. Kein Wunder: Wo immer ein Catwalk steht und was darauf präsentiert wird, er spiegelt die schillernde Welt der Fashion-Shows wider, deren Faszination man sich nicht entziehen kann. Die Präsentation auf einem Catwalk ist immer mehr als eine Produktvorführung, sie ist immer auch eine Show, die von der Attraktivität der Models lebt. Ein toller Effekt, den sich Aussteller auch auf der PSI 2015 wieder zunutze machen können. Rund um den PSI CATWALK, der dieses Mal im Zentrum der TEXTILE AREA platziert sein wird, hat PSI ein erweitertes Konzept entwickelt. Mit glanzvollen Präsentations-Shows und professioneller Moderation wird der CATWALK eine noch wirkungsvollere Plattform, um modische Produkte effektiv in der Halle vorzustellen. Ein Erlebnis für die Sinne! Nähere Auskunft zu allen Textilangeboten erteilt Nina Schiffhauer, Tel. +49 211 90191-212, [nina.schiffhauer@reedexpo.de](mailto:nina.schiffhauer@reedexpo.de) <



## TEXTILPRÄSENTATIONEN AUF DER PSI 2015

# TEXTILIEN HAPTISCH ERFAHREN

Die PSI als wichtigster europäischer Marktplatz für Werbeartikel ist ein Marketinginstrument der ersten Klasse. Neue und bekannte Kunden treffen, News präsentieren und Projekte anstoßen – das sind die häufigsten Messeziele. Bei Textilausstellern hat die Messepräsenz noch eine weitere wichtige Dimension: die Haptik. Denn Textilien muss man auch anfassen, um sie wirklich kennenzulernen. Und da geht kein Weg an der PSI vorbei.

**S**tellen wir uns vor, wir durchstreifen die Geschäfte auf der Suche nach der neuen Herbstmode. Wir sehen kuschlige Pullover, Kleider aus fließenden Stoffen und schimmernde Seidentücher. Der erste Impuls beim Blick auf diese Sachen ist, sie durch die Finger gleiten zu lassen. Ist der Pulli wirklich weich? Wie fühlt sich das Kleid an? Und die dicke, rustikale Jacke sieht warm aus – ist sie vielleicht kratzig? Diese Gedanken kennen wir alle und geben dem Impuls meistens nach. Textilien mit ihrer großen Vielfalt an Materialien laden geradezu ein, sie durch Anfassen zu erfahren. Für all diejenigen Produkte, bei

denen das Material selbst sehr vielseitig ist, ist die Präsentation auf Messen besonders wichtig. Denn dort hat der Besucher die Gelegenheit, sie nicht nur zu sehen, sondern zu be-greifen. Wissen Sie genau, wie sich ein Fleece Jacket aus einem 190 Gramm schweren Stoff im Vergleich zu einem aus 280 Gramm-Material anfühlt? Oder können Sie die verschiedenen Seide-Qualitäten auseinanderhalten? Um das zu erfahren bzw. Ihren Kunden zu zeigen, sollten Sie auf der PSI dabei sein. Ob vor oder hinter dem Messestand. Lassen wir einige Textilaussteller erklären, was sie auf der PSI 2015 vorhaben.

„Auf der PSI als anerkannter Leitmesse für Werbeartikel dürfen wir als Aussteller nicht fehlen.“

Rolf Daiber, Daiber

**D**ie PSI in Düsseldorf ist die anerkannte Leitmesse für Werbe- und Promotionartikel und wir dürfen dort mit unserer Kollektion dort als Aussteller nicht fehlen. Bei allen Diskussionen um Veränderung oder neue Konzepte ist die PSI der ideale Ort, wo wir kompakt und kompetent mit unseren Kunden die Kollektion besprechen und Projekte auf den Weg bringen können.

### UNSCHLAGBAR: PERSÖNLICHE PRODUKTERFAHRUNG AUF DER MESSE

Unsere Produkte und unsere Marke verkörpern in erster Linie Innovation. Auch wenn klassische Kataloge immer noch die beliebteste Verkaufsunterstützung für unsere Händler sind, so ist das – und das meine ich wörtlich – „Erleben und Fühlen“ bei Bekleidung, Caps und Accessoires ganz besonders wichtig. Wir beobachten immer öfter, dass unsere Vertriebspartner direkt auf der Messe unsere Textilien anprobieren und so am eigenen Leib die Produkte „erfahren“. Dies ist viel mehr Wert als jede Vertriebs- oder Marketingaktion auf Papier. Denn die persönliche Produkterfahrung überzeugt viel wirkungsvoller. Und wer überzeugt ist, der kann seinem Kunden gegenüber besser argumentieren und die Produkte präsentieren.



**MODISCHE PROMOTIONTEXTILEN,  
CAPS UND ACCESSOIRES GANZ NEU  
INTERPRETIERT**

Was es am Stand Neues gibt? Über 60 neue Produkte, die wieder einmal den Markt auf ganz andere Art überraschen, sowie 30 bei unseren Kunden besonders beliebte Produkte, die wir mit aktuellen Farben der Saison ergänzen. Wie in den letzten Jahren hat unsere Designabteilung das Thema Promotiontextilen, Caps und Accessoires modisch aktuell und ganz neu interpretiert. Wir geben zur PSI zudem die zweite Ausgabe unseres Journalogs heraus. Dieses informative, lebendig gestaltete Zeitungsformat präsentiert gebündelt die Neuheiten 2015. Wir sind sicher, dass wir unseren Händlern damit ein Tool an die Hand geben, das die Industrie überzeugen wird. Natürlich zusätzlich zum neuen Hauptkatalog der „desire 2015“ heißen wird.

**„Wir werden die vielen  
Möglichkeiten der TEXTILE  
AREA für uns nutzen und  
freuen uns auf die PSI.“**

**Dr. Ludwig Schreiner, Floringo**



**W**ir stellen seit 16 Jahren auf der PSI aus und freuen uns ganz besonders, dass dieses Mal auf der Messe Textil besonders im Fokus steht. Wir sind gespannt auf die Messe und wünschen der PSI 2015 viel Schwung und gutes Gelingen!

**HERSTELLERKOMPETENZ AUFZEIGEN**

Der Kontakt mit Neukunden ist für uns besonders dann interessant, wenn wir dem Besucher unsere Kompetenz als Hersteller näherbringen können. Die TEXTILE AREA bietet hierfür verschiedene Tools und Möglichkeiten an, die wir in jedem Fall nutzen werden. Dazu haben wir schon einige konkrete Ideen, die wir aber im Moment noch für uns behalten.

**FROTTIER: MEHRWERT FÜR JEDEN TAG**

Als Frottierhersteller setzen wir nicht bloß auf Optik, sondern auch auf Haptik. Wir legen deshalb nicht nur großen Wert auf kreative Standgestaltung, sondern bieten dem Besucher auch viel zum Greifen und Fühlen. Zudem möchten wir unterstreichen, dass unsere zeitgemäßen Frottier-textilien zu vielen Kundengruppen passen und äußerst vielseitig einsetzbar sind: Sie sind ideenreich, nachhaltig produziert, stets präsent und demonstrieren ihren Mehrwert jeden Tag – auf angenehme Art. Als Unternehmen aus Oberbayern werden wir die Kunden am Stand mit einer landesüblichen Erfrischung und typisch Geback-nem versorgen.



**„Die PSI ist für den Kunden  
Kontaktforum und sinn-  
liches Erlebnis.“**

**Andreas Schmidt, V. Fraas GmbH**

**D**ie PSI Messe ist für uns eine wichtige Plattform zum Austausch mit bestehenden Kunden, aber auch ein Kontaktforum, um neue Kunden zu gewinnen. Als

Produzent mit langjähriger Expertise in Herstellung und Vertrieb textiler Accessoires können wir mit unserer Produktion in Deutschland sehr schnell und individuell auf die Wünsche unserer Kunden eingehen. Im Geschäftsbereich Corporate Accessoires bieten wir textile Accessoires wie Schals, Tücher, Mützen, Handschuhe und Decken an – individualisiert und ganz unter dem Motto der PSI: „Style your business!“

**TEXTILIEN HAPTISCH ERFAHREN**

Der besondere Vorteil unserer Messepräsenz liegt vor allem darin, dass der Kunde unsere Produkte am Stand haptisch erleben kann. Hier können Interessierte fühlen, wie sanft sich ein Schal aus Cashmere, ein Tuch aus reiner Seide oder eine Decke aus unnachahmlich weichem cashmink, der Qualitätsmarke von V. Fraas, anfühlt – unmöglich in der digitalen Welt

des Internet! Außerdem können Kunden sich direkt mit den Experten vor Ort austauschen und individuelle Werbeideen besprechen.

**KNOW-HOW UND ERFAHRUNG  
DEMONSTRIEREN**

Unsere PSI-Teilnahme gibt uns die Gelegenheit, am Messestand auf unser jahrzehntelanges Know-how im Textilbereich zu verweisen: Eigene Produktion in einem traditionsreichen Unternehmen, gepaart mit Innovationsgeist und modischer Affinität – das sind Werte, die wir dem Kunden auf der PSI nahe bringen können. Jährlich entstehen bei V. Fraas in Deutschland unter anderem über 10000 Decken, die mit viel Liebe zum Detail gefertigt und besonders anschmiegsam und weich sind – vom Garn bis zur Franse sind diese Plaids allesamt „Made in Germany“.

„Unsere wichtigsten Messeziele sind Kundennähe und die Gewinnung von Neukunden.“

Cem Ertas, Cemertas Promotional Textiles



**W**ir stellen seit 2009 jedes Jahr auf der PSI aus. Wir sehen die Teilnahme an der PSI 2015 als gute Gelegenheit, unsere Produkte ins richtige Licht zu rücken und bestehende und neue Kunden zu treffen. Wir als Textilhersteller legen besonders großen Wert darauf, unsere Kunden persönlich beraten zu können.

**PERSÖNLICHE BERATUNG WICHTIG**

Demnach sind Kundennähe und die Gewinnung von Neukunden unsere wichtigsten Messeziele. Auf der PSI präsent zu sein,

bedeutet für uns die Zugehörigkeit zum europäischen Markt für Werbetextilien. Die Besucher erwartet an unserem Stand ein aufgeschlossenes Team, das ihm bei einer Tasse Kaffee unsere hochwertigen Produkte nahebringt und ihn dabei unterstützt, das Passende zu finden. Da wir ein breites Angebot haben und als Hersteller über langjährige Erfahrung verfügen, sind wir sicher, ein leistungsfähiger Partner im Textilbereich zu sein.



„Wir suchen den persönlichen Austausch mit dem Kunden und freuen uns auf neue Kontakte.“

Renate Hoess, Topkapi Tessuti



**W**ir sind schon seit 2005 jedes Jahr dabei gewesen und werden auch 2015 wieder an der PSI teilnehmen.

**DEN KUNDEN KENNENLERNEN**

Vor allem ist uns der persönliche Kontakt wichtig. Wir möchten unsere Kunden kennenlernen, uns ein Bild machen von der Person, mit der wir sonst vielleicht nur per E-Mail oder am Telefon kommunizieren. Der persönliche Austausch bereichert die tägliche Arbeit und lässt unsere Kontakte

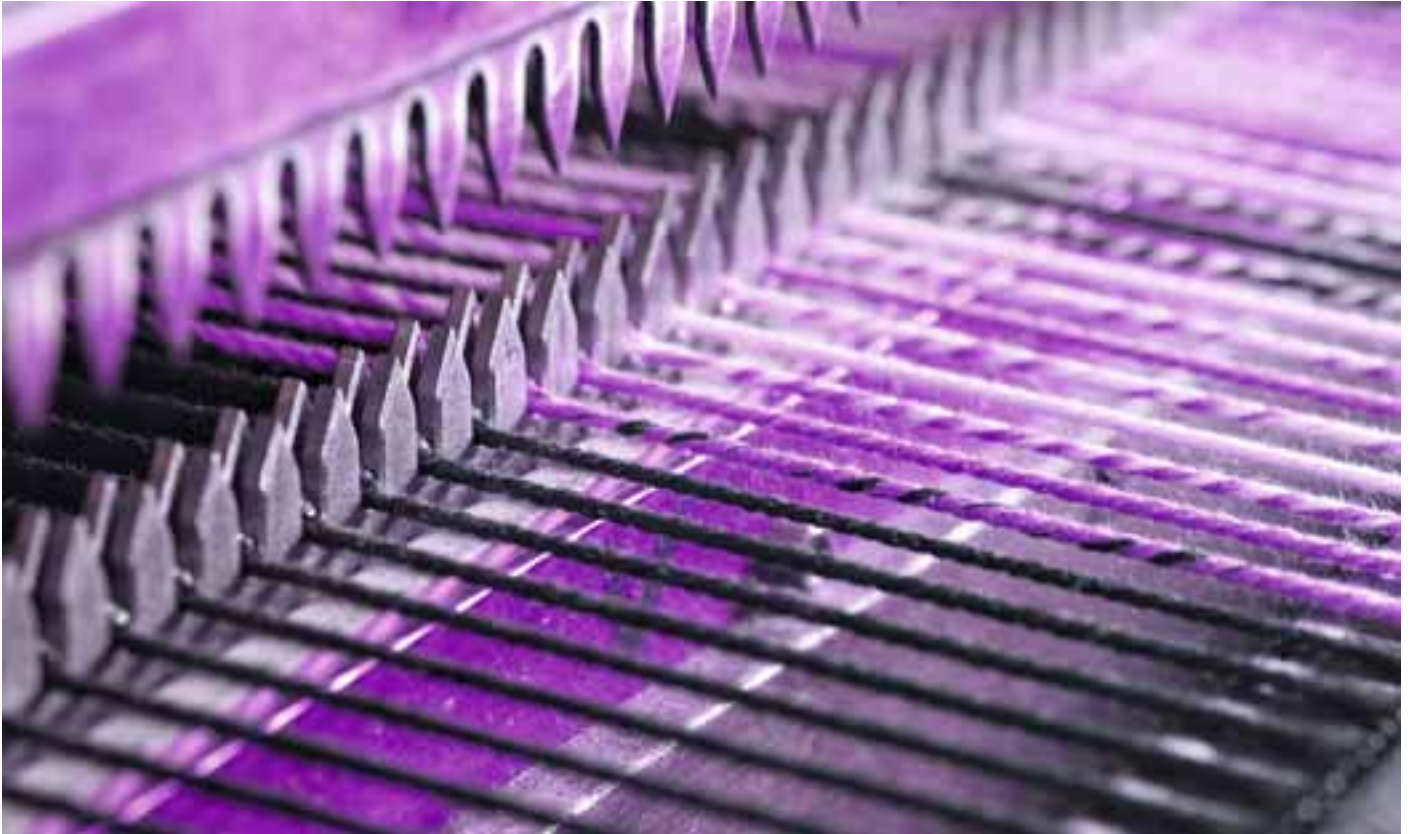
familiärer werden. Und dann hofft man natürlich auf den einen oder anderen interessanten neuen Kunden, vor allem aus den Ländern, in denen man noch nicht so viele oder gar keine Kontakte hat. Da gab es schon so manche erstaunliche Entdeckung.

**NEUHEITEN DIREKT AUS ITALIEN**

Was erwartet unsere Messebesucher am Stand? Da möchte ich gerne eine Kundin zitieren, die uns dieses Jahr besucht hat: „Ich habe mich auf Ihrem Messestand wie in Italien gefühlt, wie auf einer hübschen Gartenterrasse. Ich wünschte, ich hätte länger bleiben und relaxen können...“ Bei einer Tasse echtem italienischem Cappuccino zeigen wir gerne die Neuigkeiten in Design und Farbe – frisch aus den italienischen Produktionsstätten.







## TEXTILES QUALITÄTSMANAGEMENT

# IMMER AUF DER SICHEREN SEITE

Bunt, pflegeleicht, schmutzabweisend, knitterfrei – das alles und noch mehr erwarten wir von unserer Kleidung – und natürlich auch von Werbetextilien. Dass diese Eigenschaften nur durch intensive chemische Behandlung erreicht werden, dessen sind sich Verbraucher wie auch Werber nicht immer bewusst. Da Textilien mehr oder weniger direkt mit dem Körper in Kontakt kommen, ist die Minimierung der Schadstoffbelastung ein Ziel, dessen Umsetzung bereits in der Produktion beginnen muss.

**W**eichmacher, optische Aufheller, Konservierungsmittel, Schimmelblocker, Antipilzmittel – sie alle setzen beim Tragen Stoffe frei, die Allergien und Ekzeme auslösen können. In einer aktuellen Studie warnt Greenpeace gerade vor Chemikalien in Kindermode. Laut der Studie wurden nicht nur in Billigkleidung Phthalate, PFC, zinnorganische Verbindungen, Antimon und Nonylphenoethoxylyate (NPE) nachgewiesen. Auch in Produkten höherwertiger Modemarken finden sich zum Teil besorgniserregende Mengen dieser Stoffe. Der Einsatz dieser und anderer Chemikalien ist nicht nur für den Träger der Kleidung gefährlich, sondern auch für Produzenten und Umwelt. Immer wieder erschüttern Skandale die Textilindustrie, die sich nicht nur auf Giftfunde im Material beziehen, sondern auch auf gefährliche und diskriminierende Produktionsbedingungen entlang der gesamten Lieferkette.

**SCHADSTOFFGRENZWERTE DANK PSG**  
Mit dem Produktsicherheitsgesetz (PSG) existiert ein verbindlicher Rahmen, in dem

sich jedes seriöse Unternehmen bewegen sollte und das bereits einen Basis-Standard sicherstellt. Zumindest gibt es einzuhaltende Grenzwerte für potenziell schädliche Stoffe. Greenpeace betont allerdings, dass in den meisten Fällen nicht geklärt ist, ab welcher Konzentration und wie genau sich Schadstoffe im Körper auswirken, was generell die Aussagekraft von Grenzwerten infrage stellt. Über das PSG hinaus gehende Zertifizierungen und Labels scheinen noch mehr Sicherheit in Bezug auf Schadstoffbelastung zu bieten, zudem zielen sie auch auf die Nachhaltigkeit und Sozialverträglichkeit der Produktion sowie auf faire Handelsbedingungen ab.

#### SIEGEL DOKUMENTIEREN VERANTWORTUNG

Nachhaltigkeitsgesichtspunkte gewinnen in der preissensiblen Werbemittelbranche zunehmend an Bedeutung. Denn jedes Unternehmen, das seine Kunden beschenkt, will sich selbst damit in gute Erinnerung bringen. Das gelingt nur noch mit solchen Produkten, die verantwortungsbewusst produziert wurden. Dass dabei Verhaltenskodizes wie BSCI eine Hilfe sein können, entdecken immer mehr Hersteller. Die vier gängigsten Siegel, die speziell oder auch für Textilien verbindend sind, stellen wir auf den folgenden Seiten vor. Was fordern und was leisten sie? Einer detaillierten Wertung enthalten wir uns, da zu viele Faktoren eingehen müssten, die je nach Interessenlage unterschiedliche Relevanz haben.

#### BUDGETECHANISCHE LIMITS

So wünschenswert das Commitment im Rahmen von Zertifizierungsverfahren ist – die Umsetzung bedeutet einen nicht zu unterschätzenden Kostenfaktor, der in der Werbeartikelbranche die Budgets über die kritische Grenze hinaus belastet. Hier ist die Frage entscheidend: Wie viel ethisches und ökologisches Bewusstsein (das viele Marktteilnehmer unzweifelhaft besitzen) sind sie auch bereit zu bezahlen? Was ist dem Kunden ein Siegel wert – bei einem durchschnittlichen Preis für ein T-Shirt von rund 80 Cent und unter Berücksichtigung der großen Innovationsdichte im Textilbereich? Diese Frage muss jedes Unternehmen für sich beantworten. <

## BUSINESS SOCIAL COMPLIANCE INITIATIVE (BSCI)

**B**SCI ist eine internationale, branchenübergreifende Initiative von Handelsunternehmen und importorientierten Produzenten mit dem Ziel, sozialverträgliche Produktionsbedingungen zu fördern.

#### UNABHÄNGIGE AUDITS

Die Non-Profit-Organisation mit Sitz in Brüssel basiert unter anderem auf dem United Nations Global Compact, einer weltweiten Allianz zwischen den Vereinten Nationen und der Privatwirtschaft, den Konventionen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit (OECD). Unternehmen, die im BSCI Mitglied werden, verpflichten sich, einen einheitlichen Verhaltenskodex zu akzeptieren und 70 Prozent ihrer Lieferanten innerhalb von drei Jahren erstmals zu auditieren. Dies geschieht durch unabhängige Audit-Unternehmen, die von der Social Accountability International ernannt werden. Es sind nur 12 Unternehmen zugelassen, um BSCI-Audits durchzuführen.

#### BSCI-PROZESS ALS ENTWICKLUNGS-MOTOR

Die Umsetzung des Verhaltenskodex wird durch einen Prozess von sich wiederholenden Dokumentenprüfungen und Fabrikbegehungen überprüft. Es geht hierbei nicht darum, dass eine Fabrik nach erfolgreicher Auditierung ein Urkunde bekommt. Es wird vielmehr ein Prozess angestoßen, der dazu führen soll, dass Mängel erkannt und durch Korrekturmaßnahmen dauerhaft behoben werden. Dieser Entwicklungsprozess sollte entlang der gesamten Lieferkette in Gang kommen und nicht nur die Arbeits- und Produktionsbedingungen verbessern, sondern gleichermaßen das Bewusstsein für Qualitätsanforderungen wie auch für Risiken schärfen. Dies wirkt sich auch positiv auf Qualität und Lieferfähigkeit aus. Durch BSCI wird ein zweistufiges Vorgehen in Richtung SA8000 geschaffen. Zunächst wird die Einhaltung sozialer Mindeststandards sichergestellt – eine gute Basis, um in einem zweiten Schritt die SA8000-Zertifizierung zu erlangen, die jedoch kein Bestandteil von BSCI sind.

#### DER BSCI - VERHALTENSKODEX

- Einhaltung der national gültigen Gesetze
- Versammlungsfreiheit und das Recht auf Kollektivverhandlungen
- Verbot jeglicher Diskriminierung
- Einhaltung der gesetzlichen Mindestlöhne und Sicherung des Lebensunterhalts
- Festlegung der Höchstarbeitszeit auf 48 Stunden pro Woche und Begrenzung der Überstunden
- Klare Regeln und Verfahren für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz
- Verbot von Kinderarbeit
- Verbot von Zwangsarbeit und Disziplinarmaßnahmen
- Einhaltung der Mindestanforderungen für die Abfallbewirtschaftung, den Umgang mit Chemikalien und anderen gefährlichen Stoffen, deren Entsorgung, für Emissionen und für die Abwasserbehandlung

#### Quellen:

Intertek Holding Deutschland GmbH, [www.intertek.com](http://www.intertek.com)

BSCI Executive Office, [bsci-intl.org](http://bsci-intl.org)



## ÖKO-TEX STANDARD

**D**er Öko-Tex® Standard 100 ist ein unabhängiges Prüf- und Zertifizierungssystem für textile Roh-, Zwischen- und Endprodukte aller Verarbeitungsstufen. Die Schadstoffprüfungen umfassen gesetzlich verbotene Substanzen und reglementierte Substanzen. Beispiele für zertifizierbare Artikel: Garne, Gewebe, veredelte Gewebe, konfektionierte Artikel (Bekleidung aller Art, Heim- und Haustextilien, Bettwäsche, Frottierwaren, textile Spielwaren u.v.m.). Zertifiziert werden Produzenten. Unter dem Label Öko-Tex werden insgesamt drei Arten von Zertifikaten vergeben. Anders als der Name nahelegt, sind jedoch ökologisch angebaute Ausgangsstoffe keine Voraussetzung, ebenso müssen keine Naturfasern eingesetzt werden.

### ÖKO-TEX STANDARD 100

Der Öko-Tex Standard 100 ist das bisher häufigste Zeichen und bestätigt ausschließlich die Schadstoffarmut des gekauften textilen Produktes. Über die sonstigen Herstellungsbedingungen und die Produktion der Rohstoffe wird keine Aussage gemacht. Je nach Einsatzzweck des Produktes variieren die im Standard gerade noch erlaubten Rückstände bestimmter bedenklicher Stoffe. Je enger der Hautkontakt ist, desto niedriger sind die Grenzwerte. So gelten zum Beispiel für Mäntel andere Grenzwerte als für Unterwäsche. Einige Stoffe dürfen gar nicht verwendet werden bzw. dürfen nicht nachweisbar sein. In ihrer Gesamtheit gehen die Anforderungen deutlich über bestehende nationale Gesetze hinaus. Es kommt durchaus vor, dass Herstellern das Zertifikat entzogen wird, weil bei einer Produktkontrolle Schadstoffe (erneut) entdeckt wurden. Diese Fälle belegen zwar, dass Kontrollen stattfinden, es bleibt aber immer eine Unsicherheit bestehen: Wurden Produkte nicht entdeckt, die das Label eigentlich auch nicht mehr tragen dürften? Interessierten Verbrauchern gibt die Website detailliert Auskunft.

### ÖKO-TEX STANDARD 1000

Der Öko-Tex Standard 1000 ist eine Ergänzung zum produktbezogenen Öko-Tex Standard 100. Es ist ein Prüf-, Auditierungs- und Zertifizierungssystem für umweltfreundliche Betriebstätten entlang der gesamten textilen Kette. Dieser Standard wurde nachträglich entwickelt und ist in seinen Anforderungen strenger als der Öko-Tex Standard 100. Er bezieht u.a. auch soziale Kriterien und Arbeitsbedingungen mit ein.

### ÖKO-TEX STANDARD 100 PLUS

Dieses Siegel „Textiles Vertrauen – schadstoffgeprüft nach Öko-Tex Standard 100 plus“ kennzeichnet schadstoffgeprüfte Textilien, die in Betrieben umweltfreundlich und sozialverträglich hergestellt wurden.

#### Quellen:

Internationale Gemeinschaft für Forschung und Prüfung auf dem Gebiet der Textilökologie (Oeko-Tex®), [www.oeko-tex.de](http://www.oeko-tex.de)

Umweltbüro für Berlin-Brandenburg e.V., [www.ubb.de](http://www.ubb.de)



## GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD (GOTS)

Labelgeber ist die Global Standard gemeinnützige GmbH. Sie führt alle Tätigkeiten im Zusammenhang mit der Umsetzung des GOTS und der damit verbundenen Qualitätssicherung sowie des Lizenzierungssystems durch. Gegründet wurde die Global Standard von der International Working Group on Global Organic Textile Standard. Diese besteht aus vier Mitgliedsorganisationen, dem Internationalen Verband der Textilwirtschaft e. V. (IVN, Deutschland), der Organic Trade Association (OTA, USA), der Soil Association (SA, Großbritannien) und der Japan Organic Cotton Association (JOCA, Japan). Ziel des Labels ist, einen weltweit einheitlichen, kontrollierbaren, sozialen und ökologischen Standard zu etablieren, der die gesamte Produktionskette von Textilien umfasst und nachvollziehbar macht.

### EIN NACHHALTIGKEITSLABEL

Der GOTS Standard greift ab den ersten Verarbeitungsschritten der Rohstoffe. Dabei muss es sich um biologisch erzeugte Naturfasern handeln, die nach anerkannten staatlichen oder internationalen Standards für die ökologische Landwirtschaft produziert wurden. Basis für die Labelvergabe ist ein Lizenzvertrag mit GOTS, in dem sich der Labelnehmer verpflichtet, alle Kriterien des Standards einzuhalten. Verarbeiter, Händler und Produzenten unterliegen jährlichen Kontrollen durch unabhängige Zertifizierungsstellen und müssen Rückstandskontrollen durch unabhängige Labore zulassen. Stichprobenartig werden unangemeldete Kontrollen durchgeführt. Die Zertifizierungsstellen müssen von der International Organic Accreditation Service (IOAS) akkreditiert sein, eine gemeinnützige Organisation, die weltweit Zertifizierer im Bereich des biologischen Landbaus prüft. Verstößt ein Labelnehmer gegen die Vorschriften, werden ihm Sanktionen auferlegt.

### ZWEI QUALITÄTSSTUFEN

Das Label fordert nicht nur Fasern aus ökologischem Anbau, sondern berücksichtigt auch alle weiteren Produktionsschritte. Es gibt zwei Qualitätsstufen, jedoch müssen mindestens 70 Prozent der Fasern eines Kleidungsstücks aus Bio-Anbau stammen. Daneben ist die Weiterverarbeitung der Fasern geregelt. So soll gewährleistet werden, dass die Schadstoffbelastung im Endprodukt so gering wie möglich ist. Auch soziale Mindeststandards sind Teil des GOTS. Die Liste zugelassener Farben und Hilfsmittel ist kurz, Ausnahmen sind aber erlaubt, zum Beispiel Kupfer als Farbbestandteil. Die Veredelung von Baumwollgarnen mit Natronlauge zur Erhöhung des Glanzes ist erlaubt, ebenso wie optische Aufheller. Bei Accessoires sind Einlagen, Stickgarne oder Bänder aus Viskose erlaubt, müssen aber nicht unbedingt aus Naturfasern bestehen. Auch Knöpfe aus Kunststoff dürfen beispielsweise eingesetzt werden.

#### Quellen:

Global Standard gemeinnützige GmbH, [www.global-standard.org](http://www.global-standard.org)  
[www.modeaffaire.de](http://www.modeaffaire.de)

## FAIR WEAR FOUNDATION (FWF)

Die Fair Wear Foundation (FWF) hat das Ziel, die Arbeitsbedingungen in der Bekleidungsindustrie in den Produktionsländern zu verbessern.

### ORIENTIERUNG AN IAO-RICHTLINIEN

Gegründet wurde die Initiative 1999 in Holland vom Verband der Bekleidungsfirmen, Gewerkschaften und Nicht-Regierungsorganisationen (u.a. Clean Clothes Campaign). 2007 haben sich die niederländische Fair Wear Foundation und die ISCOM (International Social Compliance Verification) zusammengeschlossen. Labelnehmer sind Internationale Textilfirmen. FWF zeichnet Textilfirmen aus, die sich an den Richtlinien für Arbeitsbedingungen der Internationalen Arbeitsorganisation (IAO) halten. Daraus hat die FWF den Arbeitsverhaltenskodex der Fair Wear Foundation entwickelt.

### STANDARDS BETREFFEN GESUNDHEIT, ÖKOLOGIE UND SOZIALES

Die Fair Wear-Standards basieren auf gesundheitlichen und ökologischen Standards, wobei vor allen Dingen die sozialen Aspekte in die Kriterien fließen. Die FWF ist eine gemeinnützige internationale Verifizierungsinitiative, die nicht gewinnorientiert ist. Sie ist eine unabhängige Kontrollstelle, die sich für ein besseres Leben von Arbeiter/-innen einsetzt. Sie spricht sich auch gegen jegliche Form von Kinderarbeit aus. Der Produktionsablauf wird von FWF selbst überwacht. Überprüft werden Zulieferer, Untervertragsnehmer, Lizenznehmer und Unterlieferanten der Lizenznehmer. Dies spricht für Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit des Fair Wear Foundation Siegels.

### SINNVOLLE ANFORDERUNGEN

- Besondere Leistungen im Sozialbereich
- Vorgaben für die Zusammensetzung des Textilerzeugnisses
- Fasern aus kontrolliert biologischen Anbau
- Beschränkung des Einsatzes umweltschädlicher und gesundheitsschädlicher Stoffe und Verfahren
- Betriebliches Umweltmanagement
- Abwasseraufbereitung
- Prüfung der Gebrauchstauglichkeit
- zusätzlich acht Arbeitsstandards, die auf den Standards der ILO basieren

#### Quellen:

Umweltbüro für Berlin-Brandenburg e.V., [www.ubb.de](http://www.ubb.de)  
[www.fairwear.org](http://www.fairwear.org)



## FAIRTRADE-SIEGEL BAUMWOLLE

Labelinhaber ist der Dachverband FLO e. V. (Fairtrade Labelling Organizations International). Er entwickelt die Kriterien für den Fairen Handel. Nationale Siegelorganisationen, wie TransFair e. V. in Deutschland, die Mitglied im Dachverband sind, vermarkten und vergeben das Fairtrade-Siegel. Sie schließen in ihren Ländern Lizenzverträge mit Unternehmen ab, die dann unter Einhaltung der Fairtrade-Standards das Fairtrade-Siegel auf ihren Produkten abbilden dürfen.

### FAIRER HANDEL FÜR ENTWICKLUNG UND UMWELT

Das seit 1992 vergebene Fairtrade-Label kennzeichnet Produkte aus fairem Handel, der vor allem menschenwürdige Lebens- und Arbeitsbedingungen für die Arbeiter, aber auch eine umweltverträgliche Produktion unterstützen soll. In Deutschland gibt es das Fairtrade-Label für Baumwolle seit 2007.

### HOHE ANFORDERUNGEN, GROSSE WIRKUNG

Bei der Produktgruppe Baumwolle erhalten die Produzenten einen sogenannten Fairtrade-Mindestpreis. Für biologisch angebaute Baumwolle erhalten sie zusätzlich einen Aufschlag, der die höheren Kosten der Bioproduktion berücksichtigt und einen Anreiz für die Umstellung auf Biozertifizierung beziehungsweise deren Aufrechterhaltung darstellt. Darüber hinaus wird eine Fairtrade-Prämie gezahlt, die es den Produzentenorganisationen ermöglichen soll, Projekte zur wirtschaftlichen Weiterentwicklung und soziale Projekte umzusetzen. Die Bauern müssen zudem umweltschonend wirtschaften, der Einsatz von Gentechnik ist verboten. Eine Liste verbotener Substanzen regelt, welche Pestizide eingesetzt werden dürfen. Zusätzlich müssen die Arbeiter unter anderem Mindestlöhne erhalten, soziale Grundrechte genießen und Gewerkschaften bilden können. Illegale Kinderarbeit muss ausgeschlossen werden und der Gesundheitsschutz der Arbeiter muss gewährleistet sein. Die Zertifizierungsgesellschaft FLO-CERT beauftragt Inspektoren, die vor Ort überprüfen, ob bei Produzenten – zumeist Kooperativen – und Händlern die Fairtrade-Standards eingehalten werden. Alle drei Jahre muss das Fairtrade-Zertifikat erneuert werden, was mit einer umfangreichen Prüfung verbunden ist.

### GANZE WERTSCHÖPFUNGSKETTE EINBEZOGEN

Bisher fokussiert sich der Fairtrade-Ansatz auf Baumwollbauern. Die Betriebe, die die Baumwolle weiterverarbeiten, müssen einen Nachweis erbringen, dass vor Ort die ILO-Kernarbeitsnormen eingehalten werden – dabei werden externe Nachweise anerkannt. Zurzeit arbeitet Fairtrade International daran, den neuen Standard für die komplette Wertschöpfungskette zu entwickeln, so dass nicht nur die Baumwollproduktion, sondern die gesamte Produktionskette nach Fairtrade-Kriterien ablaufen wird. Der Textilstandard wird dabei einen Schritt weiter gehen: Er soll dazu führen, dass die Arbeiterinnen und Arbeiter in den Produktionsbetrieben ebenso wie die Bauernfamilien von Fairtrade profitieren. In Anlehnung an die neue Strategie für lohnabhängig Beschäftigte sollen – neben den Basisanforderungen, wie Arbeits- und Gesundheitsschutz – die Arbeiterinnen und Arbeiter innerhalb der Produktionskette gestärkt werden und ein Zeitplan zum Erreichen existenzsichernder Löhne erstellt werden.

### Quellen:

TransFair, Verein zur Förderung des Fairen Handels mit der „Dritten Welt“ e.V.

[www.fairtrade-deutschland.de](http://www.fairtrade-deutschland.de)

Label Online, Die VERBRAUCHER INITIATIVE e.V. (Bundesverband)

[www.label-online.de](http://www.label-online.de)



## WERBETEXILIEN

# SCHICK, FUNKTIONAL, WIRKUNGSSTARK

Was auch auf Fashion-Shows, großen Textil- und Outdoormessen an Neuheiten gezeigt wird – man kann sicher sein, dass auch die Werbeartikelbranche davon profitiert. Denn PSI-Lieferanten und -Großhändler sind erfahrene Spezialisten, die mit viel Gespür für Mode die angesagtesten Trends in Promotionstextilien umsetzen. Zwei Beispiele aus ganz unterschiedlichen Bereichen.

### GEWEBTE VIELFALT

Qualität, Vielfalt und Flexibilität gehören zum Markenzeichen von HERKA und sind die Erfolgsfaktoren für die individuellen Kollektionen im Promotionbereich. Egal ob Einwebungen, Einstickungen oder Druck, ob Standard- oder Sondergrößen, ob große oder kleinere Mengen, gemeinsam wird eine individuelle Kollektion erarbeitet. Als Service werden auf Wunsch Fotos sowie Muster zur Verfügung gestellt und Skizzen erarbeitet. HERKA Frottier setzt im gesamten Produkti-



onsprozess auf Nachhaltigkeit, was sich unter anderem durch einen sensationell niedrigen Wasser- und Chemieverbrauch in der neu erworbenen Textilveredelung Gmünd ([www.textilveredelung-gmuend.at](http://www.textilveredelung-gmuend.at)) ausdrückt sowie vielfache internationale Zertifizierungen. Seit 2011 sind auch GOTS (Global Organic Textile Standard) und IVN Best zertifizierte Artikel möglich. HERKA Frottier: ein verlässlicher europäischer Partner mit individuellen Lösungen. 46235 • HERKA GmbH • Tel +43 2864 2317 od. 2218 sales@herka-frottier.at • [www.herka-frottier.at](http://www.herka-frottier.at)



### SCHÖNE SOFTSHELLS

SOL'S, der europaweit renommierte französische Spezialist für Promotionstextilien und -taschen, bietet im Rahmen seiner Kollektion auch eine umfassende Auswahl von Outdoor-Produkten. Aus der breiten Range verfügbarer Softshell Jacken seien an dieser Stelle die Modelle SOL'S RELAX (46600) für Herren und SOL'S ROXY (46800) für Damen hervorgehoben. Dabei handelt es sich um eine der wasserdichtesten und atmungsaktivsten Reißverschlussjacken, die am Markt erhältlich sind. Bestehend aus 96 Prozent Polyester und 4 Prozent Elastan (außen) sowie einer Membran und Polyester Fleece (innen) ist sie in fünf Farben erhältlich. Lieferfähige Größen sind S bis 3XL für Männer und S bis XXL für Damen. Die ganze Vielfalt der SOL'S-Kollektion präsentiert die Webseite des Unternehmens.

44472 • SOL'S – Solo Invest S.A.S. • Tel +33142211684  
sols@soloinvest.com • [www.sols-europe.com](http://www.sols-europe.com)



# MIT DER NATUR IM EINKLANG SEIN, PROMODORO ORGANIC COTTON.



## WER VERANTWORTUNG TRÄGT, TRÄGT ETWAS GUTES IN SICH.

Mit dem Kauf eines einzigen Baumwoll-T-Shirts aus biologischer Baumwolle bewahrt man rund sieben Quadratmeter Anbaufläche vor Pestiziden und Kunstdünger.

[www.promodoro.de](http://www.promodoro.de)



 promodoro  
**Organic  
Cotton**

### Fashion Organic-T

T-Shirt, Single Jersey, neutrales Größenetikett seitlich im Nacken, modisch optimierte Passform, 100% zertifizierte (Bio-)Baumwolle, 180g/m<sup>2</sup>, XS-3XL. (Hangtags mit EAN-Code separat erhältlich)

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





PSI 2015

## PLATTFORMEN OPTIMAL NUTZEN

Ein Blick in den Kalender macht deutlich: In einem Vierteljahr steigt die PSI 2015. Das bedeutet, es geht in den Endspurt. Was ist noch zu erledigen? Was sollten Aussteller unbedingt wissen und beachten? Was tut sich rund um Europas größtes Branchenevent?

**A**uch auf der PSI 2015 heißt es wieder: Style your business! Die PSI bietet die optimale Plattform, um die Akteure der internationalen Werbeartikelwirtschaft zusammenzuführen. Damit Aussteller ab 7. Januar 2015 ihre Produkte präsentieren können, gilt es jetzt, die nötigen Bestellungen in die Wege zu leiten.

### ONLINE-SERVICE FÜR AUSSTELLER

Praktischer geht es kaum: Dank dem bewährten Online Service Center (OSC) können Aussteller auch für die PSI 2015 die wichtigsten Serviceleistungen rund um ihren Messeauftritt wieder bequem online bestellen. Technische Bestellungen, aber auch Parkkarten, Entsorgung, Standreini-

gung (jeweils Deadline 1. Dezember 2014) sowie Catering (Deadline 8. Dezember 2014) und vieles mehr können jetzt über das OSC geordert werden. Ein hilfreiches Zusatz-tool: Zum Erstellen der Ausstellerausweise als E-Ticket das Formular O\_09 verwenden und selbst ausdrucken (Deadline ist der 6. Januar 2015). Elektroinstallationen werden mit dem Formular T\_01 angefordert (Deadline: 1. Dezember 2014). Und das OSC hat noch weitaus mehr zu bieten, etwa die Nutzung kostenfreier Marketingtools – von Werbemitteln wie Briefaufkleber mit Standnummer, Besucherbroschüre oder Print-EKG bis zu E-Gutscheinen. Über dieses Tool können Aussteller bequem die gesamte Händler-Datenbank kostenfrei einladen. Einfach den bereitgestellten Mustertext nutzen, Daten hochladen und auf „Senden“ klicken. Fertig. Auch Sponsoringleistungen können über das OSC gebucht werden. Über das Formular M\_01 können die entsprechenden Maßnahmen geordert werden, um den Messeauftritt vor, während und nach der PSI 2015 zu bewerben. Übrigens: Wer im Katalogteil des PSI



Magalogs 2015 erscheinen möchte, muss sich bis 10. Oktober 2014 online eingetragen haben. [www.psi-messe.com/service-center](http://www.psi-messe.com/service-center).

**BESUCHERDATEN LIVE ERFASSEN**

Auf der PSI 2015 ist es erstmals möglich: Dank eines neuen Systems können Aussteller die Daten ihrer Besucher live erfassen und klassifizieren. Und das immer tagesaktuell. So ist eine umfangreiche Auswertung während und nach der Messe gesichert. Mehr noch: Aussteller können direkt nach jedem Kundenbesuch Daten entsprechend auswerten. Marketing just in time. Zeitnäher ist kaum möglich. Der Vorteil für Aussteller: Das neue System, das das bekannte Besucherscannen aus den Vorjahren ersetzt, funktioniert ganz bequem per Smartphone-App, iPad-App oder auch als klassischer USB-Datensammler zum Selbstaulesen am Notebook.

**TEILNEHMER STEHEN FEST**

Sie stehen fest: die 50 PSI FIRST-Teilnehmer für 2015. Seit September werden im PSI Journal pro Ausgabe jeweils zehn Unternehmen vorgestellt. Bis zum Messestart am 7. Januar 2015 sind dann alle bekannt. Erst mit Beginn der PSI werden die 50 PSI FIRST Produkte zu sehen sein. Denn das ist die Bedingung: Es müssen alles Produktpremieren sein, die noch nirgendwo anders zu sehen waren, auch nicht auf Road-



den nicht nur im PSI Journal abgedruckt. Sie können seit 1. September 2014 sukzessive monatsweise auch unter [www.psi-first.de](http://www.psi-first.de) an- und eingesehen werden.

**AREAS UND CATWALK BOOMEN**

Die Entscheidung des PSI, das Messekonzept 2015 rund um die bunte Themenwelt des Stoffes auszuweiten, zahlt sich aus. Deutliches äußeres Zeichen dieser Aus-



shows, Hausmessen oder Inhouse-Präsentationen. Die PSI FIRST Produkte haben ihren allerersten Auftritt auf der PSI. Übrigens: Die 50 PSI FIRST Teilnehmer wer-

dehnung sind die neuen Areas in Halle 10 – mit integriertem CATWALK: die TEXTILE AREA und die TEXTILE FINISHING AREA. Und die Nachfrage ist groß. Für beide Areas gibt es bereits zahlreiche Zusagen. In der TEXTILE AREA werden auf der PSI 2015 u. a. Malgrado, Sport Böckmann, HAT's company, Fifty Five, Garland Bridge, Printfield, IMI Partner und Just Style ausstellen. In der TEXTILE FINISHING AREA werden u. a. Gebr. FALLER und Mimaki Veredelungstechniken zeigen. Und selbstverständlich wird auch die Institution der Drucktechnik nicht fehlen: Charlie „Dr. Print“ Taublieb ist natürlich auch vor Ort. Auch alle Besucher des CATWALKS werden auf ihre Kosten kommen. Der Laufsteg ist bereits restlos ausgebucht. Wie schon auf der PSI 2014 werden auch 2015 Models angesagte Artikel präsentieren – im kommenden Jahr u. a. von Gustav Daiber, Floringo, Promodoro, SOL's, Stanley & Stella, ID und Tee Jays.

PSI 2015  
DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE DER WERBEARTIKELINDUSTRIE  
7. – 9. JANUAR DÜSSELDORF  
WATCH OUT!  
MEHR INFORMATIONEN: [www.psi-messe.com](http://www.psi-messe.com)



**ZEIT FÜR SCHÖNE DINGE.**



HELPDESK | 56-040 1338



HALLEY | 56-040 1553

**ZEITGEFÜHL**



SQUARE | 56-040 1548

**BIG IDEAS bei Inspirion.**

Zeitgemäße Präsentideen finden Sie in unserem Christmas Special Katalog.

Verlieren Sie keine Zeit, bestellen Sie jetzt.


Tel.: +49 421-5227-0 • Fax: +49 421-5227-403  
 Oder unter [www.promotiontops.com](http://www.promotiontops.com) anfordern!



MAZE | 56-040 1373





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.



*„Zufriedene Kunden und renommierte Preise. Wir wollen beeindrucken.“*



Alex Turner  
Listawood

---

Innovation, Qualität, Service, Preis – sind die Schlüsselfaktoren, mit denen wir unsere Kunden unterstützen können. Bei Listawood investieren wir kontinuierlich in neue und innovative Produktentwicklungen und Produktionstechniken, um dem Werbeartikelmarkt frische und spannende Ideen zu liefern.

---



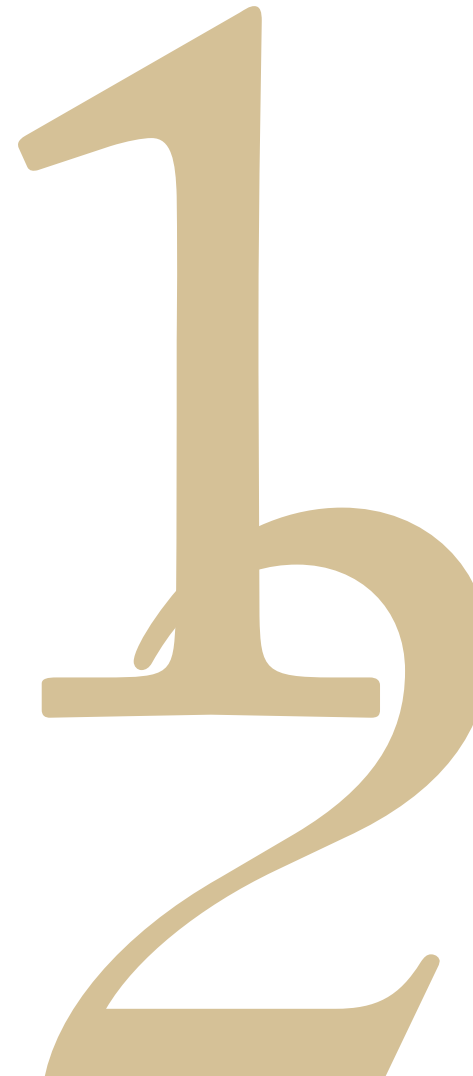


*Exzellenz in Qualität und Design sind bedeutend für einen Werbeartikel und die nachhaltige Botschaft.*



Patrick Döring  
ACAR Europe

Werte sind Worte mit gelebtem Inhalt. Unsere Werte: kreative Ideen, Design, Qualität, Innovation und Erfahrung. Werte, die Kunden seit mehr als 30 Jahren und in über 40 Ländern an uns schätzen. Das ist für uns Bestätigung und Ansporn, auch weiterhin Werbeartikel von Wert zu produzieren.





*„Wir haben ein Ziel: immer wieder aufs Neue Ideen liefern, die begeistern.“*



Liudger Böll  
TROIKA GERMANY

---

Gute Ideen sind das eine. Eine wegweisende Umsetzung ist das andere. TROIKA GERMANY schafft beides und kreiert so Produkte, die individueller und näher am Kunden nicht sein können. TROIKA ist immer dann der geeignete Partner, wenn es um hochwertige Designartikel geht.

---







*Wer schreibt, der bleibt.  
Unsere Kugelschreiber sind der Beweis mit dem gewissen Etwas.*

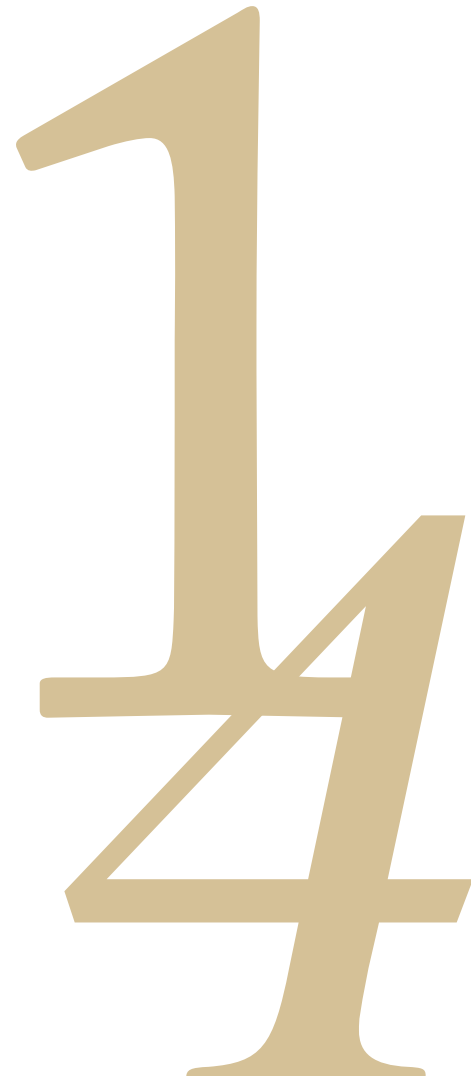


Arno Ritter  
Ritter-Pen

---

Tradition und Innovation, Flexibilität und Verlässlichkeit. Das sind die Zutaten des Erfolgsrezeptes von Ritter-Pen. Dabei profitiert das Unternehmen von der Kreativität und dem Engagement der Menschen, die es ausmachen. Ein Top-Kapital für Top-Produkte.

---





*„Inspiration pur in Porzellan.  
Das ist der  
Mahlwerck  
Kosmos.“*



Tobias Köckert  
Mahlwerck

---

Mahlwerck – das ist das Porzellan der Marken. Unsere Becher und Tassen: alle großartige Designideen und echte Markenbotschafter. Fast vier Millionen davon stellen sich jährlich in den Dienst der aufmerksamkeitsstarken Sache – als unverzichtbare Werbeträger.

---



*Einzigartige Süßwaren vom  
zertifizierten  
Hersteller –  
originell und  
personalisiert  
verpackt.*



Fritz Haasen  
Kalfany Süße Werbung

Neue Ideen in der Produktentwicklung gehen einher mit der intensiven Suche nach außergewöhnlichen Produkten und Marken mit Zusatznutzen sowie neuer Druck- und Verpackungstechnologien. Es ist Tradition bei Kalfany Süße Werbung den Markt ständig mit Innovationen zu überraschen.







*„Schärfer Werben! Bei uns  
ist der Name  
Programm.“*



Jörg Sons  
Schärfer Werben

---

Wir sind immer auf der Suche – nach den am besten geeigneten Produkten für unsere Kunden. Unsere Spezialität: die Beschaffung technischer Werbeartikel. Unsere Partnerschaften mit pfiffigen Herstellern machen uns zu einer wirklich scharfen Adresse.

---



*Des Kaufmanns Ehre ist  
sein Wort.*

*Eine gute Tra-  
dition, die nie  
aus der Mode  
kommt.*

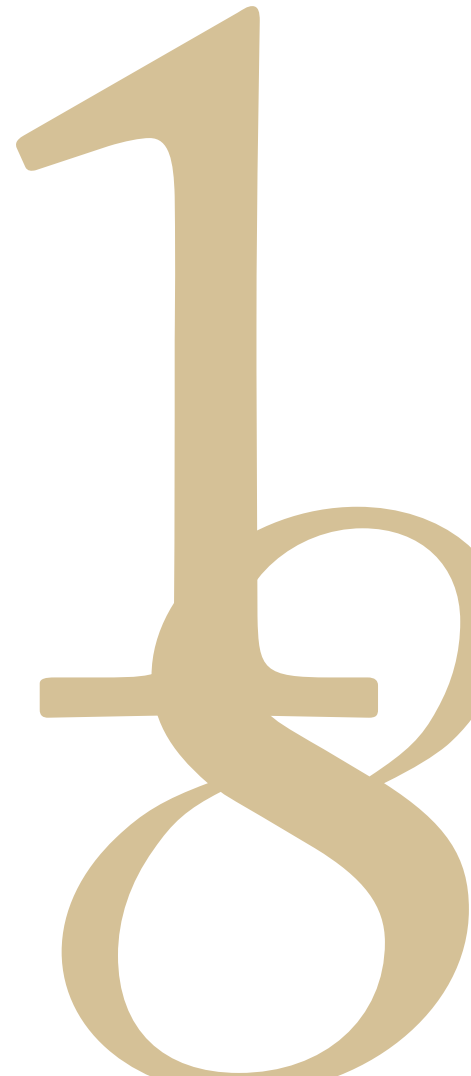


Harald Väh  
team-d

---

Die Welt der Werbeartikel ist sehr vielfältig. Für uns von team-d ist es eine ständige Herausforderung, ideenreiche und sich von der Masse abhebende Produkte für die Werbebotschaften unserer Kunden zu finden. Rundum-Service versteht sich dabei selbstverständlich inklusive.

---





*„Wir möchten Innovation und Individualität auf einen hart umkämpften Markt bringen.“*



Lionel Wajs  
Plastoria

---

Plastoria entwirft, entwickelt, produziert und vertreibt Luxus-Accessoires. Die Basis: ein starkes Kreationsteam, ein internationales Vertriebsnetz, moderne Logistik. Das Ergebnis: qualitativ hochwertige Produkte in außergewöhnlichem Design zu attraktiven Preisen.

---





*Wer moderne Produkte  
und modernes  
Design sucht,  
wird ZOGI  
finden.*



Jörg Herzog  
Herzog Products

---

Trends stehen bei ZOGI ganz vorne. Immer up-to-date und auch noch einen Schritt weiter zu sein, ist uns wichtig. So erzielen wir mit unseren Produkten Aufmerksamkeit für unsere Kunden.

---





## UHREN UND SCHMUCK WAS ZIERT, DAS WIRBT

Schön ist, was gefällt. Und gefällige Werbung ist schön. Noch schöner ist es, wenn sie sich zudem begreifen lässt. Und am schönsten, wenn sie so auch noch werbend ziert. Das gilt für Uhren genauso wie für schmucke wie schmückende Werbeartikel. Wir stellen Ihnen eine Auswahl vor.

**D**ie Frauen machen sich nur deshalb so hübsch, weil das Auge des Mannes besser entwickelt ist als sein Verstand: Dieser augenzwinkernde Aphorismus wird der Schauspielerin Doris Day zugeschrieben. Wenngleich man(n) auch darüber streiten könnte, inwieweit dies zutrifft, umschreibt das Aperçu indes die wichtige Rolle schmückenden Beiwerks. Dieses Themas nehmen wir uns im Rahmen der Produktvorstellungen auf den folgenden Seiten an. Denn auch die Werbeartikelbranche hält so manchen schmucken Artikel parat, der nicht nur sehr gut ziert, sondern auch ebenso wirbt. In diesem Themenkreis sind natürlich auch die Uhren zu finden, die ja meist nicht nur um der Zeitanzeige willen getragen oder irgendwo platziert werden. Als Statussymbol oder Schmuckstück genießen die Zeitmesser zeitlose Beliebtheit. Dass unsere Branche auch auf diesem Gebiet promotionsstarke Angebote liefert, wollen wir hier mit ausgewählten Objekten von Herstellern und Lieferanten des PSI-Netzwerks nochmals deutlich herausstellen. <

<



VICTORINOX

COMPANION FOR LIFE

## ECHT TRENDIG

**E**in wahrer Trendartikel ist die Armbanduhr „Iceberg“. Aus flexiblem Kunststoff und Silikon gefertigt passt sie sich jedem Handgelenk gut an. Iceberg ist in vier Farben erhältlich: Schwarz, Weiß, Rot und Blau. Das Ziffernblatt ist im jeweiligen Farbton und mit silbernen Zeitapplikationen angelegt. Nur 90 Gramm leicht ist der Chronograph. Bereits ab kleinen Stückzahlen auch mit Druck auf dem Ziffernblatt umsetzbar. Der Lieferumfang beinhaltet eine Batterie und eine Geschenkbox. Die Werbeanbringung ist mittels Tampondruck (auf der Geschenkbox) und Lasergravur möglich.

45737 • Giving Europe GmbH • Tel +49 421 5965970

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



## SCHRILLES DESIGN

**M**use lässt seine neuen Radiowecker optisch aus der Reihe tanzen: Zebra look, Leopardenfell, New Yorker Taxen, die englische Flagge oder Discolicht seien nur als einige Motive genannt, die den Radiowecker „M-165“ zieren. Er bietet 20 Sender-Speicherplätze und zeigt die Uhrzeit auf dem abdimmbaren LED-Display im 24 h-Format an. Der Zweifach-Alarm ermöglicht die Eingabe unterschiedlicher Zeiten und weckt mit Radiotönen oder klassischem Alarm. Die Snooze-Taste lässt den Wecker fünf Minuten nach der Weckzeit erneut klingeln und die Nap-Funktion eignet sich als Kurzzeitwecker für Entspannung zwischendurch, denn sie lässt den „M-165“ mit einem Knopfdruck nach einer festgelegten Zeitspanne klingeln. Strom bezieht der Muse „M-165“ via Stromkabel oder Batterie.

48289 • Muse Deutschland GmbH • Tel +49 621 3098600

info@muse-deutschland.de • www.muse-europe.com



DER LANGZEIT WERBETRÄGER  
PASSEND ZU IHREM GUTEN NAMEN



1.3603



VICTORINOX AG  
CH-6438 IBACH-SCHWYZ, SWITZERLAND  
T +41 41 81 81 211, WWW.VICTORINOX.COM

MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE



**PSI 2015**  
7.-9. Januar  
Jetzt buchen!



## KUCK(UCK) MAL WAS DA WIRBT

**E**s ist Zeit für wirkliche Innovationen: Bei emotion factory wird die traditionelle Kuckucksuhr zum dauerhaften Werbeträger und begehrten Bastel-Objekt, das im Büro und bei Kunden mit Sicherheit für große Aufmerksamkeit sorgt. Vollflächig 4-c bedruckbar und als Set inklusive Uhrwerk, Batterie und aufsteckbarem Kuckuck geliefert, schmückt die Uhr auf lange Zeit das Büro des Empfängers und spricht als humorvoller Dauerwerber praktisch jede Zielgruppe an. Ab 100 Stück kann das schöne Teil auch komplett individualisiert werden.

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



## KLING GLÖCKCHEN

**D**ie Tischuhr „Bell“ von Topico läutet nicht nur die dunkle Jahreszeit ein. Nach der Umstellung auf Winterzeit kommen Schlafmützen dank Alarmfunktion auch besser aus den Federn. Denn die analoge Uhr in Form eines Glockenturms ist mit einem Metall-Glöckchen ausgestattet. Das weiße Ziffernblatt mit schwarzen Zeigern überzeugt auch ohne Ziffern durch puristisches Design. Und mit einer individuellen Veredelung können Kunden ihre Werbebotschaft so an die große Glocke hängen.

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



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](http://www.zwilling.com)

**ZWILLING.** Passion for the best.  
Since 1731.





## AN DIE WAND GESPIELT

**D**ie stylische Uhr „Halley“ von Inspirion spielt alle an die Wand. Einmal aufgehängt, möchte man diese Wanduhr mit Quarz-Uhrwerk eigentlich nicht mehr abhängen. Was die Stunde geschlagen hat, zeigen schwarze Stunden-, Minuten- und Sekundenzeiger auf dem weißen Ziffernblatt, das einen Durchmesser von 25,5 Zentimeter besitzt. Das Besondere: Die erhabenen schwarzen Ziffern runden das Profil der Uhr harmonisch ab. Auf der Scheibe bietet die Wanduhr reichlich Druckfläche für eine individuelle Werbebotschaft. Sie ist in vier kräftigen Gehäusefarben erhältlich.

42907 • Inspirion GmbH • Tel +49 421 52270  
[info@inspirion.eu](mailto:info@inspirion.eu) • [www.inspirion.eu](http://www.inspirion.eu)

## ZEITLOS ELEGANT

**Z**eitlos schlichte Eleganz gepaart mit Hightech – das ist die Jumbo-Funkwanduhr „Radio“ von elasto form. Mit glänzendem Rand aus Kunststoff verschönert sie jedes Büro oder Zuhause. Dank der Funksteuerung zeigt die Uhr stets die genaue Uhrzeit an. Auch die Umstellung von Sommer- auf Winterzeit und umgekehrt läuft komplett automatisch. Und das Ziffernblatt kann ab einer Mindestmenge von zehn Stück individuell gestaltet werden. Das Gehäuse kann 5-farbig im Tampondruck veredelt werden. Verpackt in einem Geschenkkarton wird die Wanduhr standardmäßig mit einem roten Sekundenzeiger geliefert.

41369 • elasto form KG • Tel +49 9661 890 0  
[mail@elasto-form.de](mailto:mail@elasto-form.de) • [www.elasto-form.de](http://www.elasto-form.de)



PSI  
 2015  
 7<sup>th</sup> – 9<sup>th</sup> JANUARY  
 DÜSSELDORF

STYLE  
 YOUR  
 BUSINESS

BOOK YOUR TICKET NOW!  
[www.psi-messe.com/ticket](http://www.psi-messe.com/ticket)

Reed Exhibitions



## AUGENFÄLLIGER ZEITZEUGE

Die extravagante Wanduhr „Pinball“ aus der Designschmiede von koziol setzt ein deutliches Signal an der Küchen-, Büro- oder Wohnzimmerwand, denn der präsentable Ziffernstrahl misst von Spitze zu Spitze auffällige 45 Zentimeter. Das erfrischende Design versprüht viel Pep und ist zudem extrem gut ablesbar. Geliefert wird der trendige Chronometer in einer Geschenkverpackung. Näheres gibt's direkt bei koziol zu erfahren.

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



## WITZIGER HINGUCKER

Die Tischuhr „Magic Men“ von Giving Europe ist ein witziger Hingucker. Sie ist aus verformbarem Kunststoff hergestellt, wodurch Beine, Arme und Kopf der Uhr vielfältig gebogen werden können. Am „Kopf“ ist das LCD-Display mit Stunden- und Minutenanzeige angebracht. Außerdem gibt's dort eine Memoklemme für kleine Notizen. „Magic Men“ verfügt über eine Alarm-/Weckfunktion und ist in fünf Farben erhältlich. Eine Batterie ist im Lieferumfang enthalten. Die Werbeanbringung ist via Tampondruck und Doming möglich.

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



Gemeinsam erreichen wir mehr!



Der **Bundesverband der Werbemittel-Berater und -Großhändler e.V.** sucht ab sofort

### neue Mitglieder

zwecks enger und vertrauensvoller Zusammenarbeit zum Wohle der Werbearbeitelbranche.

#### Wir suchen:

Werbearbeitelhändler (Handel im Vollerwerb, angemeldeter Gewerbebetrieb, Bonität), die in einer starken Gemeinschaft die Branche mitgestalten möchten.

#### Wir bieten:

- Rahmenverträge mit besonderen Konditionen für unsere Mitglieder
- Kostenlose telefonische Erstberatung in Rechtsfragen
- Branchenspezifische Fortbildungsmaßnahmen mit Sonderkonditionen
- Werbearbeitel-Messe TREND
- Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
- Regelmäßige Informationen über unseren Newsletter
- Studien zur Wirksamkeit von Werbearbeiteln u.v.m.

Ihre aussagekräftigen Bewerbungsunterlagen senden Sie bitte an unsere Geschäftsstelle in Köln:

**Bundesverband der Werbemittelberater und -Großhändler e.V.**  
Heinrich-Brüning-Straße 1a, 50969 Köln  
Tel. 02 21 - 36 75 96 42, Fax 02 21 - 36 75 96 43  
info@bwg-verband.de, [www.bwg-verband.de](http://www.bwg-verband.de)

## Mit besten Empfehlungen *Weihnachts-Ideen-Haus*



GRATIS, den neuen Katalog jetzt anfordern unter [info@multiflower.de](mailto:info@multiflower.de)

## MULTIFLOWER Promotion Ideen für Wachstum

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



## WIRKLICH COOL

**W**irklich coole Kinderuhren steuert das Unternehmen sigikid zum aktuellen Titelthema bei. Die farbenfrohen Armbanduhren stehen jedem kleinen Schulanfänger bestens am Handgelenk. Auf dem Canvasband mit den Maßen 20 mal 1,5 Zentimeter bleibt reichlich Raum für individuelle Gestaltung. Zu allen weiteren Details gibt sigikid gerne Auskunft.

48311 • sigikid H. Scharrer & Koch GmbH & Co. KG • Tel +49 9201 70129

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



## ZEITLOSE ELEGANZ

**I**m klassischen Design treten die exklusiven Damen- und Herren-Armbanduhren-sets von Lehoff auf. Das echte Lederarmband ist in zeitlosem hellbraun gehalten. Das hochwertige Quarz-Uhrenwerk verfügt über einen Stunden-, Minuten- und Sekundenanzeiger. Zudem sind die Uhren bis 3 ATM wasserdicht. Verpackt sind die Sets in einer ansprechenden Geschenkbox.

41259 • Lehoff Im- und Export GmbH • Tel +49 40 5296070

info@lehoff.de • www.lehoff.de

## SAFETY WATCH SCHÜTZT KINDER

**K**inder sind oft nicht so leicht „unter Kontrolle“ zu halten, sei es am Strand, beim Spaziergang, beim Stadtbummel oder beim Spielen im Freien. Schnell sind sie entwischt und die Aufregung ist groß. Die Safety Watch von Ambassador International hilft, dieses „Problem“ in Griff zu bekommen. In einer Armbanduhr integriert sendet die Safety Watch ein Alarmsignal auf das Smartphone, sobald das Kind den eingestellten Radius verlässt. Die Entfernung kann zwischen fünf und 30 Meter eingestellt werden – individuell auch für mehrere Kinder. Wenn andererseits das Kind Hilfe benötigt, ohne dass die Eltern dies bemerken, kann es einen Panik-Knopf an der Armbanduhr drücken, wonach sofort ein Alarmsignal auf dem Smartphone ertönt. Die Safety Watch ist auch als Schlüsselanhänger oder Karte zum Schutz persönlicher Wertsachen lieferbar.

42192 • Ambassador International GmbH & Co KG • Tel +49 2471 3218

info@ambass.de • www.ambass.de



# MOLESKINE

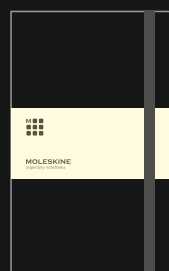
## CUSTOM EDITIONS

### Das Original

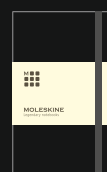
Als Erbe und Nachfolger des legendären Notizbuchs von Künstlern und Intellektuellen der letzten zwei Jahrhunderte bietet Moleskine mit der ganz persönlichen Interpretation dieser Kulturikone ein herausragendes Instrument für kreative Marken- und Unternehmenskommunikation.



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](http://www.exclusive-gifts.de)





## SPORTLICH EDEL UND GENAU

**M**it der Armanduhr „Centurio“ stellt Macma einen Chronographen für sportliche Herren vor, die auf Design und Genauigkeit nicht verzichten wollen. Das italienisch-sportliche Design gepaart mit Schweizer Genauigkeit ist in einem großen Gehäuse (42mm breit) untergebracht und bietet alle Features, die sportliche Menschen brauchen. Die technischen Facts überzeugen: Sekundenzeiger, Stoppuhr, Datum, Tachometer, Saphirglas, 100 Meter wasserdicht (10 ATM), antiallergisches Edelstahlgehäuse, Kautschukarmband mit Edelstahlfaltschließe und Druckauslösung bietet die Uhr. Geliefert wird sie in einer hochwertigen gummierten Box.

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

## DIE ZEIT WIRD BUNTER

**M**it acht trendigen Farben und einem Armband aus 100 Prozent Silikon kommt die neue Armanduhr von Krüger & Gregoriades nicht nur bei der jungen Generation an. Sie ist in Schwarz, Weiß, Blau, Grün, Gelb, Orange, Rot und Pink lieferbar, glänzt aber auch durch technische Qualitäten. Mit Quarz-Uhrwerk, fluoreszierenden Zeigern und Ziffernblatt, Edelstahlboden und einem Kunststoffgehäuse in Edelstahl-/Metalloptik ist die Uhr ein echter Hingucker. Seit 1975 beliefert K&G den Großhandel, Fachhandel und die Industrie mit Geschenk-, Trend- und Werbeartikeln sowie Spielwaren und Plüsch.

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



PSI 2015  
7<sup>th</sup> - 9<sup>th</sup> JANUARY  
DÜSSELDORF

ROCK YOUR BUSINESS

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

Reed Exhibitions

## ZEITLOS STYLISCHE ACCESSOIRES

**U**hren haben sich zum stylischen Accessoire entwickelt und sagen viel über ihren Träger aus. PF Concept, der Spezialist für Werbe- und Geschenkartikel, erweitert seine Uhrenkollektion um zwei exklusive Herrenmodelle. Ihr modernes und zugleich schlichtes Design macht die Uhren zu zeitlosen Wegbegleitern. Die Neuheiten „Observer Chrono“ und „Observer Analog“ der Eigenmarke Marksman sind aus Edelstahl gefertigt und mit einem glatten Armband aus dunklem Leder besonders edel ausgestattet. Die Marksman Chrono Armanduhr besitzt zusätzlich noch eine Datumsanzeige und lumineszierende Zeiger für einen hohen Tragekomfort zu jeder Tageszeit.

40972 • PF Concept International B.V. • Tel +31 71 3328911  
weborders@nl.pfconcept.com • www.pfconcept.com



**Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG**  
Mrs. Birgit Müller  
Lütkefeld 15, D-34414 Warburg  
Phone: +49.5641.95481  
E-Mail: birgit.muellner@brauns-heitmann.de  
[www.krebs-logo.de](http://www.krebs-logo.de)

# CHRISTMASBAUBLES WITH LOGO



**BRAUNS HEITMANN**



*Made in Germany*



## Geschenkkoffer "Handwerker" (296)

- 1 Kompaktwerkzeugbox aus Kunststoff, 3stufig mit diversem Inhalt
- 1 Memotape Maßband 5 in 1, Notizblättchen mit Stift, Maßband, Wasserwaage und Gürtelclip
- 1 Bügelflasche Detmolder Pilsener 0,33 l,
- 1 Ring Choriza Sarta, Paprikasalami, ca. 250 g, kräftige spanische Spezialität vac. verpackt;
- 1 Paket Pumpernickel, 500 g, Roggenvollkornschrotbrot
- Im dekorativen Kartonkoffer mit Griff und im Umkarton

Teutoburger Spezialitäten · Präsentservice GmbH · Industriestr. 14 · 49170 Hagen · Tel.: +49-(0)5405/93 11-15 · Fax: +49-(0)5405/93 11-20 · [www.teutoburger.de](http://www.teutoburger.de)

## And the winner is ... you? Bewerben Sie sich jetzt!

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

Alle Informationen zur Anmeldung finden Sie auf unserer Website unter [www.psi-network.de/award](http://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.



## PURE SPORTLICHKEIT, DEZENTE ELEGANZ

**E**ine markante quadratische Silhouette mit abgerundeten Ecken: So sinnlich und raffiniert präsentiert sich die für sie und ihn tragbare Uhr im unverkennbaren M&M Stil. Das neue Modell beschränkt sich auf das Minimum. Drei Zeiger, ein feines rundes Datum und ein edles Rehaut mit zarten Indexen, die je nach Lichteinfall dezent oder betont zur Geltung kommen. Die subtile, edle Farbgebung des Ziffernblattes passt sich perfekt dem feinen Kalbslederband an. Gehäuse und Armband verschmelzen zu einer harmonischen Einheit, die das Handgelenk perfekt umfasst. Ganz nach dem neuen M&M Motto: Meine Zeit – Mein Design.

49338 • M&M Uhren GmbH • Tel +49 2131 205270  
info@mm-uhren.de • www.mm-germany.com



## ANHÄGLICHER WEGGEFÄHRTE

**A**ls besonders anhänglicher Weggefährte mit außergewöhnlicher Funktion präsentiert sich der Brillenhalter „Santa Fe“ von Easy Gifts. Durch seinen starken Magneten hält der Brillen- und Sonnenbrillenhalter aus Metall an jeder Jacke, am Hemd oder an der Bluse. In der breiten Öse lassen sich fast alle Brillenarten problemlos einhängen und das lästige Suchen hat ein Ende. Werbeanbringungen sind mittels Lasergravur, welche matt erscheint und sich dadurch besonders schön von der glänzenden Oberfläche abhebt, möglich. Der Brillenhalter wird einzeln verpackt im Polybeutel geliefert.

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

## EIN SCHMUCKSTÜCK FÜR JEDE TASCHKE

**E**inen praktischen Taschenhalter hat Goudsmit Magnetic Design in sein Sortiment aufgenommen. Mit diesem aufrollbaren Taschenhalter können Taschen immer sichtbar und griffbereit, z. B. am Rand eines Tisches, aufgehängt werden. Das hält die Tasche sauber und Diebe fern. Der Taschenhalter passt in jede Handtasche, ist mit Magneten ausgerüstet und hat Platz für ein großes, glänzendes, dreidimensionales Logo. Auch ein Bedrucken in Tampondruck ist möglich. Auf diese Weise ist ein Firmenname oder ein Logo immer zu sehen und macht aus dem Taschenhalter ein dauerhaftes Give-away. Der Taschenhalter kann bis zu fünf Kilogramm Gewicht tragen und ist trotzdem klein und leicht zu versenden – in einer besonderen Schmuckpackung. Dabei ist das glänzende 3D-Doming mit Logo direkt sichtbar. Ein zierlicher und praktischer Werbeartikel. Erhältlich in verschiedenen Modellen. Lieferbar ab 2000 Stück.

43808 • Goudsmit Magnetic Design B. V. • Tel +31 40 2212475  
design@goudsmit-magnetics.nl • www.goudsmit-design.com





Individuelle  
Adventskalender  
garantieren höchste  
Aufmerksamkeit  
und nachhaltige  
Werbewirkung!

NEU

*Lindt*  
SCHWEIZER MÄTRES CHOCOLATIER  
SEIT 1845



Adventskalender  
„Cube XL“

## GLÄNZENDE AUSSICHTEN FÜR EINE EFFEKTIVE KUNDENBINDUNG.

PrintStars  
Finalist

TOP



Adventskalender  
„Weihnachtshaus“



NEU

Adventskalender  
„Pyramide“



NEU

Wand-Adventskalender  
mit Milka-Mischung



NEU

Tisch-Adventskalender  
„Ritter Sport“

### PREMIUM-ADVENTSKALENDER & PRÄSENTE FÜR JEDES BUDGET!

Die Bedeutung emotional aufgeladener, individueller Kundenansprache nimmt überproportional zu. Mit einem hochwertigen Adventskalender drücken Sie gegenüber Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern Ihre Wertschätzung aus. Ihre Werbung bleibt garantiert 24 Tage im Blickfeld, ohne in der Flut der üblichen Weihnachtspost „unterzugehen“. Fordern Sie gleich den neuen Katalog unter [www.cd-lux.de](http://www.cd-lux.de) bzw. [info@cd-lux.de](mailto:info@cd-lux.de) an.

Die Adventskalender-Experten:

Europas breitetes Adventskalender-Programm!

Hotline: 09971-85 71 0 | [info@cd-lux.de](mailto:info@cd-lux.de) | [www.cd-lux.de](http://www.cd-lux.de)





## SPIEGLEIN, SPIEGLEIN

**S**piegel und Schmuckständer zugleich ist koziols neuer Schmuckspiegel CORA. Optisch gleicht CORA einer vielgliedrigen Koralle, deren Herzstück der Spiegel ist. Um die Spiegelfläche herum finden zahlreiche Ketten, Armbänder, Uhren oder Ringe an den korallenähnlichen Anhängepunkten Platz. An der Basis befindet sich eine zusätzliche Ablageschale, in der weitere Schmuckstücke aufbewahrt werden können. Diese sorgt gleichzeitig für einen sicheren Stand.

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

## PERFEKTER IT-LOOK

**T**roika hat das Must-Have für Handtasche: einen edel glänzenden Taschenspiegel namens „Paisley Classic“. Er punktet innen mit ein- und zweifach vergrößerndem Spiegelglas, außen mit unverwechselbaren Designs aus dem Dekorstudio von Markus Binz. Troika hat dazu einen Kombitipp: Mit passendem Kartenetui und Taschenhalter ist der It-Look perfekt – traditionell und trendy, zurückhaltend und absolut stilsicher. Die Werbeanbringung erfolgt per Druck und Gravur auf der Rückseite. Ab 100 Stück Bestellmenge ist die Gravur kostenlos.

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



## ZARTE BLATTFORMEN FÜR DEN HERBST

**D**er Rosegoldtrend nimmt weiterhin an Fahrt auf und kommt im Herbst besonders in Schwung. M&M stellt dazu passend schmeichelhafte, organische Blattformen in der Oval Line in Verbindung mit zarten Ketten vor. Die polierten Elemente in Edelstahl, IP Rose oder IP Gold Platinierung überzeugen durch ihre weiche Optik und die handschmeichlerischen Formen. Diese neue Schmucklinie besticht durch ihre extravagante und doch sehr ausgewogene Gestaltung. Die verschiedenen, blattförmigen Ovale verbinden sich zu schmuckhaften Elementen in Ketten, Anhängern, Ringen und Ohrringen.

49338 • M&M Uhren GmbH • Tel +49 2131 205270  
info@mm-uhren.de • www.mm-germany.com





## WIRKLICH COOL

**W**irklich coole Kinderuhren steuert das Unternehmen sigikid zum aktuellen Titelthema bei. Die farbenfrohen Armbanduhren stehen jedem kleinen Schulanfänger bestens am Handgelenk. Auf dem Canvasband mit den Maßen 20 mal 1,5 Zentimeter bleibt reichlich Raum für individuelle Gestaltung. Zu allen weiteren Details gibt sigikid gerne Auskunft.

48311 • sigikid H. Scharrer & Koch GmbH & Co. KG • Tel +49 9201 70129  
anja.deroni@sigikid.com • www.sigikid.com



## Promotion Mats von Kleen-Tex

- bewerben Ihre Produkte kreativ
- kommunizieren das Corporate Design oder den Werbeslogan
- schaffen Bekanntheit und Wiedererkennungswert
- sind ideal für Eingänge, Events, Messen, Werbeauftritte, Verkaufsförderung und Give-Away
- können mit bis zu 44 Farben detailgetreu bedruckt werden
- werden ausschließlich in der EU hergestellt



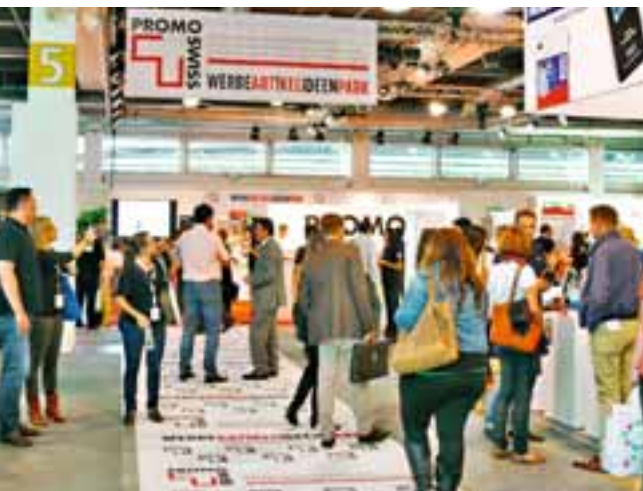


## SUISSE EMEX

## WERBEBOTSCHAFT GREIFBAR GEMACHT

Mit einem über 250 Quadratmeter großen Werbeartikel-Ideenpark demonstrierte Promoswiss, der Verband der Schweizerischen Werbeartikelindustrie, auf der Suisse EMEX 14 in Zürich eindrucksvoll, welche Bedeutung der Werbeartikel im modernen Marketing- und Kommunikations-Mix hat. 28 Hersteller und Lieferanten, darunter bekannte Markennamen, präsentierten ihre Promotionsideen und Produktneuheiten den zahlreichen Messebesuchern. Dabei wurde das weite Spektrum gegenständlicher Werbung offenkundig: Erzeugnisse zum Fühlen, Riechen oder Schmecken –

personalisiert mit einer Markenbotschaft, eingesetzt als Streuartikel, als nachhaltiger Gebrauchsgegenstand für den Haushalt und das Büro oder als hochwertige Aufmerksamkeit für Geschäftspartner und Mitarbeiter. Hier wurde nachhaltige Werbewirksamkeit buchstäblich „begreiflich“ gemacht. Während zweieinhalb Messetagen führten die Aussteller des Werbeartikel-Ideenparks nach Angaben von Promoswiss über 1000 qualifizierte Gespräche. Sämtliche Kontakte, Anfragen und Projektnotizen wurden mittels des erstmals in der Schweiz eingesetz-



Eyecatcher im Rahmen der Suisse EMEX: der Werbeartikel-Ideenpark von Promoswiss (Bild: Promoswiss).

ten „dMas-Systems“ (digitales Messe Anfrage System) elektronisch erfasst. „Mit der Organisation des Werbeartikel-Ideenparks sowie der Verteilung der Aufgaben in und um dieses Projekt, nimmt der Verband seine Verantwortung als Vermittler zwischen Industriekunden, Händlern und Lieferanten wahr. Das Ziel, das Verständnis und die Beachtung für den Werbeartikel zu fördern, wurde mit dem Werbeartikel-Ideenpark vollumfänglich erreicht“, resümiert Promoswiss-Vorstandsmitglied Christoph Zindel, der den Ideenpark zusammen mit seinem Kollegen Daniel Lörtscher organisierte. [www.promoswiss.ch](http://www.promoswiss.ch)

## PRÄSENTA PROMOTION

## DOPPEL-ZERTIFIZIERUNG

Der Werbeartikel-Händler Presenta Promotion International aus Solingen hat sich gleich doppelt zertifizieren lassen. Der TÜV Saar bescheinigte dem Unternehmen nach zweitägigem Audit die Erfüllung aller Standards im Qualitätsmanagement nach ISO 9001 sowie ein nachhaltiges Umweltmanagement nach ISO 14001. Beide Zertifizierungen betreffen sowohl den Bereich Handel wie auch die hauseigene Druckerei und Logistik. „Damit hat der Fullservice-Spezialist einen großen Schritt in Richtung Zukunft getan“, so die Einschätzung von Thomas Herriger, Geschäftsführender Gesellschafter von Presenta Promotion. „Zur Zeit vertrauen 16 Konzerne ihre Werbeartikel-Logistik dem Solinger Unternehmen an, weitere sollen in Kürze folgen“, ergänzt Geschäftsführer Michael Ramhofer. [www.praesenta.de](http://www.praesenta.de)

## NEUE MITARBEITERIN

## DIE HAGEMANNGRUPPE RÜSTET AUF

Die Werbemittel-Agentur Hagemann GmbH optimiert ihre Vertriebsstrukturen weiter. Seit kurzem verstärkt Sabine Eberth die individuelle Beratung der Kunden als weitere Außendienst-Mitarbeiterin. Ihre Kollegin Chrysteale Postler, seit



Erfolgreiche Kundenbetreuung mit Frauenpower (v.l.): Sabine Eberth, Chrysteale Postler.

2007 im Unternehmen, ist bereits seit 2012 erfolgreich im Vertriebsteam tätig. Beide betreuen unterschiedliche Kundenkreise und werden im Innendienst von langjährigen Mitarbeitern unterstützt. „Damit möchten wir die Kundenbetreuung noch effektiver gestalten“, so Geschäftsführer Michael Hagemann.

[www.der-hagemann.de](http://www.der-hagemann.de)

## HERZOG PRODUCTS GMBH

## NEUER PROJEKTLEITER BEI ZOGI

Julian Schüle bekleidet ab 1. August 2014 bei Zogi – der Marke von Herzog Products – die Position Projektleitung Vertrieb/Marketing. Zuvor war Julian Schüle bei Fare und Halfar tätig und hat sich in mehr als zehn Jahren in der Branche einen Namen gemacht. Sein Aufgabengebiet bei Zogi ist die Koordinierung sämtlicher Marketing-

maßnahmen und die Umsetzung der weltweiten Messteilnahmen in den kommenden Jahren.

[www.zogi.biz](http://www.zogi.biz)



Julian Schüle

**BOFA**

**VERSTÄRKUNG FÜR DAS VERTRIEBSTEAM**

**P**ünktlich zum Start der Fußball-WM konnte sich die BOFA-Doublet GmbH, Bonner Druckdienstleister für Außenkommunikation, über eine Teamverstärkung freuen. Seit dem 16. Juni 2014 unterstützt Kirsten Sutorius das Vertriebsteam Agenturen und Key Accounts, das im Januar unter Leitung von Stephan Baumgart gegründet wurde. Hier stehen nicht nur Fahnen im Mittelpunkt, sondern der gesamte Außenauftritt des Kunden, von der Planung bis hin zur Realisierung vor Ort. [www.bofa.de](http://www.bofa.de)



Das Team im Zusammenspiel (v.l.): Stephan Baumgart, Torsten Hoffmann, Marcel Seiler, Kirsten Sutorius.

**MAXIMPLUS MUGS, CUPS + MORE FRISCHER WIND IN DER GRAFIK**

**M**ax Voigt verstärkt seit August 2014 die Grafik bei maximplus – Anbieter von personalisierter Tableware für den Werbe- und Promotobereich. Der Fokus seiner Tätigkeit ist die grafische Konzeption – besonders die Anpassung der Druckdaten auf die Anforderungen des keramischen Siebdruckes. Voigt absolvierte seine Ausbildung zum Mediengestalter Digital und Print in Berlin. Seine Grafik-Aufgaben sieht er „sportlich“ – erste Ergebnisse sind schon auf der Homepage zu sehen. [www.maximplus.eu](http://www.maximplus.eu)



Max Voigt

**PSI SUPPLIER FINDER 2/2014 JETZT NOCH DATEN AKTUALISIEREN**

**N**ur noch bis zum 10. Oktober 2014 können PSI Herstellerfirmen ihr Unternehmensprofil im Supplier Finder aktualisieren, um von den Händlern schnell und unkompliziert gefunden zu werden. Die Neuauflage des PSI Supplier Finders ermöglicht Mitgliedern eine umfassende Präsentation. Hersteller können mit der Veröffentlichung ihrer Zertifikate im Zertifikatsverzeichnis Händlern signalisieren, dass sie sich in puncto Professionalität und Kundenbetreuung höchsten Ansprüchen verpflichtet fühlen. Die QR-Codes ermöglichen per Direktlink unmittelbare Einsicht in das dynamische Lieferanten-Angebot im Product Finder. Deshalb jetzt noch rasch unter [www.psi-network.de/supplierfinder](http://www.psi-network.de/supplierfinder) mit den individuellen PSI Zugangsdaten einloggen und die eigenen Daten aktualisieren. Für weitere Beratung und Rückfragen steht Tobias Fliss gerne zur Verfügung: Tel +49 211 90191-321 oder [tobias.fliss@reedexpo.de](mailto:tobias.fliss@reedexpo.de).



**OFFENE SYSTEME SOFTWARE! NEUE ONLINE PRODUKTDATENBANK**

**D**as Unternehmen Offene Systeme Software! bietet ab sofort eine eigene Online Produktdatenbank an. Auf die umfangreichen und immer aktuellen Daten aller gängigen Lieferanten kann sowohl online über ein übersichtliches und einfach zu bedienendes Webinterface im Internet Browser als auch direkt aus der Warenwirtschaft KS1 zugegriffen werden. Der Werbeartikelhändler kann mit Hilfe von umfangreichen Suchoptionen (z.B. auch Lieferanten, Farben, Materialien, Preis) schnell und gezielt die relevanten Produkte herausfiltern. Natürlich können die Daten auch für die eigene bestehende Warenwirtschaft genutzt werden. Hierfür gibt es einen einfachen csv-Export mit Bildern. Dies spart den zeitaufwändigen Artikelimport und die -pflege. Für Kunden der Warenwirtschaft KS1 erfolgen nachfolgende Anfragen an Lieferanten und das weitere Auftragshandling direkt in der Warenwirtschaft; Preise, Bilder, Lagerbestände und alle benötigten Details werden automatisch übernommen. Weiterhin können die Suchergebnisse inklusive aller Details und Bilder komfortabel exportiert und auf diese Weise beispielsweise eigene Webshops befüllt und aktualisiert werden. Auf Wunsch werden auch nicht gängige Lieferanten integriert. Egal, wie Nutzer auf die KS1 Produktdatenbank zugreifen und welche Funktionalität genutzt wird – alles ist im entsprechenden Preis pro Monat enthalten. Eine Demoversion sowie weitere Informationen sind zu finden unter: [www.ks1.de](http://www.ks1.de)





## BETRIEBSBESICHTIGUNG

## MEET AND GREET BEI BOFA

Die BOFA-Doublet GmbH lädt PSI-Händler am 13. November 2014 zu „BOFAs BEST meet and greet“ ein. In der ehemaligen Bonner Fahnenfabrik zeigt das langjährige PSI-Mitglied unter anderem, wie ein Siebdruck funktioniert, welche Produkte aus bedruckten Textilien hergestellt werden können und welche Schritte anschließend auf den Druck folgen. Auf die Besichtigung folgen ein Imbiss sowie eine Fragerunde. Beginn ist um 9.30 Uhr in den Produktionsgebäuden der BOFA-Doublet GmbH, Römerstraße 303-305, 53117 Bonn.



Die Besichtigung dauert voraussichtlich drei Stunden. – Um Anmeldung wird bis zum 30. Oktober 2014 per E-Mail an [paula.vieth@bofa.de](mailto:paula.vieth@bofa.de) gebeten. [www.bofa.de](http://www.bofa.de) <

## MT PRODUCTS GMBH

## WEITERES WACHSTUM

Die mt products GmbH, leistungsstarker Importeur für Werbeartikel aus Fernost, hat sich vergrößert und ist umgezogen. Neuer Unternehmensstandort ist die Gemeinde Nusse in Schleswig-Holstein. Dort verfügt mt products nun über rund 120 qm Bürofläche (inkl. Showroom) sowie ein Lager mit 72 Palettenstellplätzen. Im Zuge der Erweiterung wurden auch neue Mitarbeiter eingestellt. Ingmar Schröder (vormals Verkaufsleiter beim Unternehmen Rasehorn) übernimmt zum 1. September die Position des stellvertretenden Geschäftsführers. Die mt products GmbH ist eng verknüpft mit der mt products far east Ltd. in Shenzhen (China). Sämtliche Anfragen, Aufträge und Verschiffungen werden direkt von der mt products far east Ltd. begleitet. Dadurch ist die mt products GmbH stets in der Lage, direkt vor Ort zu handeln und verfügt über einen Pool von etwa 600 Fabriken. Die Produktionsstärken des Unternehmens liegen nach eigenen Angaben hauptsächlich in den Produktgruppen Taschen (Nylon, Non-Woven), Porzellan, Keramik, Spielzeuge und Plüschartikel (vertrieben unter unserem Markennamen „magic Toys“) sowie Holzartikel. „Sämtliche Fabriken werden durch unsere eigenen Inspektoren überprüft. Unsere Inspektionen erfolgen nach internationalen Standards (AQL) und wir kooperieren eng mit internationalen Prüflaboren (TÜV, SGS). Wir arbeiten ausschließlich mit dem Werbemittelgroßhandel zusammen und sehen uns als dessen Partner. Diese Firmenphilosophie war Basis der Gründung der mt products“, so Geschäftsführer Martin Koglin.



Das Team der mt products vorm neuen Firmensitz (v.l.): Klaus-Peter Barz, Sabine Möller, Falko Kormann, Ingmar Schröder, Martin Koglin.

mt products GmbH  
Mannhagener Str. 30  
D-23896 Nusse  
Tel. +49 4543 8979400  
Fax +49 4543 8979399  
[info@werbemittelimport.de](mailto:info@werbemittelimport.de)  
[WWW@werbemittelimport.de](http://WWW@werbemittelimport.de) <

## NEUE KUNDENBETREUUNG

## STABILO GOES ITALY

STABILO Promotion Products stellt sich in Italien neu auf. Seit Juni 2014 wird das Italien-Geschäft direkt abgewickelt. Sabrina Zitzmann kurbelt das Werbemittelgeschäft für STABILO in Italien von Mailand aus an. Die Industriekauffrau kennt die Marke STABILO seit ihrer Ausbildung und bringt in ihre neue Aufgabe in Italien mehrere Jahre Erfahrung im Vertrieb bei STABILO International ein. Mit Sabrina Zitzmann bietet STABILO den italienischen Kunden eine



Sabrina Zitzmann

Betreuung in ihrer Landessprache an, um so die Kundennähe zu verstärken und es noch einfacher zu machen, mit STABILO zu arbeiten. Durch die Präsenz vor Ort setzt STABILO einen klaren Fokus auf die Kundenorientierung und die Weiterentwicklung des Europa-Geschäfts. [www.stabilo-promotion.com](http://www.stabilo-promotion.com) <

## 100 STEUERSPARTIPPS

## STEUER-ABC RUND UMS HAUS

Steuern sparen ... für Hausbesitzer“. Das ist ein vom VSRW-Verlag herausgegebenes Buch mit 100 Steuerspartipps für den Erwerb, die Errichtung, Finanzierung und Vermietung von Grundbesitz. Mit seinem Ratgeber informiert Autor Hagen Prühs nicht nur darüber, welche Einnahmen Vermieter versteuern müssen, sondern auch darüber, was sie steuerlich absetzen können, und zwar auch schon anlässlich des Erwerbs oder der Errichtung einer Immobilie. <





## INNOVATIONSPREIS

## CD-LUX IST FINALIST 2014

Die CD-LUX GmbH ist mit dem Adventskalender „Weihnachtshaus“ Finalist in der Kategorie „Verpackung“ der PrintStars 2014 – den Innovationspreisen der Deutschen Druckindustrie. Außerdem wurde auch der Adventskalender „Weihnachtsbuch“ von CD-LUX in der Kategorie „Sonderpreis Digitaldruck“ nominiert. „Diese Nominierung macht uns alle sehr stolz und er bestätigt die hervorragende Arbeit unserer Mitarbeiter“, so Alexander Dirscherl, Geschäftsführer von CD-LUX. „Wir danken all unseren Freunden, Partnern und Kunden, die uns immer



Der Adventskalender „Weihnachtshaus“.



Der Adventskalender „Weihnachtsbuch“.

wieder zu Höchstleistungen antreiben“. Vor kurzem wurden die über 250 nominierten Produkte und ihre Einreicher als „PrintStar 2014 Finalist“ veröffentlicht. Die finale Vergabe der PrintStars in Gold, Silber oder Bronze erfolgte bei der feierlichen Preisverleihung PrintNight am 18. September 2014 im Kongresszentrum Liederhalle in Stuttgart (nach Redaktionsschluss). [www.cd-lux.de](http://www.cd-lux.de)

## MBW

## NEUER QUALITÄTSSTANDARD

mbw präsentiert einen neuen Qualitätsstandard. Das neue Qualitäts-Markenlabel „Schnabels“ dokumentiert die streng geprüfte erstklassige Produktqualität der quietschvergnügten Werbeträger aus dem schleswig-holsteinischen Wanderup. „In Sachen Qualität schwimmen unsere Quietscheentchen mit dem neuen Schnabels-Logo ganz vorne mit“, bekräftigt Jan Breuer, Geschäftsführer des mittelständischen Familienunternehmens. „Wir haben mit viel Aufwand Materialprüfungen vornehmen lassen, um uns am Markt deutlich abzuheben.“ Gemeinsam mit der chinesischen Mitarbeiterin Selena Shen und Chemikern von TÜV Rheinland und Eurofins besuchte der geschäftsführende Gesellschafter Walter Both im vergangenen Herbst die Produktionsstätten in China. Vor Ort wurden Proben gezogen und von den unabhängigen Testinstituten untersucht. Die Ergebnisse mündeten in konkrete Richtlinien zu Grundmaterialien und Farben, die seither zur Produktion der Quietscheenten von mbw verwendet werden. Selbstverständlich sind alle Artikel aus phthalatfreiem PVC hergestellt und gemäß den Vorgaben der EN 71 geprüft. Darüber hinaus werden nur unbedenkliche Dekorations- und Druckfarben verwendet. Voraussetzung für die Zusammenarbeit mit den Herstellern in China ist für mbw die Unterzeichnung von Garantieerklärungen über die Einhaltung der Vorgaben. Dies wird von mbw regelmäßig kontrolliert. „Wir sind gemeinsam mit unserer chinesischen Mitarbeiterin mehrmals jährlich vor Ort. Und um unsere hohen Qualitätsansprüche einhalten zu können, arbeiten wir nur mit zwei ausgesuchten Produktionsstätten zusammen“, erklärt Lutz Franke, Qualitätsmanager bei mbw. Der TÜV-geprüfte Fachmann für Spielzeugsicherheit weiß: „Unsere Entchen werden oft von Unternehmen als witziges und ausgefallenes Werbegeschenk in Auftrag gegeben, doch früher oder später landet so manches Mitglied der Schnabels-Familie sicher auch in Kinderhänden. Spätestens dann ist entscheidend, dass man mit den Entchen bedenkenlos quietschen und baden kann.“ Zu fast jedem Hobby und Beruf gibt es die passende Ente. Kundenspezifische Modelle können bereits ab 2.000 Stück zeitnah und kostengünstig umgesetzt werden. Als Alternative zu den weichen Quietschetieren bietet mbw auch Sonderanfertigungen aus Hartplastik an. Diese eignen sich besonders gut für filigrane Figuren und Schlüsselanhänger. [www.mbw.sh](http://www.mbw.sh)



Lutz Franke, Qualitätsmanager bei mbw, präsentiert stolz das Zertifikat für den neuen Qualitätsstandard.





**STOLLEN-AUS-DRESDEN.DE**

# TRADITION VERPFLICHTET

Dresdner Stollen® als hochwertige und handgefertigte Weihnachtsgabe im individuellen Look: Dass dieses Werbeprodukt auch für moderne, internationale Firmen interessant ist, beweist das Dresdner Unternehmen KSI International.

**D**er DRESDNER STOLLEN® ist deutschlandweit und über die Landesgrenzen hinaus neben Lebkuchen und Baumkuchen das wohl bekannteste Weihnachtsgebäck mit traditionellem Hintergrund und einer weit zurückreichenden Historie. In Dresden erschien der Begriff „Christstollen“ erstmals im Jahr 1474 auf einer Rechnung an den Dresdner Hof. Seit jeher hat sich die einzigartige Backform des Christstollens nicht verändert und erinnert noch

heute an das gewickelte Christkind, so erklärt sich auch der weiße Puderzucker.

#### TRADITION KOMMT AN

Dass das traditionelle Meisterwerk der Backkunst auch in Zeiten von Smartphones, Powerbanks und Apps bei Mitarbeitern und Kunden punkten kann, beweist sich jedes Jahr aufs Neue. KSI International hat es geschafft ein traditionelles Produkt wie den DRESDNER STOLLEN® modern zu vermarkten und zu einem

individuellen und unverwechselbaren Geschenk für Firmen und deren Mitarbeiter sowie Kunden zu entwickeln. Seit 2007 produziert die junge Firma handgefertigten DRESDNER STOLLEN® und andere Sorten wie Marzipanstollen, Mandelstollen oder Cranberry-Stollen und passt das Präsent an die Bedürfnisse der Firmen an – mal etwas moderner, mal ganz klassisch. Bei der Gestaltung sind hier fast keine Grenzen gesetzt. Auch die Konfektionierung von hochwertigen Präsent-Sets, bestehend aus Stollen und Sekt, Glühwein, Tee oder individuell nach Kundenwunsch gehört zur Tagesordnung.

#### HANDGEFERTIGT NACH ORIGINALREZEPTEN

Für den gesamten Herstellungsprozess des DRESDNER STOLLENS®, von der Verwendung der Zutaten bis hin zur perfekten Backzeit und dem anschließenden Lagerungsprozess des Stollens, bedarf es eines hohen Maßes an Erfahrung, Abstimmung und Fingerspitzengefühl. Dabei wird jeder Stollen von Hand geknetet, geformt, gebacken, gebuttert, gezuckert und schließlich verpackt – individuell nach Kundenwunsch in hochwertigen Kartonagen, Geschenkdosen oder edlen Holzkisten, sowie Stollenbänderchen. Diese hochwertige Herstellung hat natürlich Ihren Preis und ist nicht mit dem herkömmlichen Supermarkt-Industriestollen zu vergleichen. Als einziger Produzent von individuellen, handgefertigten DRESDNER STOLLEN® hat KSI International bereits zu vielen Händlern eine langjährige Geschäftsbeziehung aufgebaut. Aufgrund der positiven Resonanz der Endabnehmer bestellen viele Partner in Treue und Vertrauen jährlich wieder.

#### EXKLUSIVER FIRMENSERVICE

Traditionell beginnt KSI International ab Ende August mit der Produktion, so dass der DRESDNER STOLLEN®, wie auch andere Stollen aus eigener Produktion ab Mitte September geliefert werden können. KSI International unterstützt die Handelspartner bei Beratung, Grafik und Layout, bis hin zur Versandabwicklung. Nähere Informationen unter: [info@stollen-aus-dresden.de](mailto:info@stollen-aus-dresden.de) – [www.stollen-aus-dresden.de](http://www.stollen-aus-dresden.de) <

Gemeinsam erreichen wir mehr!



Bundesverband der  
Werbemittel-Berater  
und -Großhändler e.V.

Allen Ausstellern, Fachbesuchern und Dienstleistern:

**Herzlichen Dank**

für eine erfolgreiche **TREND 2014!**

a bwg production

**TREND  
2014**

**TRENDS**  
in **HOLLYWOOD**

**TREND  
2014**

Joachim Schulz  
Vorstandsvorsitzender

Carsten Lenz  
Vorstand

Mirco Häblich  
Vorstand





## S&P WERBEARTIKEL

# SPITZENTENNIS TRIFFT WERBEARTIKEL

Mit der Idee, seine Hausmesse im Rahmen des hochkarätigen Profi-Tennisturniers ATP Maserati Challenger zu veranstalten, hat S&P Werbeartikel Neuland betreten – und konnte sofort Erfolg verbuchen. Denn das Konzept, Spitzensport, Werbeartikel und Merchandising in einem Sportevent zusammenzubringen, ist aufgegangen. Ein Überblick über eine spannende Veranstaltung mit vielen Facetten.

Vom 9. bis 15. August schlugen die Profi-Spieler im Herrentennis beim ATP Maserati Challenger im Sportpark Biederich in Meerbusch auf. Die Veranstaltung des Weltverbandes ATP ist das ranghöchste Challenger-Turnier in Deutschland. S&P war offizieller Partner des Turniers, das so-

zusagen vor der Haustür des in Meerbusch ansässigen Werbeartikelunternehmens ausgetragen wurde. Was lag da näher, als das Merchandising in die Hand zu nehmen? „Wir kümmern uns professionell um die Entwicklung und den Vertrieb der Merchandising-Produkte für den Event. Die ge-

samte Kollektion, die Standardprodukte wie auch höherwertige Artikel umfasst, ist nicht nur während der Turnierwoche auf der Anlage zu sehen und zu erwerben, sondern sie wird auch das ganze Jahr über vom Veranstalter angeboten“, erklärt S&P-Inhaber Carsten Lenz.

### HAUSMESSE IN EXKLUSIVEM RAHMEN

Doch allein mit ihrer Rolle als Merchandising-Lieferanten gaben sich Lenz und sein Vertriebsleiter Daniel Meffert nicht zufrieden und suchten nach Möglichkeiten, die Veranstaltung für ihr eigenes Marketing zu nutzen. Der exklusive Rahmen des Spitzensport-Ereignisses, bei dem mit Sportlern, Zuschauern, Sponsoren, Betreuern und Organisatoren eine Menge Teilnehmer zusammengekommen waren, bot sich geradezu an, um Werbeartikeln eine angemessene Bühne zu bieten. Deswegen lud S&P 15 seiner Top-Lieferanten dazu ein, eine abwechslungsreiche Produktpalette zusammenzustellen und am 14. August am Rande der Courts zu präsentieren. Ursprünglich sollte die Hausmesse auf dem gepflegten Rasen neben den Plätzen



S&P-Verkaufsleiter Daniel Meffert (re.) führte die Kunden durch die Messe.



Immer im Mittelpunkt: Gastgeber und S&P-Inhaber Carsten Lenz (Mitte).



Das Tennisgelände war Open-Air-Showroom für die Luxuskarossen von Maserati.



und werbewirksam platzierten Luxuskarossen des Hauptsponsors Maserati stattfinden. Wegen des recht kalten Schauerwetters wurde die Ausstellung jedoch kurzerhand in die Tennishalle verlegt. Gleich nebenan lag der Betreuungs- und Aufwärmbereich für die Spieler, so dass Besucher wie Aussteller die Turnier-Atmosphäre hautnah erlebten. Dass sie sich nicht nur über Werbeartikel informieren, sondern ganz nebenbei auch die Spiele verfolgen konnten, war ein toller Erlebnis-Mehrwert für die S&P-Kunden.

**WERBUNG FÜR DEN WERBEARTIKEL**

„Die Kombination zwischen Sportevent und Hausmesse hat es uns ermöglicht, allen Teilnehmern der Veranstaltung die ganze Bandbreite der Werbeartikel vorzuführen und zu zeigen, wie sie professionell eingesetzt werden“, resümieren Lenz und Meffert. Die Ausweitung der Besucherzielgrup-

pe über die geladenen S&P-Kunden hinaus hat also die unterschiedlichsten Teilnehmer ungewollt mit Werbeartikeln in Kontakt gebracht. Daniel Meffert als Vorsitzender der regionalen Mittelstandsvereinigung der CDU ist es gelungen, Vertreter von Politik, Verbänden, Vereinen, Sponsoren und Unternehmen der Region in die Halle zu holen. Sie bummelten interessiert zwischen den Ständen und ließen sich Produkte zeigen und erklären – sogar noch während der Abendveranstaltung. Eine bessere Imagewerbung kann sich die Branche kaum wünschen. „Unser Ziel war es, die Kunden für die Produkte zu begeistern und ihnen Alternativen zu den anonymen Bestellkanälen aufzuzeigen. Der persönliche Kontakt ist unersetzlich. Nur so können wir gemeinsam mit unseren Lieferanten Werte wie Qualität und Kreativität vermitteln“, erklärte Carsten Lenz.

**ABENDEVENT MIT TIEFGANG**

Nach dem Match des Tages hatte das Team von S&P Werbeartikel zur ATP Business Night eingeladen. Networking, Live-Musik und eine Charity-Tombola waren die Zutaten des gelungenen Abends. Zum Auftakt diskutierten Vertreter von Sport und Wirtschaft über Sportsponsoring – eine hochinteressante Podiumsdiskussion, gekonnt moderiert von Daniel Meffert. Fazit der Runde: Sponsoring kann auch für den Mittelstand ein wirksames Marketingtool sein. Voraussetzung ist ein strategisches Konzept, das auf den schrittweisen Aufbau von Vertrauen zwischen den Partnern abzielt. Um wirklich zu überzeugen, müssen Unternehmen ihr Engagement perfekt auf ihre Zielgruppe und die passende Sportart abstimmen.

[www.sp-werbemittel.de](http://www.sp-werbemittel.de)





# VIVA PLUS



● OUR NEW HEADQUARTERS

## new models 2014



Welcome to our webgallery:  
[www.vivapens.eu](http://www.vivapens.eu)

Please visit our website:  
[www.vivaplus.pl](http://www.vivaplus.pl)



Company Viva Plus is a leader in the polish promotional pens market with the highest annual sales. We are also successful on the foreign markets, selling to over 50 countries all over the world and exhibiting annually at the European fairs. High quality products and services ensure us to achieve a leading position in the market and the growing product range is appreciated by a wide range of customers. We are one of the fastest growing companies. Currently 80 people are employed in our company, and due to continued investments in development of the company we plan to create new workplaces. We systematically introduce new models of both plastic and metal pens, that makes our selection extremely attractive. We invite you to familiarize yourself with our offer and to visit our webgallery [www.vivapens.eu](http://www.vivapens.eu)



● INJECTION MOULDING MACHINES



● SALES DEPARTMENT



● WAREHOUSE



● EXPORT SALES DEPARTMENT



● LASER WORKSHOP



● PRINTING HOUSE

## EXPORT SALES DEPARTMENT



**Sandra LASKOWSKA**  
 Export sales executive  
 +48 32 732 16 33  
 west2@vivapens.pl



**Martyna DOBEK**  
 Export sales executive  
 +48 32 732 16 15  
 export5@vivapens.pl



**Danuta MIKLASZEWSKA**  
 Export sales executive  
 +48 32 732 16 36  
 west@vivapens.pl



**Robert SCHINDLER**  
 Export sales executive  
 +48 32 732 16 37  
 export2@vivapens.pl



**Yanina POZNYAKOVA**  
 Export sales executive  
 +48 32 732 16 39  
 export@vivapens.pl



**Aleksandra LORENOWICZ**  
 Export sales executive  
 +48 32 732 16 47  
 export3@vivapens.pl

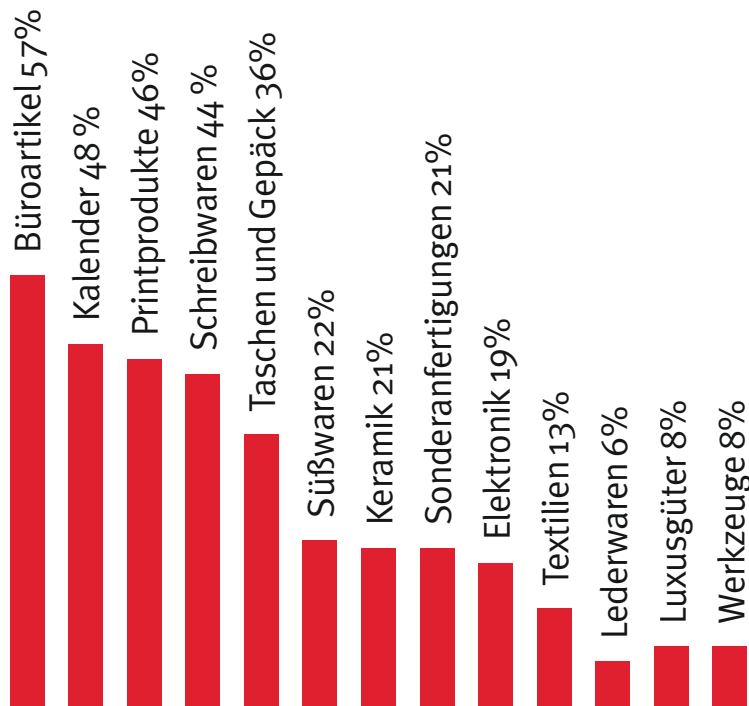


**Tomasz JANCZUR**  
 Export sales executive  
 +48 32 732 16 49  
 export4@vivapens.pl



**Jacek PRZYBYŁOWSKI**  
 Export sales executive  
 +48 32 732 16 44  
 export6@vivapens.pl

## Welche Produktgruppen setzen Sie am häufigsten ein?



(Mehrfachnennungen möglich)  
In Prozent (gerundet)  
Quelle: PIAP 2014

### POLNISCHER WERBEARTIKELMARKT

# WERBEARTIKEL HOCH GESCHÄTZT

Werbeartikel sind effektive und attraktive Werbemedien. Zu dieser Einschätzung kommen 81 Prozent der in der aktuellen Studie des polnischen Branchenverbands PIAP befragten Marketingverantwortlichen. Damit bestätigte die dritte Auflage der Befragung erneut die Bedeutung von Werbeartikeln im Rahmen der Marktkommunikation in Polen.

Nach 2010 und 2012 hat der polnische Verband PIAP im Sommer seine dritte Marktstudie veröffentlicht. Eines der wichtigsten Ergebnisse ist, dass Werbe-

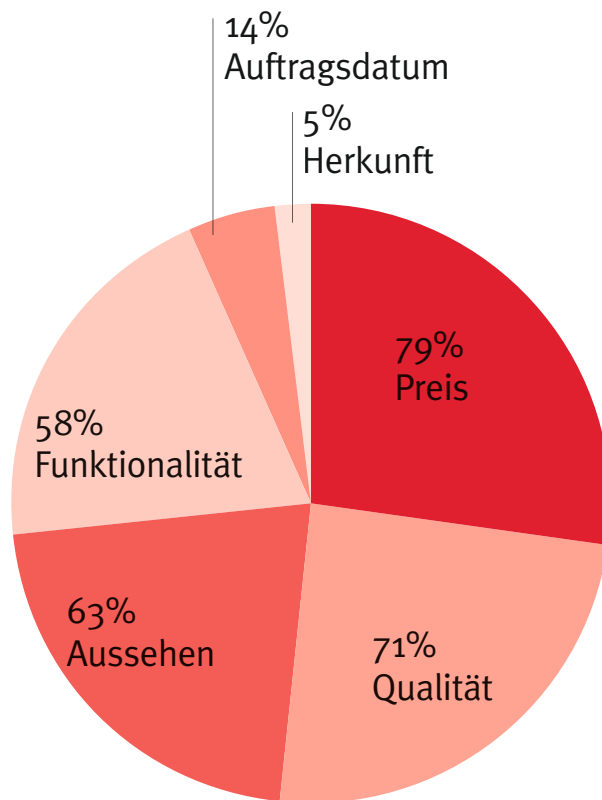
artikel und kleine Geschenke von Endkunden und Marketingentscheidern als wichtige, kostengünstige und sehr effektive Marketingtools einen hohen Stellenwert

besitzen. Bei der Frage nach dem effektivsten und kostengünstigsten Werbeinstrument steht der Werbeartikel auf Platz zwei hinter Internetwerbung. Damit bescheinigt die polnische werbetreibende Industrie dem Werbeartikel ein hervorragendes Kosten-Nutzen-Verhältnis. Hierzu passt auch, dass 84 Prozent der Befragten Werbeartikel als geeignetes Instrument betrachten, um das Image ihres Unternehmens aufzubauen und aufzuwerten.

#### ERHÖHUNG DER WERBEAUSGABEN

Zunächst wurde nach der Veränderung der Werbeausgaben gegenüber dem Vorjahr gefragt. 46 Prozent der Befragten haben 2014 ihre Werbeausgaben erhöht. Rund 24 Prozent gaben weniger aus, bei 30 Prozent blieb das Budget konstant. Sehr interessant ist auch die Entwicklung der Budgets nach Größenklassen von 2013 zu 2014 sowie die für 2015 abgefragte Vorausschau.

## Welche Kriterien legen Sie bei der Auswahl von Werbeartikeln zugrunde?



(Mehrfachnennungen möglich)  
In Prozent (gerundet)  
Quelle: PIAP 2014

Demnach hat sich der Anteil der kleinen Budgets bis 5000 PLN (etwa 1193 Euro) von 42,8 Prozent auf 35,9 Prozent verringert, und zwar zugunsten der nächst größeren Budgetklasse zwischen 5000 und 10.000 PLN (etwa 1193 bis 2386 Euro, Kurse vom 8.9.2014). Auch in der Prognose für 2015 setzt sich dieser Trend fort. Anders ausgedrückt: Wer Werbeartikel einsetzt, hatte 2014 mehr Mittel zur Verfügung als noch 2013. Demnach hat die Branche entsprechend häufiger Kunden mit mittleren Budgets zu bedienen.

### PREIS UND QUALITÄT ALS AUSWAHL

Nach welchen Kriterien gehen die Verantwortlichen bei der Auswahl von Werbeartikeln vor? Mit rund 80 Prozent der Nennungen der ist der Preis der wichtigste Anhaltspunkt bei der Entscheidung für ein Produkt, dicht gefolgt von der Qualität (71 Prozent). Im Vorjahr hatte sich eine genau

umgekehrte Wertung ergeben. Als weitere wichtige Entscheidungskriterien wurden das Aussehen der Produkte (63 Prozent) sowie die Funktionalität (58 Prozent) genannt. Hätten sie die freie Wahl, würden sich 57 Prozent der Befragten für Produkte polnischen Ursprungs entscheiden. Ansonsten spielt die Herkunft der Produkte eine untergeordnete Rolle.

### BÜROARTIKEL UND KALENDER GANZ VORNE

Das Ranking der am meisten eingesetzten Produktgruppen zeigt klare Schwerpunkte in den Bereichen Büroartikel, Kalender, Printprodukte, Schreibwaren und Taschen. Interessant ist hier, dass in Polen Printprodukte wie Flyer, Broschüren und Handzettel als Below the Line-Werbemittel ebenfalls als gegenständliche Werbeträger gelten und in dieser Branchenstudie mit erfasst wurden. Sie nehmen den

beachtlichen dritten Platz unter den am meisten eingesetzten Werbemedien ein. Werkzeug, Lederwaren und Luxusprodukte stehen am Ende der Skala. Die am häufigsten genannten Anlässe, zu denen Werbeartikel zum Einsatz kommen, sind Weihnachten, ein Dankeschön für Geschäftspartner sowie Messen und Events (in der genannten Reihenfolge).

### OPTIMISTISCH IN DIE ZUKUNFT

„Die Hauptaussagen der Studie lassen optimistische Ausblicke auf die Situation der polnischen Werbeartikelindustrie zu“, resümiert PIAP-Präsident Tomasz Chwilowicz. Er bezeichnet die Ergebnisse als wertvolle Informationsquelle sowohl für die Branche als auch für alle, die über Werbebudgets zu entscheiden haben.

[www.piap-org.pl](http://www.piap-org.pl)





## POLEN: EIN MARKT MIT POTENZIAL

Das PSI Journal fragte einige Unternehmer wie sie den Markt wahrnehmen. Die Einschätzungen sind überwiegend positiv.



Maciej Mackowiak, Promo Notes

„Die Bedingungen im europäischen Werbeartikelgeschäft sind härter geworden.“

**W**enn ich auf das erste halbe Jahr 2014 zurückblicke, sind die Ergebnisse noch positiv. Allerdings sind die Bedingungen im europäischen Werbeartikelgeschäft härter geworden. Unter anderem spielt für uns die Situation in der Pharmabranche eine nicht zu unterschätzende Rolle: Viele unserer ehemaligen Kunden aus der Pharmaindustrie ordern seit Beginn des Jahres überhaupt keine Werbeartikel mehr, und das gilt auch für Polen.

### ÜBERSCHAUBARES WACHSTUM DER MÄRKTE

Leider haben wir zu wenige solide Marktdaten, was den polnischen Werbeartikelmarkt betrifft. Wenn ich jedoch auf die letzten Jahre zurückblicke, stelle ich ein eher kleines und recht langsames Wachstum der Werbeartikelumsätze fest. Deswegen hoffe ich sehr, dass sich das kommende Weihnachtsgeschäft zufriedenstellend entwickelt. Ich wünsche mir vor allem

auch einige schöne Aufträge vom polnischen Handel.

### GUTE UMSÄTZE ÜBER DEN HANDEL

In der letzten Zeit habe ich einen höheren Nachfrage seitens des Werbeartikelhandels registriert, während die Industriekunden eher zurückhaltend waren. Hierzu muss ich kurz erklären, dass wir in Polen nicht nur über den professionellen Handel, sondern auch an Endkunden verkaufen. Unser Markt ist so strukturiert. Ich hoffe, sehr, dass auch die Industrie in den nächsten Monaten aktiver wird. Ich freue mich sehr, dass zurzeit Kalender und Notizbücher sehr gut laufen. Damit stehen wir auch mit denjenigen Produktgruppen gut da, die außerhalb unseres Kerngeschäfts mit Haftnotizen liegen.

Zurzeit verfolge ich zwei Ziele: zum einen die stetige Weiterentwicklung unserer Produktion und zum anderen die Erhöhung des Serviceniveaus. <



Wojtek Pawlowski, badge4u

„Im laufenden Jahr haben wir uns einen Umsatzanstieg von 30 Prozent für den polnischen Markt zum Ziel gesetzt.“

Die Wirtschaftskrise scheint endlich vorüber zu sein und unsere Einschätzung der Marktentwicklung in diesem Jahr fällt entsprechend positiv aus. Immer mehr Kunden finden unser Angebot attraktiv: Wir verzeichnen einen signifikanten Anstieg der geordneten Mengen sowie des Verkaufsvolumens.

**VERSTÄRKTE NACHFRAGE**

Unser Basis-Produkt, der Button, ist nicht nur ein maßgeschneidertes Werbemedium, sondern ist auch Teil eines modischen Erscheinungsbildes. Auch bei unseren anderen Produkten, zum Beispiel Smartphone- und Tablet-Zubehör wie Bildschirmreinigern und diversen Hüllen, verzeichnen wir verstärkte Nachfrage und einen Anstieg der Verkaufszahlen. Die Kunden sind jedoch recht anspruchsvoll und verlangen hohe Produktqualität und kurze Lieferzeiten.

Im laufenden Jahr haben wir uns einen Umsatzanstieg von 30 Prozent für den polnischen Markt zum Ziel gesetzt. Das erscheint realistisch, wenn man den hervorragenden Verlauf des ersten Halbjahrs zugrunde legt. Zudem wollen wir unser Lager vergrößern und in neue Maschinen und Drucker investieren.

**QUALITÄTSSTANDARDS WICHTIG**

Wir wickeln unsere Aufträge nach den Qualitätsstandards ISO 9001, ISO 14001 und OHSAS ab – so erreichen wir beste Produktqualität, schnelle Auslieferung und größtmögliche Kundenzufriedenheit. <



Artur Owczarski, CITRON

„Ich schaue sehr zuversichtlich in die Zukunft, zumal sich der Export sehr gut entwickelt.“

2009 zum ersten Mal aufgetaucht. Anfang 2009 hat das Werbeartikelgeschäft in Polen einen richtig großen Einbruch erlebt, im Zuge dessen die großen Lieferanten viel Umsatz verloren haben. Danach hat sich die Wirtschaft erholt und Polen steht innerhalb Europas sehr gut da, damit meine ich, dass die Lage noch nie wirklich schlecht war. Natürlich könnte es immer auch besser sein, aber das ist überall so.

**KUNDE WIRD ANSPRUCHSVOLLER**

Auch 2013 hatten wir einen kleineren Rückgang, aber 2014 hat für uns (und sicher auch für andere Unternehmen) einen Aufschwung gebracht. Die Auftragszahlen und Umsätze steigen, ich schaue sehr zuversichtlich in die Zukunft, zumal sich der Export sehr gut entwickelt. Unsere Produkte erreichen inzwischen Kunden in 18 Ländern und wir rechnen mit weiterem Wachstum im internationalen Geschäft. Dabei ist sicher auch von Bedeutung, dass wir die Produktion verbessert und neue Maschinen für die Veredlung sowie für die Konfektionierung von Powerbanks in Betrieb genommen haben. USB-Sticks

sind unser Hauptprodukt, davon haben wir im letzten Jahr viele Millionen Stück verkauft. Das ist unser Kerngeschäft und diese Produkte werden immer beliebter. Aber der Kunde wird auch anspruchsvoller: Er wünscht sich mehr Service, schnellere Veredlung und kurzfristige Lieferung. Entsprechend arbeiten wir daran, diese Wünsche zu erfüllen.

**PRODUKTENTWICKLUNG WICHTIG**

Dieses Jahr ist wirklich erstaunlich gut gelaufen. Wir haben uns eine Menge Ziele gesetzt und alle sind bereits auf dem Weg zur Verwirklichung: Mehr Mitarbeiter, mehr Maschinen, raffiniertere Produkte. Wir haben viel Zeit und Energie in die Produktentwicklung investiert und konzentrieren uns zudem auf den Ausbau des internationalen Geschäfts. Wir treffen uns mit Kunden aus vielen Ländern, um ihre Wünsche und Bedürfnisse zu eruieren. Zudem haben wir zahlreiche Marketingaktivitäten gestartet und gute Kontakte aufgebaut. Dennoch vergessen wir nicht unsere Wurzeln und kümmern uns nach wie vor auch intensiv um den polnischen Markt. <

Das Wort „Krise“ war in den letzten Jahren einer der am häufigsten gebrauchten Begriffe und ist in Polen etwa



Marcin Parzyszek, Slodkie Upominki

„Seit der Gründung vor 15 Jahren haben wir intensiv daran gearbeitet, unser Unternehmen weiterzuentwickeln und damit auch den Markt, den wir mit aufgebaut haben.“

Das vergangene Jahr war ein entscheidendes Jahr für uns: Im Februar 2013 bezogen wir unsere neue Firmenzentrale mit drei neuen, hoch leistungsfähigen Pro-

duktionsanlagen: Zwei für Süßigkeiten und Lutscher und eine für Pralinen. Die Produktion in den neuen Betriebsgebäuden mit unserer eigenen Technologie stärkt unsere Wettbewerbsfähigkeit und ermöglicht dynamische Entwicklung: Wir kreieren laufend neue Rezepte und neue Geschmacksrichtungen. Es gibt neuerdings auch Bonbons, die echten Kaffee enthalten und Multivitamin-Bonbons mit ACE-Vitaminen. Nicht zuletzt dank unserer technischen Ausstattung haben wir uns eine führende Stellung im polnischen Markt für Werbe-süßigkeiten erarbeitet. Auch auf dem europäischen Markt konnten wir unsere Position Jahr für Jahr verbessern.

#### NATÜRLICHE FARBEN UND AROMEN

Wir sind im Bereich Süßwaren sowohl im Werbeartikelmarkt als auch im Fachhandel tätig und beobachten ständig die Trends, die in beiden Märkten relevant werden. Wir haben festgestellt, dass der Verbraucher zunehmend Wert auf natürliche Farben und Aromen legt. Im Werbebereich gewinnt der Einsatz von Firmenfarben zur Individualisierung der Produkte – neben dem Druck – immer mehr an Bedeutung. In allen genannten Punkten können wir



mit unseren Produkten den Wünschen der Kunden nachkommen: Kekse und Schokolinsen zum Beispiel können mit einer neuen, von uns entwickelten Food Print Technology direkt bedruckt werden.

#### KAPAZITÄTEN VERDREIFACHT

Unser Ziel für die nächste Zeit ist es, das Sortiment an Schoko-Produkten zu erweitern. Die neuen Produktionslinien machen es möglich, die Kapazitäten zu verdreifachen, so dass wir mehr Aufträge abwickeln können. Das ist besonders im Jahresendgeschäft wichtig. Gerade planen wir die Fertigung von Neapolitaner Waffeln und die Herstellung von Adventskalendern und größeren Schokoladeteilen sowie individuellen Schokoladeformen. <





Benita Kluzniak, Viva-Plus

„Auch die Größten und Besten in der Branche bekommen Probleme, wenn sie keine neuen Produkte vorstellen.“

Die Entwicklung des polnischen Werbemittelmarkts ist nach einem jahrelangen Wachstum 2013 ins Stocken geraten. Der Rückgang betrifft aber vor allem kleine Unternehmen, die keine feste Position auf dem Markt haben und auch Firmen, die erst mit dem Import angefangen haben. Unsere Firma hat die Marktposition seit den 90er Jahren ausgebaut. Jetzt ist VIVA PLUS ein Branchenleader im Verkauf von Werbekugelschreibern in Polen. Jedes Jahr verzeichnen wir Wachstum der Umsätze. Die Firma hat viel in einen modernen Maschinenpark investiert und macht auch durch innovatives Design der Produkte verstärkt auf sich aufmerksam – ein großer Vorteil. Wir exportieren auch seit mehreren Jahren, im Moment verkaufen wir in mehr als 40 Länder. Wir vermuten, dass unser Umsatz auch in 2014 wachsen wird und wir uns weiter entwickeln können.

**WICHTIG: PREIS-LEISTUNGS-**

**VERHÄLTNIS UND LIEFERFÄHIGKEIT**

Die Anforderungen der Kunden steigen jedes Jahr: Sie sind immer auf der Suche

nach Produkten guter Qualität mit einem außergewöhnlichen Design. Die Zeiten, dass identische Produkte von mehreren Importeuren angeboten werden, sind vorbei. Auch der Preis ist schon nicht mehr am wichtigsten für den polnischen Kunden. Was immer zählt, ist das Verhältnis von Preis und Qualität, ebenso wichtig ist die Verfügbarkeit. Manchmal werden große Mengen bestellt und der Kunde will die Ware ein paar Tage später haben. Das können nur die größten Lieferanten und Firmen mit großen Lagerbeständen leisten. Auch die Zahl der neuen Modelle ist von Bedeutung: Die Geschichte zeigt deutlich, dass sogar die Größten und Besten in der Branche auch in Probleme geraten, wenn sie keine neuen Produkte vorstellen. Wir finden, dass die steigenden Anforderungen der Kunden eine riesige Chance für uns bedeuten.

**PRODUKTE FÜR DEN EUROPÄISCHEN MARKT PATENTIERT**

Bedeutend für den polnischen Markt war bestimmt auch die Wirtschaftskrise von 2008. Laut den alten Prinzipien werden

nur die Besten nach einer Krise fortbestehen. Wir sind seit 2008 rasch vorangegangen, haben neue Märkte erschlossen und unser Umsatz ist deutlich gestiegen. Wenn es um Trends geht, haben wir immer die Nase vorn gehabt und wollten auch immer den Ansprüchen unserer Kunden entgegenkommen und den besten Service anbieten. Wir haben auch alle unsere Produkte für den europäischen Markt patentieren lassen.

**HAUPTZIEL EXPORT**

Wir sind zu einem großen Player auf dem europäischen Markt geworden, deswegen betreffen unsere Ziele den Export. Am wichtigsten ist es für uns, die Marke VIVAPENS in allen europäischen Ländern zu etablieren. Unser Ziel ist auch eine Verdoppelung des Umsatzwachstums innerhalb von fünf Jahren. Jedes Jahr stellen wir mehrere neue Modelle vor, wir investieren viel in moderne Maschinen und legen auch viel Wert auf perfekten Kundenservice. <





# VERKAUFSFÖRDERUNG UND STREUARTIKEL GEZIELT GESTREUT

Dass Streuartikel oder Give-aways bei kluger Einbindung in eine intelligente Marketingkampagne beachtliche Effekte erzielen können, wissen die Werbeartikelprofis wohl selbst am besten, handelt es sich bei dieser Produktgruppe doch um einen elementaren Bereich der Branche.

**B**evor sich uns jedoch die konkreten Produkte dieser Sektion auf den nächsten Seiten entblättern, an dieser Stelle noch kurz etwas zur Theorie: Die Verkaufsförderung (engl. Sales Promotion) als Teil der Kommunikationspolitik des Marketings fasst alle zeitlich befristeten Aktivitäten mit Aktionscharakter zusammen, die der Aktivierung der Marktbeteiligten (Vertriebsorgane, Händler, Kunden) zur Erhöhung von Verkaufsergebnissen dienen und andere Marketing-Maßnahmen unterstützen. „Während Werbung einen Kaufgrund gibt, bietet Verkaufsförderung einen Anreiz, den Kaufakt zu vollziehen oder voranzutreiben.“ (Kotler/Bliemel 2004) Die von der Werbeartikelwirtschaft generierten Streuartikel spielen auf diesem Gebiet eine bedeutende Rolle. Schön gestaltet, ausgestattet mit einem sinnvollen Nutzen und stringent eingesetzt vermögen sie effiziente wie nachhaltige Wirkung zu entfalten. <

## FÜR KLEINE GRÜSSE ZWISCHENDURCH

**M**it seinen Sticker-Haftnotizen bietet Giving Europe für den kleinen Werbegruß zwischendurch ein interessantes und wandlungsfähiges Produkt. Die Sticker gibt es als Streifen mit fünf verschiedenen Farben zu je 20 Stück in einer kurzen, flachen Verpackung. Diese ist besonders kreativ gestaltet, denn die Notizstreifen sind geschützt untergebracht, ohne den Blick auf die verwendete Farbe zu verwehren. Die Haftnotizen sind in vier trendigen Farben mit individuellem Druck lieferbar. Eine Werbeanbringung im Tampon- oder Digitaldruck auf der Rückseite (auch als Visitenkarte) ist möglich.

45737 • Giving Europe GmbH • Tel +49 421 5965970

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

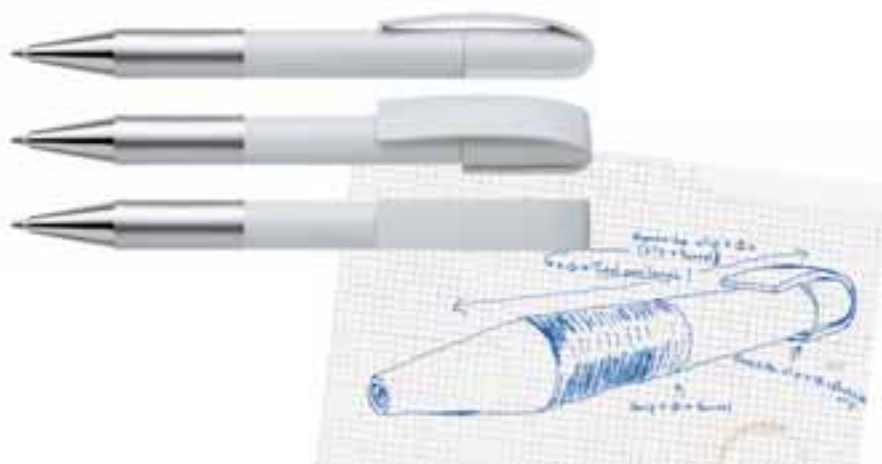


## STIFT IM GOLDENEN SCHNITT

**D**as Design des Kugelschreibermodells „Phi“ von Jaan Ingel folgt dem sogenannten Goldenen Schnitt, der auch als göttliche Proportion bezeichnet wird. Kunstwerke wie die „Mona Lisa“ und der „Vitruvianische Mensch“ dienen als Inspirationsquelle für das Design. Jeder einzelne Teil des Schreibgerätes wird mit denselben Proportionen gestaltet und so entsteht als Ergebnis ganz selbstverständlich ein wahres Meisterwerk. Das Modell „Phi“ ist als Kugelschreiber oder Gelschreiber in verschiedenen Ausführungen erhältlich. Der große Durchmesser sorgt nicht nur für höchsten Schreibkomfort, sondern auch für ganz viel Platz für Werbung.

44898 • Jaan Ingel AB • Tel +46 8 6300140

order@inglisweden.com • www.inglisweden.com



MM Brown Deutschland GmbH

Eschborner Landstr. 55

60489 Frankfurt a/M

Tel: +49 (0)69 254 271 27

Fax: +49 (0)69 975 392 680

Email: verkauf@chocolissimo.de



## BACKEN GEHÖRT ZUM FEST

**D**as Backen zur Weihnachtszeit hat in vielen Familien Tradition. Besonders die Kinder freuen sich über das handliche Back-Set von Multiflower, das alle Utensilien für die Plätzchenbäckerei enthält. Mit dabei ist eine Teigrolle, ein Backpinsel, ein Rührlöffel, drei Ausstechförmchen (Herz, Stern, Tannenbaum) und ein Filzsäckchen mit Grußkarten und Rezept. Der Werbeeindruck ist auf dem Standardmotiv des Anhängerkärtchens möglich. Alternativ bietet Multiflower auch die eigene Gestaltung des Kärtchens ab 250 Stück an.

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560

info@multiflower.de • www.multiflower.de



## IN DER KOMBINATION EINFACH STARK

**E**in hochwertiges Schreibset, eine gute Flasche Wein oder die edlen Pralinen – Dorling Kindersley bietet wertige Einzelartikel als Werbeartikel-Sets an – je in Kombination mit dem passenden Buch. Ein Kalligraphie-Buch, ein Wein-Ratgeber oder ein Kochbuch mit passenden Rezepten für die kulinarische Begleitung passen thematisch dazu und wirken im Kombi-Set noch hochwertiger. Das Buch kann jeweils mit einem Firmenlogo versehen oder individuell konzipiert werden. Format, Ausstattung und Inhalt können je nach Wunsch angepasst werden.

48489 • Dorling Kindersley Verlag GmbH • Tel +49 89 442326220

oliver.rehme@dk-germany.de • www.dorlingkindersley.de

## SÜSSE KOMMUNIKATIONSHILFE

**W**em einfache Grußkarten langweilig sind, kann jetzt auf die neue Storck Sweet Communication von Kalfany Süße Werbung zurückgreifen und damit auch gleich Qualitätsbewusstsein vermitteln. Die praktische Papierfaltkarte im Format 75 x 100 Millimeter wird mit einer personalisierten Werbebotschaft oder einem Logo versehen und mit unterschiedlichen Storck-Marken bestückt. Egal ob mit Werther's Original, Durchbeißer, Riesen oder Merci Petits – Kunden werden sich über diese süße Botschaft freuen. Der Anbieter verpackt in eigener IFS-zertifizierter Herstellung die süßen Naschereien in der kompakten, individuell gestalteten Sichtverpackung.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH • Tel +49 7643 8010

info@kalfany-suesse-werbung.de • www.kalfany-suesse-werbung.de



[www.tln-trader.de](http://www.tln-trader.de)

Der Shop nur für  
Händler und Agenturen

Alle Eröffnungsaufträge erhalten den Druck beidseitig gratis!



◀ Display Cleaner



◀ USB Sticks  
gratis Branding  
schnelle Lieferzeit  
10 Jahre Garantie  
Markenspeicher



◀ Powerbanks  
der schnelle Strom für unterwegs



◀ Sonderanfertigungen  
USB-Sticks und Zubehör  
Anhänger  
Gravuren  
nach Kundenwunsch



◀ Lanyards / Filzartikel  
individuell bedruckt...

**REGISTRIEREN & GEWINNEN**

Jetzt auf [www.tln-trader.de](http://www.tln-trader.de) registrieren!  
Unter den ersten 100 Anmeldungen  
verlosen wir ein **Apple iPad, 16 GB, WiFi.**

\*Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

[www.tln-trader.de](http://www.tln-trader.de)

TLN Trade Company GmbH  
Werbemittel & Produktion  
Mainz | Vancouver | ShenZhen

Robert-Koch-Straße 35  
55129 Mainz  
Germany  
Telefon: +49 (0)6131 69301-0  
Telefax: +49 (0)6131 69301-10

PSI Supplier 47186  
WEEE-Reg-Nr. DE 78250884  
Amtsgericht Mainz HRB 8759  
USt-IdNr.: DE239929868  
Geschäftsführer: Sascha Thielen

## WEIHNACHTSMANN WIRD ZUM KLEMPNER

**D**er Weihnachtsmann im pinken Mantel oder mit einem Saxofon in den Händen? Der Techniker im Blaumann mit Firmenlogo? Für die Experten bei Kalfany Süße Werbung kein Problem, denn die personalisierbaren Midi Schoko-Hohlfiguren sind auch im Alltag und nicht erst zum Fest einsetzbar. Die Figur wiegt etwa 20 Gramm und passt sich einfach jeder Branche an. Sie wird ganz nach Vorstellungen und Wünschen der Kunden individuell gestaltet und wird so zum ganz besonderen Hingucker.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH • Tel +49 7643 8010  
 info@kalfany-suesse-werbung.de • www.kalfany-suesse-werbung.de



## MAXI-WIRKUNG IM MINI-FORMAT

**D**er XS-Adventskalender ist der Kleinste seiner Art von Jung und schlägt die größten Wellen. Der Adventskalender wird mit 24 Brandt-Knusperkugeln oder mit 24 Gubor-Knusperkugeln (weiße Schokolade oder Zartbitterschokolade gemischt) befüllt. Der handliche Countdownner in Vollkartonhülle zum Preis von knapp über einem Euro wird vierfarbig im Digitaldruck schon ab 330 Stück angeboten. Mit den beiden starken Marken Brandt und Gubor als Inhalt schafft das werbetreibende Unternehmen zudem Vertrauen und Sympathie zu diesem für alle Einsatzzwecke idealen Give-away. Auch als Mailingverstärker oder Weihnachtskarte, die schon zum 1. Dezember ankommt, verwendbar.

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

## AROMATISCHES GENUSSERLEBNIS

**D**as kleine herzhaft-Überraschungs-Päckchen mit 100 Milliliter extra nativ Olivenöl, 150 Gramm Meersalz in der Mühle, Holzschaufel und 30 Gramm Bruschetta-Gewürzmischung von Multiflower verspricht ein echtes Genusserlebnis. Alles zusammen kommt schön verpackt im Jutesack mit Schleife und Anhängerkärtchen für würzige Grüße zum Adressaten. Platz für den Werbeeindruck ist auf dem Standardmotiv des Kärtchens oder bei eigener Gestaltung ab einer Auflage von 250 Stück.

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





## SCHOKOLADENMÜNZEN VOLL IM TREND

**A**ls Spezialist für Schokoladenmünzen verfügt Stereo Holland Gebäck über eine große Auswahl an Münzen, die individuell mit Logo oder Werbespruch geprägt werden. Die hochwertige Schokolade lässt sich bei großen Events und Kampagnen ebenso einsetzen wie bei Firmenjubiläen oder als großformatige Orden bei Sportveranstaltungen. Großer Beliebtheit bei fast allen Alters- und Zielgruppen erfreuen sich die Schokomünzen im individuellen Netz. Neu im Sortiment sind nach Kundenwunsch gestaltete Schachtelverpackungen für die großen Schokomünzen und Schokoladen-Orden.

45341 • Stereo Holland-Gebäck GmbH & Co. KG. • Tel +49 2431 5094  
info@stereo-holland-gebaeck.de • www.stereo-holland-gebaeck.de



## INDIVIDUELLER WEIHNACHTSGRUSS

**E**in Highlight im neuen Weihnachtskatalog der Jung Bonbonfabrik ist der Modul-Adventskalender gefüllt mit Ritter Sport Quadrettis. Neben dieser beliebten Markenschokolade überrascht seine Flexibilität, denn dieser Kalender bietet dem Werbenden einfach mehr Möglichkeiten: ausgestattet beispielsweise mit drei Modulen mit je sechs Türchen wirkt er 18 Tage lang und kann so ab dem Nikolaustag eingesetzt werden. In der Variante mit fünf Modulen kann der Kalender noch über Weihnachten hinaus bis einen Tag vor Silvester beim Empfänger wirken. Selbst mit einem Modul und dann entsprechend nur sechs Türchen kann er ganz kurz vor dem Fest noch als süßer Weihnachtsgruß statt Karte versendet werden.

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



## BADEN IM WERBE-ERFOLG

**D**er Zielgruppe in der turbulenten Vorweihnachtszeit etwas Ruhe und Entspannung gönnen und dadurch reichlich Sympathie ernten – das ist das erklärte Ziel des Badekonfettis im kleinen Mailing-Briefchen aus dem Hause der emotion factory. Mit einer Werbebotschaft versehen verströmt es angenehmen Vanilleduft und füllt die Badewanne dekorativ mit Sternen in Gelb und Rot. So baden dann beide: Die Empfänger in der Wanne und der Absender im Werbeerfolg.

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

## WEIHNACHTSKUGELN ZUM BADEN

**O**b am Baum oder im Badezimmer, es weihnachtet überall. Die beliebten Badekugeln von Tinti im Vertrieb von Gauger B+A zeigen sich von ihrer festlichen Seite. In der attraktiven Stand- und Hängepackung sind zwei Badekugeln in verschiedenen Farben verpackt. Die bunten Kugeln färben das Badewasser und zaubern leicht sprudelnd lustige Schwammfiguren zum Spielen und Sammeln hervor. Mit Natur- oder Lebensmittelfarben hergestellt und dermatologisch getestet sind Tinti Weihnachtskugeln auch für Kinder mit sensibler Haut geeignet.

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



## DIE STADTENTE MACHT SICH FEIN

**A**b sofort bietet mbw eine ganz neue Möglichkeit der Werbeanbringung auf der bekannten Stadtente aus der Schnabelserie an. Im 4c-Digitaldruck können auch sehr detaillierte Logos auf einer Klebefolie angebracht werden. Die Sticker haben die Maße des rechteckigen Schildes im Format 31 x 22 Millimeter, welches die Stadtente stolz hält.

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





# SCHOKOLADEN - ARTIKEL

Schokomünzen, Schokotäfelchen und Pralinen  
Spezialanfertigung für die Werbung  
– für jeden Anlass der passende Werbeträger –



Schokotäfelchen mit Werbeprägung auf der Folie



Hochwertige Confiserie-Pralinés in bedruckter Holzkiste



**Stereo Holland Gebäck GmbH & Co.**

Robert-Bosch-Straße 14

41844 Wegberg

Telefon 00 49 - 24 31 - 50 94

Telefax 00 49 - 24 31 - 7 27 65

[www.stereo-holland-gebaeck.de](http://www.stereo-holland-gebaeck.de)







## DREI-MONATSKALENDER AUCH ALS APP

**S**chon 1937 hat terminic den Drei-Monatskalender erfunden – jetzt ist der Kalenderhersteller auch der Erste, der ihn als App auf Smartphones und Tablets bringt. Wie beim Print-Klassiker, dem Wandkalender, legt auch die App viel Wert auf eine klare, übersichtliche Darstellung des Kalenders, einfache Bedienbarkeit und einen extra großen Planungszeitraum. Sie bietet unter anderem eine Jahresansicht mit Zoomfunktion und eine innovative Suchfunktion. Außerdem ist ein bundesweiter Ferienkalender integriert. Die App „terminic 3-Monatskalender“ ist im iTunesApp Store für iOS-Geräte und im Google Play Store für alle Android Devices erhältlich.

41308 • terminic GmbH • Tel +49 421 871450  
[info@terminic.de](mailto:info@terminic.de) • [www.terminic.de](http://www.terminic.de)

## STIFT FÜR FINGERSPITZENGEFÜHL

**G**ute Werbung braucht Fingerspitzengefühl. Diesen Anspruch nimmt man beim Schweizer Schreibgerätehersteller Prodir ganz wörtlich. Die Sorgfalt und Liebe zum Detail, mit der der neue DS8 gemacht wird, spürt man beim neuen DS8 Soft-Touch in den Fingerspitzen – hautnah, ohne viel Worte. Die neuen Soft-Touch-Gehäuse sind in Schwarz, Dunkelrot, Blau und Orange lieferbar. Sonderfarben sind ab 10000 Stück möglich. Auf dem Gehäuse lassen sich zwei Druckflächen einfarbig in Schwarz, Weiß oder Silber nutzen. Der Clip kann zusätzlich in bis zu fünf Farben bedruckt werden. Eine Floating Ball-Mine sorgt zudem für ein wunderbar entspanntes Schreibgefühl.

43417 • prodir GmbH • Tel +49 6762 40690  
[sales@prodir.de](mailto:sales@prodir.de) • [www.prodir.com](http://www.prodir.com)



## DA GEHT DER SCHLÜSSEL RUND

**B**ei modernen Werbeträgern dreht sich längst nicht mehr alles um herkömmliche Produkte, sondern um neue Ideen. Dazu gehört auch der Schlüsselanhänger Swing Ring von troika. Wer ihn dreht, hört so schnell nicht wieder auf. Und hat die Werbebotschaft immer im Blick. Der Schlüsselanhänger mit drehbarem Mittelteil aus Metall und Kunststoff ist glänzend verchromt und lässt sich auf dem Drehteil kostenlos gravieren.

46311 • TROIKA Germany GmbH • Tel +49 2662 95110  
[a.bauer@troika.de](mailto:a.bauer@troika.de) • [www.troika.org](http://www.troika.org)

## SCHICKER SCHREIBER

Es ist kein Geheimnis, dass im Wirtschaftsleben auf allen Ebenen Kugelschreiber benutzt werden, wenn es um deren Werbewirkung geht. Ideale Werbekugelschreiber sollten einem Hauptziel folgen: Markenbewusstsein zu stärken und Kunden aufmerksam zu machen. Reda präsentiert seinen Bestseller: das Modell „Delancy Metallic“, eine perfekte Kombination von attraktivem Design, Funktionalität und fairem Preis. Eine große Oberfläche macht den Schreiber zum idealen Träger für Logos oder Slogans. Und nun der Clou: Das Modell „Delancy Metallic“ kann zudem per 3D-Etikett individualisiert werden – eine zusätzliche Wertschätzung für jeden Empfänger. „Delancy Metallic“ ist in sechs Farben erhältlich.

46051 • REDA a.s. • Tel +420 5 48131125  
export@reda.cz • www.reda.info



**PSI 2015**  
**7.-9. Januar**  
**Jetzt buchen!**



# Tradition öffnet Türen!



## 24 Tage immer im Blick.

Mit einer Vielfalt an Innovationen überrascht unser Adventskalender-Sortiment 2014 und öffnet Ihnen die Türen für beste Geschäfte bei Ihren Kunden. Zum Beispiel mit dem Modul-Adventskalender, den auch noch der Nikolaus bringen kann: hier stehen z. B. 18 Türchen für den Einsatz ab 7. Dezember zur Verfügung. Eine tolle Last-Minute-Idee, die für große Aufmerksamkeit sorgt. Mehr Infos zum Sortiment, Kataloge und Muster jetzt unter [www.jung-europe.de](http://www.jung-europe.de)!





## MULTITALENT AM SCHLÜSSELBUND

**S**o klein und doch so vielseitig: Der Schlüsselanhänger „Task“ von Inspirion zeichnet sich durch einen hohen Gebrauchswert aus. Er ist mit drei weißen LED-Leuchten ausgestattet und findet auch im Dunklen das passende Schloss zum Schlüssel. Zudem verfügt der praktische Schlüsselanhänger über einen integrierten Flaschenöffner. Optisch überzeugt der Schlüsselanhänger durch sein glänzendes Aluminiumgehäuse, das in sechs Farben lieferbar ist.

42907 • Inspirion GmbH • Tel +49 421 52270

info@inspirion.eu • www.promotiontops.eu • www.inspirion.eu

## MANSCHETTE FÜR DIE PRAXIS

**N**icht nur beim Hausarzt, sondern auch in Labors, Krankenhäusern und als Werbemittel im Pharmaunternehmen ist die Armmanschette für die Blutentnahme ständig präsent. Das neue Produkt von Darmar im Vertrieb von DreamPen besteht aus elastischem Jacquard und einer Schnappschnalle aus ABS-Kunststoff. Individuelle Werbeanbringungen sind per Digitaldruck oder Tampondruck sowie auf dem elastischen Band auf beiden Seiten per Sublimationsdruck möglich. Dieses Druckverfahren kann selbst für Grafiken und den Full-Color-Druck eingesetzt werden.

45720 • DreamPen • Tel +48 68 4772230

dreampen@dreampen.pl • www.dreampen.com

info@darmar.pl • www.medical-tourniquets.com



**PSI 2015**  
 7<sup>th</sup> – 9<sup>th</sup> JANUARY  
 DÜSSELDORF

**ROCK YOUR BUSINESS**

BOOK YOUR TICKET NOW!  
[www.psi-messe.com/ticket](http://www.psi-messe.com/ticket)

Reed Exhibitions

## KLEIN, ABER OHO!

**D**ie Mini-Taschenlampe „Cara“ von Topico sorgt vor allem in der dunklen Jahreszeit für helle Momente. Dank eines Karabinerhakens lässt sich Cara etwa am Schlüsselbund befestigen, wodurch die Mini-Taschenlampe stets griffbereit ist. Ausgestattet ist „Cara“ mit sechs lichtstarken LEDs. Sie besteht aus leichtem Aluminium und ist damit ein echtes Leichtgewicht. „Cara“ ist in vier Farben erhältlich und wird inklusive Batterien geliefert.

44327 • TOPICO Handels-GmbH & Co. KG • Tel +49 421 52270

sales@topico.de • www.topico.de





# Es weihnachtet schon wieder...



## Adventskalender

viele verschiedene Adventskalendermodelle  
ab 100 Stück mit Logoeindruck möglich



## Stiefel ab € 2,45



## Tasse ab € 1,99

[www.fruchtgummis.net](http://www.fruchtgummis.net)

**suessigkeiten**  
ONLINE

Suessigkeitenonline GbR  
An der Schule 5 • D-87719 Nassenbeuren  
Fon +49 (0)8261 / 7621-21 • Fax +49 (0)8261 / 7621-20  
info@suessigkeitenonline.de • [www.fruchtgummis.net](http://www.fruchtgummis.net)

Neutrale PDFs  
mit Industriepreisen  
senden wir Ihnen  
auf Wunsch zu –  
Sprechen Sie  
uns an!



## SAUBER WERBEN

**H**andydisplays, Computerbildschirme oder auch Brillen – glatte Oberflächen aller Art lassen sich ganz kratzfrei mit den Mikrofasertüchern von Kundenpflege Wellness & Care reinigen. Die hochwertigen Tücher eignen sich zudem als praktischer Streuartikel. Individualisierbar sind die Mikrofasertücher per Digitaldruck, wobei die gesamte Fläche frei gestaltet werden kann. Die Tücher sind in fünf verschiedenen Größen erhältlich und können einzeln in Polybeutel oder in einem transparenten Schutzetui verpackt werden.

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

## NOTIZBÜCHER FÜR QUERDENKER

**N**otizbücher in ganz neuem Format präsentiert Geiger-Notes mit seinem Note-Book „Kompakt“ und Note-Book „Report“. Beide Notizbücher haben das Blattformat 120 x 170 mm. Das Note-Book „Report“ kann sowohl im Hoch- oder Querformat verwendet werden, während das Note-Book „Kompakt“ ein Hochformat ist. Beide Notizbücher sind im Mittelformat zwischen A5 und Pocket gehalten, haben dabei aber die volle Ausstattung der hochwertigen Business-Notizbücher von Geiger-Notes. So verfügen sie über mikroperforierte Einzelseiten, einen runden Rücken und viele Optionen für die Ausstattung und farbliche Gestaltung: vom Gummiband-Verschluss über das Lesezeichen in Sonderfarbe bis hin zu den acht verschiedenen Einbandmaterialien mit insgesamt 59 unterschiedlichen Oberflächen.

41615 • Geiger-Notes AG • Tel +49 6134 1880  
info@geiger-notes.ag • www.geiger-notes.ag



## VIelfältige LANGZEITWERBETRÄGER

**O**b Musik-CD, Hörbuch, DVD Movie oder Music- und eBook-Cards – micx-media bietet verschiedene Medienkonzepte mit den passenden Medieninhalten an. Auch für individuelle Smartphone-Applikationen gibt es auf Wunsch von dem Bielefelder Unternehmen entsprechende Download-Specials. Den Titeln und Themen sind dabei keine Grenzen gesetzt. Sämtliche Medienkonzepte und Medieninhalte sind dabei „made by micx in Germany“.

45899 • micx-media in concept GmbH & Co. Kg • Tel +49 5205 99100  
info@micx-media.de • www.micx-media.de





# LADY S



LADY S  
0-9140 S

LADY S PR  
0-9143 S PR

LADY S-SET

© Lechner - www.foto.de

## □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ □ - □ □ □ □ □ □

er sich und seinen Kunden dieses Jahr den Weihnachtsstress ersparen möchte und dennoch durchdachte und hochwertige Werbegaben versenden möchte, liegt mit den Bio TeaSets von Sanders Imagetools genau richtig. Die Sets werden ganz nach Wunsch zusammengestellt, teilweise oder komplett individualisiert und sogar personalisiert, werden entweder fix und fertig für den Einzelversand vorbereitet versandt, oder Sanders führt diesen im Auftrag des Händlers durch. Das stilvolle TeaSet menu aus der dänischen Designschmiede menu enthält einen hochwertigen, spülmaschinenfesten Porzellanbecher mit einer speziellen Doppelwand-Vakuumzone. Verpackt in einer polierten Vorratsdose enthält es zudem sechs TeaSticks nach Wahl. Wer auf den Becher verzichten möchte, wählt die TeaTin inklusive zwölf TeaSticks. Die hochwertigen Teemischungen sowie alle Zutaten wie Fruchtstücke, Blüten, Kräuter und Gewürze kommen aus kontrolliert biologischem Anbau mit 100 Prozent Bio-Qualität. Die individuelle Gestaltung eines Labelsets mit vier Etiketten macht die beiden Präsentvarianten zu einem einzigartigen Weihnachtsgruß.

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



### uma Patronen-Roller-System

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



[www.uma-pen.com](http://www.uma-pen.com)

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

Mehr Informationen:  
[www.uma-pen.com/lady](http://www.uma-pen.com/lady)





## VERWÖHNPROGRAMM FÜR DIE HAUT

**R**egeneration und Hautpflege stehen bei den kosmetischen Badesalz-Pulvern und -Kristallen von LimeBOX im Vordergrund. Jod und Brom sind dabei das Geheimnis des kosmetischen Badesalz-Pulvers. Zusätzlich versetzt mit Calcium-Ionen, Magnesium, Bromid-Iodid und Kollagen fördert das Pulver die Regeneration der Haut und verbessert die Hautfestigkeit. Das Pulver gibt es in den Duftvarianten Ozean, Kieferbaum, Apfel, Rose und Grapefruit. Das kosmetische Badesalz-Kristall besteht aus natürlichem Steinsalz und ist reich an Spurenelementen. Es wirkt stimulierend, belebend und erfrischend. Verpackt sind die Produkte in PET-Flaschen mit Alu-Schraubverschluss zu je 40 Gramm.

48956 • LimeBOX Joanna Suchecka-Lipka • Tel +48 22 1152514  
info@lime-box.com • www.lime-box.com

## LÄCHELNDER BUDDA STECKT AN

**S**chenken Sie der Welt ein Lächeln und die Welt schenkt es Ihnen zurück: Mit dieser Aussage animiert die Trendfactory zu mehr freundlichen Gesichtern im Alltag. Unterstützt wird das durch ein Set von drei Pflegeprodukten in einer aufwändig gestalteten Box, die aufgrund ihrer Maße auch einmal schnell in den Briefkasten passt. Durch organische Mandarinen und die vitalisierende Kraft von Yuzu sorgt die Laughing Buddha-Kollektion nach Aussage des Anbieters für mehr Glückseligkeit im Alltag. Enthalten sind 50 ml Fortune Scrub, 50 ml Fortune Oil und 50 ml Touch of Happiness.

41941 • Trendfactory B.V. • Tel +31 252 622233  
info@trendfactory.nl • www.trendfactory.eu



## PERFEKT ZU JEDER JAHRESZEIT

**L**ippenpflegestifte sind perfekte Streuartikel, die zu jeder Jahreszeit von Männern und Frauen aller Altersgruppen genutzt werden. Als persönliche Pflegeprodukte haben sie ein sympathisches Image und durch die lange Nutzungsdauer eine optimale Werbewirksamkeit, wissen die Pflege-Experten bei KHK. Sechs verschiedene Standardrezepturen stehen für die Lippenpflege zur Auswahl. Passend zur Weihnachtszeit bietet KHK eine hochwertige Winter-Rezeptur mit Apfel-Zimt-Aroma an. Alle Lippenpflegeprodukte von KHK werden gemäß der neuen Kosmetikverordnung sowie Kosmetik GMP produziert und im CPNP Portal gemeldet. Das Institut Fresenius führt eine kontinuierliche Rezepturprüfung nach europäischen Richtlinien durch.

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



# Need a shape?

We are the best  
solution for your  
product



FLASH  
GIFT

Flash-Gift is the online platform dedicated to resellers, a brand new service which allows them to own and manage

their very own e-shop in order to directly re-sell USB flash drives. Thanks to Flash-Gift, reseller and distributors can be

totally independent and autonomously manage their client network.

**maikii.**

Your promotional  
USB flash drives  
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



## NATÜRLICH MADE IN GERMANY

**E**inen Schlüsselanhänger mit Einkaufswagenchip aus naturfarbenem Schweinsleder, der in Deutschland projektbezogen produziert wird, bietet Bühring jetzt an. Er ist zu nahezu allen Anlässen einsetzbar und besonders flexibel in der Gestaltung. Der Kunde kann auf Wunsch vorhandene Chips nutzen, alternativ werden aber auch Chips beschafft und auf Wunsch konfektioniert. Kleine Logos können als Blindprägung umgesetzt werden. Die Produktkennzeichnung mit Daten nach Wahl des Kunden kann als Ringetikett erfolgen. Die Lieferzeit beträgt vier bis sechs Wochen nach Druckfreigabe.

40807 • Gabriele Bühring • Tel +49 4154 795400

vertrieb@buehring-shop.com • www.buehring-shop.com

## FAST WIE ECHTES LEDER

**K**aum von echtem Leder zu unterscheiden sind die Accessoires der Serie „Cesano“ von EuroStyle. Dazu gehören unter anderem eine Schreib- und Ringbuchmappe und eine Aktentasche, die durch ihr Material und ihre Funktionalität überzeugen. Die Serie wird aus lederähnlichem Felina-Material produziert, welches pflegeleicht, strapazierfähig und optisch kaum von Leder zu unterscheiden ist. Die Mappen sind alle perfekt ausgestattet und lassen keine Wünsche offen. Auch für das iPad Air gibt es in der Serie „Cesano“ ein Etui, in dem dieses optimal geschützt ist. Das Etui bleibt durch einen integrierten Aufsteller einsatzbereit stehen.

41857 • Eurostyle – Emil Kreher GmbH & Co. KG • Tel +49 921 789520

info@eurostyle.eu • www.eurostyle.eu



**PSI 2015**  
7.-9. Januar  
Jetzt buchen!



## MANIKÜRE IN EDELSTER FORM

**M**it der „Classico roma 3 edition“ carbon stellt Richartz eine neue Serie moderner Manicure-Sets mit hohem Anspruch vor. Carbon steht als Inbegriff für High Tech und Modernität. In diesem attraktiven Carbon-Stil hat das Unternehmen Manicure Sets entwickelt, die durch das exklusive Leder mit fein geprägter Carbonstruktur und einem glatten, matt gestrahlten Edelstahl-Magnetverschluss überzeugen. Die hochwertigen Instrumente aus rostfreiem Edelstahl leisten Tag für Tag gute und zuverlässige Dienste.

40884 • Richartz GmbH • Tel +49 212 232310

info@richartz.com • www.richartz.com



# KFZ-LADEGERÄT



## 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



**O-SQUARE**

WEITERE NEUHEITEN UNTER  
[www.osquare.de](http://www.osquare.de)



*für sauber haftende stützende Werbung*



3-in-1 Handy-Supporter  
reinigt - stützt - haftet

**Make it!**  
**DIFFERENT**  
*Werbung ist hier - nicht dort*



www.osquare.de  
Tel.: +49 (0)228 28 345 10  
[www.osquare.de](mailto:info@osquare.de)  
[info@osquare.de](mailto:info@osquare.de)





## HANDY IMMER SAUBER AUF DEM PLATZ

**E**in praktisches Accessoire stellt Easy Gifts für den Schreibtisch vor. Der Handyhalter bietet neben viel Platz für alle Arten von Mobiltelefonen und Smartphones gleich noch ein Microfaserputztuch an. Damit haben die lästigen Fingerabdrücke auf dem Bildschirm keine Chance mehr. Da man ihn auch ganz einfach und schnell platzsparend zusammenklappen kann, ist er auch bestens für Reisen geeignet. Die große Druckfläche bietet durch den weißen Untergrund viel Platz auch für mehrfarbige Aufdrucke mittels Tampondruck an.

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

## HUCKEPAK AUFS SMARTPHONE

**M**it der neuen Silikontasche von Maximex Import - Export ist jede Kunststoffkarte im Kreditkartenformat ständig zur Hand. So sind bei Bedarf die wichtigsten Dinge beisammen. Das Silikonfach passt auf die meisten gängigen Smartphones. Neben dem reinen Silikonmodell ist eine Alternativvariante mit textiler Oberfläche erhältlich. Durch die höhere Elastizität ist diese auch für weitere Kleinteile wie Kopfhörer geeignet. Befestigt ist die Tasche jeweils mit einem 3M-Klebeband. Neben der farbigen Gestaltung des Silikons kann die Fläche des Einsteckfaches vollflächig bedruckt werden.

43332 • Maximex Import - Export GmbH • Tel +49 212 - 230650  
info@maximex.de • www.maximex.de



## IMMER DER RICHTIGE DURCHKLICK

**H**aben Sie Ihre Brille schon mal mit einem Mousepad geputzt? Mit dem neuen 3-in-1 Mikrofaser-Mousepad von Pins & mehr kein Problem. Seine dünne und weiche Struktur ist selbst für die sanfte Reinigung von Smartphone- oder Tablet-Displays geeignet. Bei Mousebetrieb liegt es dank seiner Antirutschbeschichtung auf der Rückseite stets perfekt auf verschiedensten Oberflächen auf. Außerdem kann das Multitalent als Display- und Tastaturschutz von Laptops eingesetzt werden. Die Vorderseite des 3-in-1 Mikrofaser-Mousepads kann ab 500 Stück Bestellmenge mit Wunschmotiv im Transferdruck in 4c-Fotoqualität bedruckt werden. Eine Blindprägung ist ebenfalls möglich.

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





□□ □□□□ □□□ □ □□-□ □□□□□□ □□□□□□ □□□□ □□□□ □□□□

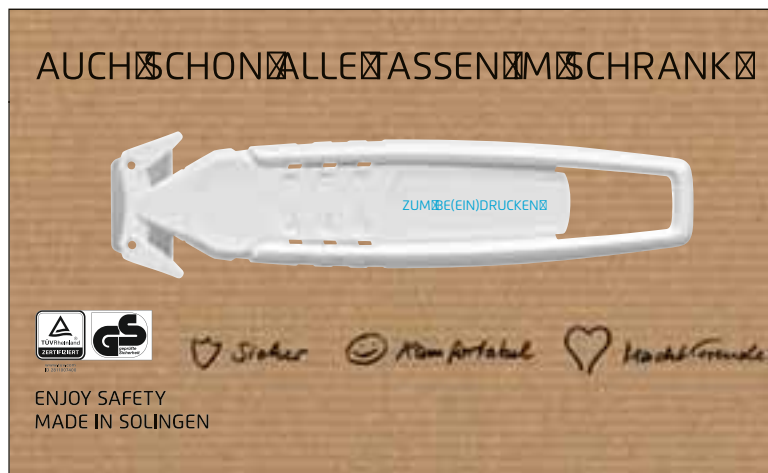
□ eutel aufreißen, Blasring eintauchen und drauf los pusten. Die schillernden Seifenblasen aus der Kindheit gibt's mit Seifenblasen2go nun von SUCCESS-Werbung im handlichen Folienbeutel. Enthalten sind die PUSTEFIX-Flüssigkeit sowie ein angebrachter Blasring. Damit wird der Kult-Klassiker Seifenblase zum mobilen Werbebotschafter. Individualisiert werden kann Seifenblasen2go ab einer Bestellmenge von 3000 Stück im CYMK. Für kleinere Auflagen steht ein PUSTEFIX-Serienmotiv zur Verfügung. Der Blasring-griff kann bereits ab 500 Stück im Tampondruck mit bis zu zwei Farben bedruckt werden.

43053 • Dr. Rolf Hein GmbH – SUCCESS-Werbung • Tel +49 7071 78898  
 info@success-werbung.de • www.success-werbung.de

-Anzeigen -

# Logomatten Werbematten Promotionmatten

*Individuell bedruckte Fussmatten, produziert in Europa*  
 www.entrada-matten.de



Kaffeetassen, Kugelschreiber, Luftballons, es gibt noch weitaus originellere Werbeträger wie das äußerst vielseitige ECUMAX 50. Das Messer mit der sicher abgeschirmten Klinge nutzen Sie zum Schneiden von Papier, Karton und Folie zum Schaben von Etiketten und zum Ritzen von Lebebändern und haben dabei stets die aufgedruckte Werbebotschaft im Blick.

Erfahren Sie mehr:  
 www.martor.de | T +49 212 25805-15







## FÜR EINE ATTRAKTIVE PRÄSENTATION

**M**it dem Kunststoffkoffer Beat und dem IML-Verfahren von W. AG Funktion + Design sind Unternehmen jetzt in der Lage, ihre Produkte und Marken professionell zu präsentieren und eine hohe Aufmerksamkeit zu erzeugen. Der Koffer kann aufgrund der umfangreichen Farbauswahl und der Inhouse-Kompetenzen des Anbieters wie Schaumstoffverarbeitung, Tampon- und Siebdruck sowie In-Mould-Labeling (IML) perfekt auf kundenindividuelle Wünsche und das firmeneigene Corporate Design abgestimmt werden. Beim IML-Verfahren werden PP-Folien in Fotoqualität untrennbar mit der Kofferhalbschale verbunden.

43805 • W. AG Funktion + Design • Tel +49 36967 6740

info@wag.de • www.wag.de

## SAUBER IN JEDER LAGE

**D**ie Allround-Schuhbürste aus dem Hause Frank Bürsten ist ein Produkt, das insbesondere aktive Kunden schätzen werden. Die praktische dreieckige Bürste ist mit drei Funktionen ausgestattet: einer Schmutzbürste, einer Raulederbürste und einer Glanzbürste. Die Allround-Schuhbürste ist für den universellen Einsatz konzipiert, sei es im Wanderurlaub, bei Städteurlaub oder Wochenendtrips, für jeden Schuhtyp gibt es die passende Bürste. Verpackt in einer handlichen Klickbox (transparent, ab 200 Stück auch in Blau, Grün, Rot oder Gelb) findet die Bürste in jeder Tasche ihren Platz. Schuhbürste und Box sind individuell bedruckbar.

41853 • Frank Bürsten GmbH • Tel +49 7673 888650

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



## SCHNELL RAN AN WICHTIGE POST

**E**in platzsparender Pocket-Brieföffner von Giving Europe für den kleinen Werbe- groß zwischendurch ist ein Accessoire, das in keinem Büro fehlen sollte. Er eignet sich durch seine flache und leichte Form auch als Mailingverstärker und ist sofort einsatzbereit. Durch die große Werbefläche sind Werbeanbringungen im Tampondruck, Digitaldruck und per Doming möglich. Den Brieföffner Pocket gibt es wahlweise in den Farben Rot, Weiß, Blau und Schwarz.

45737 • Giving Europe GmbH • Tel +49 421 5965970

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



# EXPRESSDRUCK-SERVICE

Wir bedrucken Ihre Ware innerhalb von 24h oder 48h.

Fragen Sie uns - wir helfen Ihnen gerne weiter !!!

- Siebdruck
- Laserbeschriften
- Tampondruck
- Lohndruck



Zertifiziert nach DIN EN ISO 9001:2008

WIR ZAUBERN

**FARBE**

AUF IHRE PRODUKTE



Im Tal 41  
78112 St.Georgen  
Telefon (0 77 24) 94 94 8-0  
Telefax (0 77 24) 75 00

[www.signum-druck.de](http://www.signum-druck.de)

# Eiskratzer

**gibt's bei plastolan.**  
the power of promotion

Nikolaus-Otto-Straße 4, 59557 Lippstadt - Germany  
Tel. +49(0)2941-9880, e-mail: [mail@plastolan.de](mailto:mail@plastolan.de)



Kochen, genießen, posten, surfen, Social Media ... was braucht es mehr für eine spannende Ausgabe des Journals? Richtig! Ihren Beitrag zu diesem Thema!



- „[redacted]“ und „[redacted]“  
Anzeigenschluss: 2.10.2014
- „[redacted]“ und „[redacted]“  
Redaktionsschluss: 17.10.2014  
Anzeigenschluss: 3.11.2014
- „[redacted]“  
Redaktionsschluss: 7.11.2014  
Anzeigenschluss: 13.11.2014
- „[redacted]“ und „[redacted]“  
Redaktionsschluss: 15.12.2014  
Anzeigenschluss: 16.1.2015
- „[redacted]“ und „[redacted]“  
Redaktionsschluss: 16.1.2015  
Anzeigenschluss: 6.2.2015



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





## PFLEGENDE WEIHNACHTSGRÜSSE

**G**erade in der kalten Jahreszeit ist gute Lippenpflege besonders wertvoll. Der hochwertige Lippenpflegestift mit individuellem Aufdruck von KHK garantiert durch seine lange Nutzungsdauer anhaltende Aufmerksamkeit. In Kombination mit der beidseitig in 4c bedruckbaren „Lipcare Card“ können pflegende Weihnachtsgrüße und Werbebotschaften versendet werden. Viele verschiedene Rezepturen, von der zertifizierten Naturkosmetik bis zum Weihnachtsaroma „Apfel-Zimt“, stehen hier zur Verfügung. Alle Lippenpflegeprodukte von KHK werden gemäß der neuen Kosmetikverordnung sowie Kosmetik GMP produziert und im CPNP Portal gemeldet. Das Institut Fresenius führt eine kontinuierliche Rezepturprüfung nach europäischen Richtlinien durch. Der neue Weihnachtskatalog steht ab sofort auf [www.lipcare.de/news](http://www.lipcare.de/news) zur Verfügung.

46131 • KHK GmbH • Tel +49 221 985473-0  
[sales@lipcare.de](mailto:sales@lipcare.de) • [www.lipcare.de](http://www.lipcare.de)

## DA KOMMT DAS HERZ IN SCHWUNG

**K**lare und unmissverständliche Werbebotschaften sendet ein herzförmiges Ansteckblinklicht von Macma jetzt aus. Der kleine, aber augenfällige Anstecker, der inklusive Batterie zum Empfänger kommt und sofort einsatzbereit ist, kann per Aufdruck auf der Vorderseite zusätzlich mit Werbebotschaften oder einem Logo bedruckt werden. „Da kommt automatisch Herzflackern auf!“ versichert der Anbieter.

40909 • Macma Werbeartikel oHG • Tel +49 911 9818133  
[verkauf@macma.de](mailto:verkauf@macma.de) • [www.macma.de](http://www.macma.de)



## MINI STRAHLT WIE EINE GROSSE

**D**ie 20 + 3 SMD LED-Universalleuchte von Brennenstuhl ist zwar klein und handlich, strahlt aber wie eine Große. Ob im Haushalt oder unterwegs, dieser Neuzugang im Firmenportfolio darf nirgends fehlen. Durch ihre 20 superhellen Seoul-SMD-LEDs mit spezieller Linsenoptik sorgt sie überall für helles Licht. Durch den praktischen Kunststoffbügel und dem integrierten Magneten ist sie universell einsetzbar. Auf Wunsch kann die Lampe auch mit Werbebotschaft oder Logo individualisiert werden.

41141 • Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. KG • Tel +49 7071 8801186  
[werbemittel@brennenstuhl.de](mailto:werbemittel@brennenstuhl.de) • [www.brennenstuhl.com](http://www.brennenstuhl.com)





# 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](http://www.wuv.de/wuvgratistesten)



**Erfolg kommt nicht von allein.**

**W&V**



Seit seiner Gründung im Jahr 1953 gilt Stedman® als Hersteller hochwertiger Freizeitkleidung.

## SMARTWARES PRINTABLES

# STEDMAN® – MEHR ALS NUR T-SHIRTS

Schon 1953 produzierte die Stedman Manufacturing Company in Asheboro, North Carolina, Sportbekleidung und Unterwäsche für Herren und Jungs. Heute, über 60 Jahre später, tritt der Anbieter Smartwares® Printables GmbH in die Fußstapfen der Stedman-Gründer und entwickelt ihre Ideen stetig weiter.

**Z**um europäischen Markteintritt in Paris am 18. September 2001 wurden vier grundlegende Stedman®-Produkte vorgestellt: Classic-T, Junior Classic-T, Comfort-T und Polo. Schnell wuchs mit steigender Markenbekanntheit auch das Produktportfolio. Mittlerweile zählt Stedman® zu den erfolgreichsten europäischen Marken und liefert erstklassige Werbetextilien zu attraktiven Preisen. Die aktuelle Kol-

lektion 2014 umfasst über 60 Styles für Herren, Damen und Kinder: von T-Shirts über Polos und Sweatshirts bis hin zu modischer Sportbekleidung.

### WICHTIGE NEUERUNGEN

„Unsere Entwicklungsabteilung beobachtet ständig den Markt und recherchiert wichtige Neuerungen in den Bereichen Materialien, Farben, Formen und Schnitte. Aktuelle Trends im Retail-Bereich werden auf-

gegriffen und mit sinnvollen Anpassungen auf den Promotionsbereich übertragen“, erklärt Smartwares-Geschäftsführer Thomas Schweigert. So entstand Anfang 2014 die neue „Stedman® Stars“-Kollektion. Die neuen Stedman® Stars sind vom Einzelhandel inspirierte Styles, die voll und ganz den hohen Anforderungen moderner Promotionwear gerecht werden: Optimale Passformen und Schnitte, brillante Farben und neue Materialkompositionen bieten eine perfekte Basis für Textilveredelungen. Die neuen Stedman® Stars- und Stedman® Active-Styles haben dabei weder ein gedrucktes noch ein eingenähtes Nackenlabel – lediglich ein kleines Größenetikett befindet sich im Nacken; das Pflegeetikett ist in der Seitennaht eingenäht. „Damit bieten wir unseren Kunden bestmögliche Gestaltungsmöglichkeiten für ein ‘private labeling’“, so Schweigert weiter.

### AKTIVER DENN JE MIT STEDMAN® ACTIVE

Besonders in den letzten Jahren stieg die Nachfrage nach modischer Sport- und



Stedman® Active – moderne und funktionale Sportkleidung in leuchtenden, sportiven Farben.



Dehnbare Sport-T-Shirts aus ACTIVE-DRY Polyester bieten eine ausgezeichnete Feuchtigkeits- und Temperaturregulierung.



Sportliche Sweat-Kleidung, perfekt für die Freizeit.

Funktionsbekleidung stetig an. Oft genügen einfache Sport-T-Shirts den heutigen Anforderungen nicht mehr. Kunden fragen immer gezielter nach modischen, zeitgemäßen Schnitten, aktuellen Farben und



Die neuen Stedman® Stars und Active-Produkte haben keine eingedruckten oder eingenähten Halsetiketten – sind also perfekt für „Eigenwerbung“.

hochwertigen Funktionsmaterialien. „Unsere sportliche Antwort auf diese große Nachfrage lautete Anfang 2013 Stedman® Active. Mit trendigen Sportstyles – von Active Sport-T-Shirts aus feuchtigkeitsregulierendem ACTIVE-DRY®-Polyester über lässige Active Hoodies bis hin zu leichten, atmungsaktiven Active Fleece-Produkten – haben wir die steigende Nachfrage nach hochwertiger, funktioneller Sport- und Outdoor-Bekleidung erfolgreich aufgegriffen“, erläutert Schweigert. Doch damit nicht genug: Im Sommer 2014 wurde die erfolgreiche Stedman® Active-Kollektion um weitere Styles erweitert, darunter sieben aus besonders elastischem, atmungsaktivem „Bird-Eyelet“-Mesh. Mit dann insgesamt 24 modischen Active-Styles in 17 brillanten Farben aus unterschiedlichen Funktionsmaterialien bietet die Stedman® Active-Kollektion eine perfekte Basis für aktive Sport-Promotion.

**HÖCHSTE QUALITÄT VON ANFANG AN** Schon in der Entwicklungsphase von neuen Stedman®-Styles wird intensiv auf die

Wünsche der Kunden eingegangen, die hauptsächlich für Promotion-Zwecke einkaufen. Für Smartwares Pintables spielt daher die Eignung der Grundmaterialien für Textilveredelungen eine besonders große Rolle. So wird zum Beispiel darauf geachtet, dass sich im Bereich möglicher Druckflächen keine störenden Nähte oder Abnäher befinden. Darüber hinaus werden alle Produkte im Vorfeld auf optimale Veredelungsmöglichkeiten hin getestet. „In Zusammenarbeit mit unseren Herstellern ent-





**Stedman® Stars – perfekter Sitz, leuchtende Farben und neue Materialien.**



**Inspiziert durch den Einzelhandel erfüllen die neuen Stedman® Stars die Anforderungen moderner Werbekleidung.**

wickeln wir unsere Grundmaterialien ständig weiter, um bestmögliche Waren zu liefern“, sagt Schweigert und ergänzt: „Bei unseren Stedman®-Produkten aus Baumwolle setzen wir ebenfalls auf beste Produktqualität. Daher benutzen wir für die Produktion nur hochwertige, ringgesponnene Baumwollgarne.“ Diese sind wesentlich weicher und hautfreundlicher als die preiswerteren, rauen Open-End-Garne, und durch die gleichzeitige Verdichtung der ringgesponnenen Fasern sind sie zudem stärker und widerstandsfähiger. Hinzu kommen etliche weitere Vorteile, wie ein gleichmäßigeres Erscheinungsbild des Gewebes, was wiederum eine bessere Grundlage für Textilveredelungen bietet. Innerhalb der Stedman® Stars-Kollektion wird mit der sogenannten „Full-Feeder“-Technik gekämmte, ringgesponnene Baumwollgarne zusammen mit Elasthan Garnen verarbeitet, wodurch eine gleichmäßige Verteilung von Elasthan über die gesamte Stofffläche ermöglicht wird. So entsteht ein weicher und geschmeidiger Stoff mit sehr hohem Tragekomfort, Formstabilität

und einer besonders glatten, einfach zu bedruckenden Oberfläche.

#### „WIR LEBEN VERANTWORTUNG“

Die heutige Geschäftswelt erfordert die Bereitstellung immer besserer Produkte und Dienstleistungen zu wettbewerbsfähigen



**Stedman® arbeitet nur mit Zulieferern und Herstellern zusammen, die die hohen Standards von Smartware® Printables erfüllen.**

Preisen. Ebenso ist ein verantwortungsvolles Verhalten nach ethischen Gesichtspunkten gefordert. Integrität und die Einhaltung der in unserem globalen Wirtschaftsraum geltenden Rechtsnormen sind dabei unumgänglich. „Wir von Smartwares® Printables kennen unsere Verantwortung und handeln danach. Nachhaltigkeit ist für uns nicht nur ein Trend, sondern von Beginn an fest in unserer Unternehmensethik verankert“, unterstreicht Schweigert. „Der globale Umweltschutz ist für Smartwares® Printables ein zentrales Anliegen und wird durch eine ökologische Betriebsführung gefördert. Für die ständige Verbesserung unserer Ökobilanz achten wir auf die Erhaltung der Ressourcen, Verringerung von Abfall und auf eine sparsame Nutzung von Wasser, Energie und Rohstoffen.“ Das CSR-Team (für „Corporate Social Responsibility“, also soziale Verantwortung des Unternehmens) überprüft die Produktionsstätten, um einen hohen Standard der Arbeitsverhältnisse und der Sozial- und Umweltfragen zu gewährleisten. „Wir arbeiten nicht mit Unterlieferanten, da wir eine optimale Qualitätskontrolle sicherstellen möchten“, betont Schweigert. Das CSR-Team überprüft regelmäßig die Arbeitssicherheit unserer Hersteller mit großer Sorgfalt. Schweigert weiter: „Unsere Kleidungsstücke und unser Zubehör erfüllen die Bestimmungen des Standards OEKO-TEX® 100. Darüber hinaus handeln wir gemäß den Vorschriften des Worldwide Responsible Accredited Production (WRAP®). Die Bestimmungen und Vorschriften werden als äußerst wichtig angesehen und von unserem Unternehmen und unseren Geschäftspartnern konsequent umgesetzt.“

#### ÜBER SMARTWARES® PRINTABLES

Die Smartwares® Printables GmbH zählt zu den fünf größten Anbietern hochwertiger Werbetextilien in Europa. Mit der erfolgreichen Marke Stedman® bietet sie ein breites Portfolio an bedruckbaren T-Shirts, Sweatshirts, Polos und weiterer Freizeitkleidung. Mit Hauptsitz in Aachen und Lager in Gent profitiert das Unternehmen von einer starken Marktpräsenz in 40 Ländern. Weitere Informationen unter: [www.stedman.eu](http://www.stedman.eu) <



[www.officeandpaper.de](http://www.officeandpaper.de)



Foto: istockphoto.com/A\_Kirch

- aktuelle News und Entwicklungen aus der PBS-Branche
- große Service-Rubrik mit nützlichen Informationen
- Produktneuheiten in jeder Ausgabe
- seit über 65 Jahren das Magazin für den Fachhandel





Die Maikii-Unternehmenszentrale in Treviso, Italien.

## MAIKII

# USB-STICKS UND MEHR

Maikii entstand aus der Idee, USB-Sticks herzustellen, die in ihrer Art und Weise unverwechselbar sind. Seit dem Start 2008 zählt das italienische Unternehmen zu den renommierten Vertretern seines Bereichs auf nationaler und internationaler Ebene, sowohl auf dem Werbeartikel- als auch dem Einzelhandels-Sektor. Vor kurzem eröffnete Maikii eine neue Betriebszentrale in Kalifornien sowie eine neue Produktionsstätte in China.

**M**aikii stellt nicht nur USB-Sticks her, sondern auch technisches Zubehör und Ladegeräte für Tablets und Smartphones. Dabei liegen die Beratung, Projektplanung und -bearbeitung, Produktion, Logistik und Kundenbetreuung direkt in den Händen des Unternehmens. Ein engagiertes Team geht auf jeden einzelnen Kunden individuell ein.

### IM TEAM ERFOLGREICH

Maikii überzeugt durch ein junges, dynamisches Team. Die etwa 30 Mitarbeiter (die neue Produktionsstätte in China hat einen Output von 250.000 Teilen pro Monat – hier arbeiten 80 qualifizierte Fachkräfte)





Unter der Marke Tribe vertreibt Maikii auch USB-Sticks für Endkunden. Die USB-Sticks haben die Form von Comic-, Film- und Cartoonfiguren. Maikii besitzt hier auch die Lizenzen für die Simpsons, Star Wars, die Marvel-Superhelden, seit neuestem auch für Disney-Figuren und die gelben Minions.

verteilen sich über die drei Maikii-Filialen in Treviso (Italien), Shenzhen (China) und San José (Kalifornien). Das Durchschnittsalter liegt unter 30 Jahren. Grafikdesigner, Produktentwickler, Webentwickler sowie Vertriebs- und Marketingmitarbeiter sind hier vertreten. Die überschaubare Anzahl an Mitarbeitern ermöglicht es, dass Entscheidungen schnell und eindeutig getroffen werden können und dass Kunden und Lieferanten pünktliche und präzise Feedbacks erhalten. „Im Unternehmen ist jeder einzelne Mitarbeiter von großer Bedeutung und trägt seinen Teil zum Endergebnis bei“, so der ebenfalls junge Geschäftsführer Matteo Fabbrini, der Maikii zusammen mit Kreativdirektor Francesco Poloniato gründete. Beide hatten sich dazu entschieden haben, ihre Kompetenzen in den Bereichen Einkauf, Verkauf, Web- und Produktdesign zu bündeln.

#### DER MENSCH IM MITTELPUNKT

„Maikii glaubt an Menschen. Wir kennen unsere Kunden, Lieferanten und Händler. Wir arbeiten stets daran, deren Erwartungen und Wünschen durch Innovation, Kompetenz und Kreativität gerecht zu werden. Bei uns steht die Qualität jedes einzelnen Produktes im Mittelpunkt und wir achten auf jedes noch so kleine Detail, sodass wir auf unsere Artikel zurecht stolz sein können“, sagt Fabbrini.



Zwei Köpfe, zwei Persönlichkeiten – sie sind die Gründer von Maikii (v.l.): Kreativdirektor Francesco Poloniato und Geschäftsführer Matteo Fabbrini.

#### QUALITÄT AN ERSTER STELLE

Alle von Maikii vertriebenen Produkte entsprechen den internationalen Sicherheitsstandards sowie den wichtigsten Bestimmungen zur Qualität der Materialien. Dass Maikii auf dem richtigen Weg ist, zeigen auch die Unternehmenszahlen. So verzeichnet Maikii ein exponentielles Wachstum mit überzeugenden Leistungen und Produkten, die sowohl Optik als auch Funktionalität vereinen. Mittels intensiver Forschung und Entwicklung auf dem Gebiet von Materialien und technischen Komponenten hat Maikii dem Markt der USB-Sticks neue Impulse verliehen und ist stolz

darauf, Innovationen im Bereich Smartphone- und Tabletzubehör eingeführt zu haben. Maikii verfügt über zwei Geschäftszweige: den Bereich Promotion und den Bereich Einzelhandel. Im Bereich Promotion produziert und liefert das Unternehmen personalisierte USB-Sticks und Ladegeräte für den B2B-Markt. Im Bereich Einzelhandel konzentriert sich Maikii dagegen auf die Produktion und den Vertrieb von lizenzierten USB-Sticks und Smartphone-Zubehör.

#### Ein Produkt, viele Lösungen

Den Kunden steht ein umfassendes Sortiment an USB-Sticks und Ladegeräten zur



Für den Werbeartikelmarkt liefert Maikii USB-Sticks und Ladegeräte in allen möglichen kundenindividuellen Formen und Farben.

Verfügung, die durch Aufdruck, Logogravur und andere grafische Elemente personalisiert werden können. Dabei erweitern die Experten ihr Lieferangebot stetig um innovative Lösungen und bieten USB-Sticks in jeder gewünschten Form, Erscheinung und Farbe. „So können Kunden ihrem USB-Stick ein wirklich einzigartiges, individuelles Äußeres verleihen“, so Francesco Poloniato. „USB-Sticks können direkt auf der Internetseite [www.maikii.eu](http://www.maikii.eu) individuell gestaltet werden, wobei aus einer großen Vielfalt von Formen und Materialien das Design ausgewählt und einfach per Click be-

stellt werden kann“, sagt Riccardo Giazon, Promotional Division Manager, und ergänzt: „Eine neue Option bietet die Online-Plattform ‚Flash-Gift‘, die es Händlern ermöglicht, einen eigenen E-Shop direkt für ihre Kunden einzurichten und dort ihr eigenes Kundennetzwerk auch selbstständig zu verwalten.“

#### WACHSENDES VERTRIEBSNETZ

Im Geschäftsbereich Promotion nutzt Maikii ein stetig wachsendes Vertriebsnetz, das sich aus Vertretern und Händlern in Italien, Europa und außerhalb Europas zusammensetzt. Hier werden Kunden in kur-

zer Zeit bei der Suche nach individuellen Designs fündig. Über das auf der Maikii-Webseite zugängliche Vertriebsnetz kann jeder Kunde das von ihm gewünschte Werbeartikel direkt bestellen. „In der Regel liegen zwischen Bestellung und Lieferung nur wenige Tage. Des Weiteren garantieren wir wettbewerbsfähige Preise und einen kompetenten Kundendienst“, unterstreicht Fabbrini.

#### WEITERES WACHSTUM GEPLANT

Maikii will seine Position auf dem Werbeartikelmarkt für USB-Sticks in Italien weiter ausbauen, seinen Marktanteil in Europa vergrößern und sich auch auf dem außereuropäischen Markt eine bedeutende Position erobern. So wird das Unternehmen weiterhin auf wichtigen internationalen Messen ausstellen, um den Bekanntheitsgrad der Marke zu erhöhen. Zudem wird Maikii seinen Katalog durch neue individuelle elektronische Artikel erweitern, um ein noch vielfältigeres Lösungen für die unterschiedlichsten Geschäftsbedürfnisse anbieten zu können. Ausführliche Informationen und Kontakt unter: [www.maikii.eu](http://www.maikii.eu)



Das starke Team von Maikii.





# PSI 2015

DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE  
DER WERBEARTIKELINDUSTRIE

7. – 9. JANUAR  
DÜSSELDORF

# WATCH OUT!







## TLN TRADE COMPANY

# WERBEARTIKEL ALS LEBENSAUFGABE

Seit zehn Jahren ist die TLN Trade Company am Markt. Mittlerweile vertrauen dem Unternehmen mehr als 10 000 Partner. Angefangen hat Gründer Sascha Thielen neben seinem Studium mit eBay-Handel und seiner selbst erstellten Webseite.

**S**eine bevorzugte Ware zu Beginn waren Zigaretten- und Visitenkartenetuis. Aus dieser anfänglichen Produktreihe heraus ist die erste große TLN Werbemittel-Sonderanfertigung entstanden: eine nach Kundenwunsch gefertigte Metallbox und individuell gefertigte Kofferanhänger. Die hatten eine große Bank und Automarke in Auftrag gegeben, nachdem sie ein Etui auf der Webseite entdeckt hatten. Fortan konzentrierte sich Sascha Thielen auf

individuell gefertigte Werbemittel. 2004 beschloss er, das Jurastudium an den Nagel zu hängen und sich ganz und gar dem Werbeartikelgeschäft zu widmen. Die TLN Trade Company war geboren. Hatte er bisher alles auf dem nicht ausgebauten Dachboden der eigenen Wohnung verpackt, so mietete er nun das erste Büro mit 50 Quadratmetern. Auch das Spektrum des jungen Unternehmens erweiterte sich. Die Zeit der elektronischen Werbemittel, wie

beispielsweise USB-Sticks, hatte begonnen. Für Sascha Thielen mehr als Grund genug, die kleinen, kompakten Datenträger, die als Werbeartikel einen wahren Boom erlebten, 2005 mit ins Programm aufzunehmen. Heute bietet die TLN Trade Company eine riesige Auswahl an USB-Werbemitteln wie USB-Sticks und USB-Kugelschreiber. Dazu kommen Powerbanks und Bluetooth-Lautsprecher. Interessant und witzig müssen sie sein. Denn auf Originalität der Produkte legt Sascha Thielen großen Wert. Schließlich nimmt er für sein Unternehmen in Anspruch, einer der größten Anbieter im Bereich der elektronischen Werbemittel und Werbemittel-Sonderanfertigungen zu sein.

### EMPFEHLUNG STATT KALTAKQUISE

Außer auf Originalität setzt die TLN Trade Company auf Innovation, Freude an neuen Ideen und kreative Lösungen. „Die Entwicklung, Konzeption und Produktion von Werbeartikeln ist etwas, dem wir uns täglich immer wieder gerne aufs Neue widmen“, erklärt Sascha Thielen und fügt hinzu: „Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, unseren Kunden den optimalen Wer-



Interessante und witzige USB-Sticks.



Mit Sonderanfertigungen begann die Erfolgsgeschichte der TLN Trade Company.

weile auf ein gewachsenes Netzwerk zugreifen kann, vertraut Sascha Thielen voll und ganz. Doppelte Prüftests sowie Zertifikate geben die nötige Sicherheit. Und die werden auch anerkannt. So hat die TLN Trade Company jüngst für den Deutschen Fußball-Bund in großem Umfang Trainingsleibchen produziert.

**ANGEBOTE IM JUBILÄUMSJAHR**

Ideen, Qualität, Zuverlässigkeit und ein gutes Netzwerk sind das eine. Ein durchdachter Lagerbestand ist das andere. Die Maxime beim Mainzer Werbeartikelhersteller lautet: effiziente Lagerhaltung. Standardartikel werden in ausreichender Menge vorgehalten. So ist es möglich, USB-Sticks und Powerbanks mit Logoanbringung innerhalb von 24 Stunden zu liefern. Andernfalls können USB-Sticks aus Shenzhen inklusive Werbeanbringung innerhalb von sieben Tagen beim Kunden sein. Nach wie vor erstellt die TLN Trade Company zahlreiche Sonderanfertigungen mit Gravuren, Ätzungen sowie diversen Druck- und Prägeverfahren. Interessant für alle Kunden: Mit Blick auf das zehnjährige Jubiläum im November 2014 bietet das Unternehmen als Aktionsangebot im Oktober und November bei entsprechenden Bestellungen die Gratisbedruckung der zweiten Seite. Im Rahmen der beiden Aktionsmonate haben Kunden zudem die Gelegenheit zu einem kostenlosen Speicherupgrade von einem auf zwei Gigabyte. Über die Angebote hinaus ist pünktlich zum Firmenjubiläum neben der Adresse [www.tln.eu](http://www.tln.eu) auch eine Webseite nur für Händler und Agenturen erstellt worden: [www.tln-trader.de](http://www.tln-trader.de). Die nächsten Jahre können also kommen. <

beartikel anzubieten.“ Diese Einstellung kommt bei den Kunden, die immer wieder anfragen, offenbar gut an. 10 000 Kunden im System sprechen für sich. Besonders stolz ist Sascha Thielen dabei, dass sehr viel Geschäft über Empfehlung entsteht. Der persönliche Kundenkontakt steht im Vordergrund. Für viele Kunden übernimmt die TLN Trade Company auch den Full Service, also Produktion und Lagerhaltung/Logistik aller Werbeartikel. So wie es jetzt läuft, so ist es für den Mainzer Unternehmer richtig und gut. Fünf bis zehn Prozent Umsatzwachstum verzeichnet die TLN Trade Company pro Jahr. Zuverlässigkeit sowie intensiver und persönlicher Kundenkontakt zahlen sich im wahrsten Sinne also aus. Auch von dem Netzwerk PSI hat die TLN Trade Company profitiert.

**DOPPELTE PRÜFTESTS**

Zum guten Geschäftsergebnis trägt zweifelsohne auch bei, dass das Unternehmen über langjährige Partnerschaften zu seinen Lieferanten in China und anderen Teilen der Welt verfügt, was Sascha Thielen ausgeprägtem Sinn für Qualität und allergrößte Sorgfalt in allen Bereichen nach-



Sascha Thielen feiert mit seinem Team im November zehnjähriges Firmenjubiläum.

kommt. Schließlich kennt er die Lieferanten aus aller Welt persönlich. Aus manchen Partnerschaften sind echte Freundschaften entstanden. Die Waren werden nach bestimmten Kriterien geprüft. Dafür sorgt auch das Vertriebsbüro in der südchinesischen Stadt Shenzhen. Die Niederlassung dort besteht bereits seit 2006. Und der einheimischen Kollegin vor Ort, die mittler-



**MIRCO HÄSSLICH**

## **DER ETWAS ANDERE WEG IN DIE BUNTE BRANCHENWELT**

Mirco Hässlich hat die bunte Welt der Werbeartikel nicht gesucht. Sie hat ihn gefunden. Gesucht hat er gemeinsam mit seinem Schulfreund Marc Strickrodt lediglich ein Unternehmen, das die beiden kaufen wollten. Mit der Firma MOLL logistik haben sie vor sieben Jahren das für sie ideale gefunden.



**W**er im Internet die URL [www.moll-logistik.de](http://www.moll-logistik.de) eingibt, gelangt automatisch zur Seite [www.lust-auf-zukunft.com](http://www.lust-auf-zukunft.com). Lust auf Zukunft hatten Mirco Häßlich und Marc Strickrodt bereits in der siebten Klasse. Damals beschlossen sie, dass sie später einmal etwas gemeinsam machen wollen. Auf ein Thema festgelegt waren sie nicht. Vom Prinzip hätte es deshalb auch jede andere Branche sein können. Dass es die Werbeartikelbranche wurde, ist einem einfachen Grund geschuldet: der Internetplattform „nnext-change-Unternehmensbörse“. Diese Börse der Industrie- und Handelskammer bietet Existenzgründern ein Recherchetool für übergabewillige Unternehmen und damit eine Alternative zur Neugründung. Neu gründen kam für Mirco Häßlich und Marc Strickrodt nicht infrage. Ein etabliertes Unternehmen, für das es keinen Nachfolger gab, dagegen schon. So kamen sie mit Peter Moll in Kontakt.

#### VÖLLIG NEUE WELT

Bis zu seinem Einstieg bei MOLL hatte Mirco Häßlich keinerlei Berührungspunkte mit Werbeartikeln, geschweige denn der ganzen Branche. Sein Know-how, das er mit in das Unternehmen einbrachte, war betriebswirtschaftlicher und finanztechnischer Art. Nach seiner Ausbildung zum Bankkaufmann hatte Mirco Häßlich an der Universität in Münster Betriebswirtschaft studiert. Ebenso wie Marc Strickrodt. Der hatte direkt nach dem Abitur mit dem Studium begonnen und war deshalb auch zuerst fertig. In der Zeit, in der Mirco Häßlich noch in Seminaren und Vorlesungen saß, war Marc Strickrodt schon als Bereichsleiter einer Lebensmitteldiscounter-Kette tätig. Je näher Mirco Häßlichs Examen rückte, desto mehr war beiden bewusst: Jetzt ist die Zeit für etwas Eigenes.

#### VON BEGINN AN GUTEN DRAHT

Zu Peter Moll hatten Mirco Häßlich und Marc Strickrodt von Beginn an einen guten Draht. Gerade einmal drei Monate brauchte es vom ersten Gespräch der drei Beteiligten bis zum Kaufabschluss. Nachdem sie im Oktober 2007 in die Geschäftsführung der MOLL logistik GmbH einge-

stiegen waren und zunächst gemeinsam mit Peter Moll das neue Führungsteam gebildet hatten, durchliefen die beiden eine „Findungsphase“, wie Mirco Häßlich das Jahr 2008 im Rückblick charakterisiert. In dieser Zeit stand Peter Moll auch noch in allen Belangen beratend zur Seite. Alles und alle kennenlernen hieß die Devise. Und das war nicht ganz so einfach. Denn es galt zunächst auch einmal, sich mit den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vertraut zu machen. Mit 30 eine Firma zu übernehmen, die über zwei Jahrzehnte gewachsen ist, gelingt nicht von heute auf morgen. Bis zum Tag des Unternehmenserwerbs hatte die MOLL logistik GmbH eine kontinuierliche Entwicklung durchlaufen. Sie wurde 1993 als Werbeartikel Full-Service-Unternehmen in Nachfolge zur Firma Peter Moll Promotion gegründet. Seit 2002 gehört auch die KOCH PROMOTION GmbH in Peine bei Hannover zur MOLL-Gruppe. 2004 entstand neben MOLL logistik und MOLL PROMOTION (ebenfalls Geschäftsbereiche der MOLL logistik GmbH) mit der AUSTRIA PROMOTION ein weiterer Geschäftsbereich. Vom Standort im österreichischen Achenkirch werden verstärkt Kunden in Tirol und im Großraum München betreut. Im Jahr 2009 übernahmen Mirco Häßlich und Marc Strickrodt dann auch Werbemittel Rölver aus Münster – wodurch die WER GmbH zum dritten Unternehmen innerhalb der MOLL-Gruppe wurde. 2012 entstand dann mit der HANSE PROMOTION in Hamburg noch der vierte und bisher letzte Geschäftsbereich der MOLL logistik GmbH. Die MOLL logistik GmbH in Senden ist dabei die zentrale Schaltstelle für Logistik- und Full-Service-Dienstleistungen. „Unser Studium in Münster hat uns sicher geholfen. Da haben wir die Mentalität der Menschen im Münsterland kennengelernt. Dadurch sind wir auch leichter mit den Kunden in Kontakt gekommen“, beschreibt der aus dem Ruhrgebiet stammende Mirco Häßlich seine Anfänge als neuer Chef von gut 30 Beschäftigten, von denen viele bereits über Jahre hinweg unter der Leitung von Peter Moll zusammengearbeitet hatten.

#### START MIT FÜNFJAHRESPLAN

2009 geht allgemein als das Jahr in die Geschichte ein, in dem Deutschland seine bislang größte Rezession durchleiden musste. Das hielt Mirco Häßlich und Marc Strickrodt jedoch nicht davon ab, einen Fünfjahresplan für ihr neues Unternehmen, das sie nun alleine führten, aufzustellen – und auch gleich 2009 mit den ersten Veränderungen zu beginnen. Seitdem haben sie fast alles neu aufgestellt. Geschäftsbereiche wurden anders zugeteilt, das Lager erweitert, die Warenwirtschaft neu organisiert, eine neue Vertriebssoftware eingeführt, ein virtueller Server implementiert. Auf die Frage, wie es denn mit den erreichten Zielen 2014, also mit Ablauf des Fünfjahresplanes, aussieht, antwortet Mirco Häßlich mit einem Lächeln: „Wir sind fast fertig geworden“. Von ausruhen kann deshalb aber noch lange nicht die Rede sein. „Wir werden uns ab 2015 verstärkt auf den Vertrieb konzentrieren“, erklärt er mit Blick auf das kommende Jahr und schaut durchaus optimistisch in die Zukunft, weiß er doch, dass er sich auf seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jederzeit verlassen kann. „Wir haben eine gute Mischung im Team“.

#### IN DER BRANCHE ANGEKOMMEN

Ein gutes Team bildet Mirco Häßlich auch nach wie vor mit Marc Strickrodt. Gemeinsam mit dem besten Freund ein Unternehmen zu führen heißt für die beiden nicht, dass es keine klaren Trennungslinien gibt. Sie besitzen ihre festgelegten Aufgabengebiete, die sich berühren und ergänzen, jedoch nicht überschneiden. Während Marc Strickrodt eher die Fäden im Hintergrund zieht und sich beispielsweise um Warenwirtschaft und Vertriebssoftware kümmert, ist Mirco Häßlich mehr so etwas wie der Branchenmann. Der 37-jährige zweifache Familienvater ist ganz und gar in der Welt der Werbeartikel angekommen und hat sich längst einen Namen gemacht. Er ist zu einem geschätzten Geschäfts- und Ansprechpartner geworden. Sein Engagement kommt an. Ein Beleg dafür ist seine Wahl 2012 in den Vorstand des Bundesverbandes der Werbemittel-Berater und -Großhändler (bwg). Da war Mirco Häßlich noch nicht

# MIRCO HÄSSLICH IN PERSON

**Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?**  
Hoffentlich kommen wir eine Runde weiter.\*

**Wann war Ihr Tag ein guter Tag?**  
Wenn er viele Sonnenstunden hatte und ich Zeit mit meiner Familie verbringen konnte.



**Was bringt Sie in Hochstimmung?**  
Sonne, leckeres Essen, das Lachen meiner Kids und Siege des 1. FC Köln.

**Und was bringt Sie auf die Palme?**  
Lügen, Ausreden, im Stau stehen.

**Was verzeihen Sie sich am ehesten?**  
Fehler, die zum ersten Mal vorkommen.

**Wie können Sie die Zeit vergessen?**  
Beim Spaziergehen und in der Sauna.

**Vier Wochen Zwangsurlaub – wohin geht's?**  
Nordsee oder Malediven – je nach Wettervorhersage ;-)

**Wofür geben Sie gern Geld aus?**  
Urlaub und gutes Essen.

**Lassen Sie sich von Werbung verführen?**  
Ich glaube nicht.

**Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?**  
Wenn er die zuvor genau definierten Zielsetzungen des Kunden erfüllt.

**Der beste, den Sie je bekommen haben?**  
Ein LAMY.

**Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?**  
Dass seine Stärken immer noch von vielen Kunden verkannt werden.

einmal fünf Jahre in der Branche überhaupt unterwegs. Doch er hatte in Peter Moll einen sehr guten Wegbereiter – in vielerlei Hinsicht: mit Blick auf Branche, Verband, Kontakte und nicht zuletzt die Art und Weise, Geschäfte zu tätigen. Auch bei Mirco Hässlich zählt das Wort noch etwas. Nicht immer ganz so glücklich dagegen ist er mit dem Geschäftsgebaren mancher Leute. „Man erwartet Kreativität von uns. Doch wenn es ans Geschäft geht, werden wir manchmal ausgetauscht wie ein Rohstoff“, berichtet Mirco Hässlich von den weniger erfreulichen Momenten in seinem Berufsleben. Dabei bietet er mit seinem Unternehmen aus Überzeugung einen Ansatz, der für ihn weitaus mehr bedeutet als lediglich seine Kunden mit Werbearbeiten zu beliefern. MOLL logistik positioniert sich ganz klar als hoch spezialisierte Full-Service-Agentur, die einfach ein bisschen mehr zu bieten hat: in der Entwicklung und Realisierung von marketingorientierten Werbearbeiten, Werbemitteln, Merchandising, Sachprämien, Motivationssystemen und den damit verbundenen Dienstleistungsmodulen.

## ZUHÖREN UND GEZIELT BERATEN

Am Beginn steht für Mirco Hässlich die Aufgabenstellung und die daraus resultierende Idee. Im Alltag bedeutet dies zuhören und klären, welche Aspekte dem Kunden wichtig sind. Eine gezielte Beratung und Angebotserstellung ist für den Bachelor of science die Basis einer (potentiellen) Geschäftsbeziehung. Sich einfach mal Werbearbeit auf Verdacht auf Halde ins Lager zu stellen, davon hält Mirco Hässlich nichts. Individualisierte Qualitätsprodukte gehen vor austauschbare Massenware. Und von diesen individualisierten Qualitätsprodukten sind einige anschauliche Beispiele in der Zentrale von MOLL logistik in Senden zu sehen.

## VERTRAUEN UND KOMPETENZ

Anschaulich und beschaulich gehen dabei auf sehr attraktive Art und Weise Hand in Hand. Die Architektur des Firmensitzes im idyllischen Münsterland ist für eine gelungene Produktpräsentation optimal geeignet. Das Haus, das ursprünglich als Wohn- und Geschäftshaus konzipiert war, bietet ideale Räumlichkeiten. So wirken Werbearbeit rund um das Thema „Bad“ im Badezimmer ausgestellt gleich ansprechender. Und solarbetriebene Produkte entfalten auf den Fensterbänken großer Fenster, durch die die Sonne strahlt, auch viel besser ihre Wirkung. Mirco Hässlich führt deshalb auch zu Recht mit Stolz durch sein Unternehmen. Die Artikel, die nicht im Haus ausgestellt sind, deponiert MOLL logistik in dem der Zentrale benachbarten EDV-gestützten Hochregallager. Der Vorteil für die Kunden: Sie können online ihre Bestände und Verkäufe tagesaktuell einsehen. Mehr noch: Der Full-Service-Ansatz des Unternehmens schließt auch mit ein, dass sich Kunden von MOLL logistik einen eigenen Webshop konzipieren und implementieren lassen können. Eine Kompetenz, die Mirco Hässlich mit seinem Unternehmen gerne weitergibt. Das hat auch viel mit Vertrauen zu tun. Und das hat sich nicht nur Mirco Hässlich in den vergangenen knapp sieben Jahren erarbeitet. Schließlich heißt das Motto des gesamten MOLL-Teams: „Die Basis von Business ist Vertrauen – Die Basis von Vertrauen ist Kompetenz“. <

\* Mirco Hässlich hat den Fragebogen während der Fußball-WM beantwortet.

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](http://www.viscom-messe.com)  
[www.viscomblog.de](http://www.viscomblog.de)

# inspiring your business

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

  
**viscom**  
**frankfurt 2014**

internationale fachmesse für  
visuelle kommunikation



# WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN

## EIN KEKS ZUM LIKEN

**Z**ehn Gramm Butter-Mürbegebäck, die man einfach mögen muss: Kalfany Süße Werbung bietet in der Vorweihnachtszeit knusprige Kekse in Form des Like-Symbols an. Die „Likies“ gibt es sowohl mit als auch ohne Schokolade. Das 100 x 75 Millimeter große Werbetütchen kann individuell mit dem Firmenlogo oder einer Werbebotschaft versehen werden. Bedruckt und verpackt werden die Kekse in eigener IFS-zertifizierter Herstellung. Die besondere Form eignet sich gerade in der Vorweihnachtszeit als Zeichen der besonderen Wertschätzung oder als Motivator.

42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG • Tel +49 643 8010  
info@ksw24.com • www.ksw24.com



## SÜSSES GEHIRNTRAINING

**B**rain Fitness Chocolate Fix von b&a vereint geistige Fitness und süßes Naschwerk in einem Brettspiel. Das Logikspiel im Sudoku-Style stellt den Spieler vor insgesamt 80 zu bewältigende Aufgaben. Sind alle Aufgaben gelöst, können die Spielfiguren natürlich gerne vernascht werden. Wie alle Brain Fitness Artikel wird auch Chocolate Fix von nur einem Spieler gespielt. Es regt das strategische Denken an und fördert die Gedächtnisleistung. Individualisiert werden kann der Artikel durch ein Logo auf dem Spielbrett oder durch eine Beilage in der Verpackung. Chocolate Fix ergänzt als minimalistische Variante die „Brain Fitness“-Reihe, zu der auch Rush Hour und Solitaire Chess gehören.

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

## LEBKUCHEN-GEBÄCK MIT WEIHNACHTSBOTSCHAFT

**E**in kleines Stück Weihnachten, in das man gerne hineinbeißt: Der echte Nürnberger-Elisen-Lebkuchen. Er wiegt 60 Gramm, ist originalverpackt und nun auch im Weihnachtssortiment der Jung Bonbonfabrik zu finden. Die weihnachtlich gestaltete, transparente Rundum-Folie ist mit dem Haeberein-Metzger Logo versehen. Geliefert wird der Gewürzkuchen in einer hochwertigen Geschenkverpackung aus weißem Karton mit zwei halbrunden Sichtfenstern. Der Karton kann im 4-c Digitaldruck nach Kundenwunsch individualisiert werden. Das Lebkuchen-Präsent eignet sich als gehaltvolles Dankeschön für die geleistete Arbeit des Jahres oder auch als Give-away in der Vorweihnachtszeit.

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



# B2B-Profis herzlich willkommen!

## Ihre nächsten B2B-Eventtermine 2014/15



### **marconomy ist die Plattform für Marketing und Kommunikation in der Wirtschaft.**

Veranstaltungen von marconomy machen das Know-how der Marketing- und Kommunikationsbranche erlebbar und fördern die Interaktion zwischen den Marktpartnern. Die etablierten Events werden gezielt genutzt, um neue Kontakte zu potenziellen Kunden aufzubauen, bestehende Beziehungen zu vertiefen und sich als Kompetenzträger für bestimmte Themen zu präsentieren. So verschafft marconomy Unternehmen und Agenturen einen Zugang zum Markt und die nötige Präsenz vor, während und nach den Events.

**Werden Sie Teil dieser Community, besuchen Sie die nächsten Veranstaltungen und nutzen Sie unser erstklassiges Online-Angebot.**

**JETZT  
ANMELDEN**

### **marconomy B2B MARKETING KONGRESS**

**14./15. Oktober 2014 in Würzburg**  
[www.b2bmarketingkongress.de](http://www.b2bmarketingkongress.de)

### **marconomy MARKEN KONFERENZ B2B**

**18. November 2014 in Würzburg**  
[www.markenkonferenz.de](http://www.markenkonferenz.de)

### **LEAD marconomy MANAGEMENT SUMMIT**

**23./24. April 2015 in Würzburg**  
[www.leadmanagementsummit.com](http://www.leadmanagementsummit.com)

VERANSTALTER

**marconomy**  
Marketing und Kommunikation in der Wirtschaft





## MEHR ALS NUR EIN BIERDECKEL

**W**ährend der herkömmliche Bierdeckel schon länger als gern verwendeter Werbeträger dient, hat sich die Haid Werbeagentur etwas Neues für den Glasuntersetzer einfallen lassen: Bierdeckel-Partyspiele. Gemeinsam mit dem Spieleautor Stefan Becker hat die Werbeagentur verschiedene Spielkonzepte entwickelt. Resultat sind hochwertige Bierdeckel-Partyspiele in zeitgemäßem Design, die sich vorwiegend an Erwachsene richten. Erhältlich sind die Bierdeckel-Spiele in einer Premium-Spielverpackung oder in minimalistischer Variante. Die Verpackung kann individuell mit der Werbebotschaft versehen werden. Die Abnahmemenge beginnt ab 500 Spielen.

49079 • Haid Werbeagentur GmbH • Tel +49 74 72981890  
[r.herold@gastro-media.net](mailto:r.herold@gastro-media.net) • [www.cartingo.de](http://www.cartingo.de)

## SÜSSES NASCHWERK DER BESONDEREN ART

**M**AGNA sweets versüßt die Vorweihnachtszeit mit gleich drei Produktneuheiten: Den Bottled Cookies, dem Schoko Christmastree und den Santa Slippers. Eine feine Backmischung, in einer nostalgischen Flasche abgefüllt – das sind die Bottled Cookies. Für die rund 30 Kekse müssen lediglich noch ein Ei und Butter hinzugefügt werden. Zur Auswahl stehen vier verschiedene Geschmacksrichtungen. Die Werbeanbringung erfolgt im Standardetikett oder individuell. Auch der Schoko Christmastree sorgt für weihnachtliche Stimmung. Der Schokoladenbaum ist mit zwei verschiedenen Dekors erhältlich und in einem Cellophanbeutel verpackt. Dieser ist via Clip mit einer Werbekarte versehen, die individuell bedruckt werden kann. Dekorativ und lecker wird es mit dem Santa Slipper – einem kleinen roten Weihnachtsbaumanhänger in Form eines Pantoffels. Gefüllt ist dieser mit einem Spitzbeutel, in dem leckere Weihnachts- und Lebkuchenmandeln gefüllt sind. Auch hier erfolgt die Werbeanbringung in Form einer individuell bedruckbaren Karte.

41617 • MAGNA sweets GmbH • Tel +49 8146 99660  
[info@magna-sweets.de](mailto:info@magna-sweets.de) • [www.magna-sweets.de](http://www.magna-sweets.de)





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

Engagement Guaranteed by PIAP



**PIAP**

PIAP - Polish Chamber of Promotional Articles

[www.piap-org.pl](http://www.piap-org.pl)



## WERBEN MIT GRÜNEM GEWISSEN

**M**it grünen Produkten in der Werbung werden Menschen jeden Alters mit hohem Umweltbewusstsein erreicht – eine schnell wachsende Zielgruppe, die einen modernen, ökologischen Lebensstil bevorzugt. Für das Übermitteln grüner Botschaften im Rahmen einer verantwortungsvollen Unternehmensstrategie sind umweltfreundliche Schreibgeräte durch die überzeugende Produktstory mit hoher Aufmerksamkeitsstärke ideal. Durch den Einsatz von STABILO Produkten aus der STABILO GREEN Linie können grüne Botschaften glaubwürdig transportiert werden: So wird zum Beispiel der Leuchtmarkierer STABILO GREEN BOSS aus Recycling-Material hergestellt, der Druckkugelschreiber STABILO GREENfancy besteht aus biologisch abbaubarem Kunststoff und die Farbstifte STABILO GREENcolors sind aus FSC-Holz. Die STABILO GREEN-Broschüre mit ausführlichen Informationen zur STABILO GREEN Linie kann angefordert werden unter [service@stabilo-promotion.com](mailto:service@stabilo-promotion.com).

43287 • Schwan-Stabilo Promotion Products GmbH & Co. KG • Tel +49 911 5673455  
[service@stabilo-promotion.com](mailto:service@stabilo-promotion.com) • [www.stabilo-promotion.com](http://www.stabilo-promotion.com)

## UNAUFFÄLLIG PRAKTISCH

**W**er beruflich viel unterwegs ist, hat meist auch viel Gepäck dabei. Der Rucksack Mission von Halfar ist hier ein idealer Begleiter. Der Notebook-Rucksack besteht aus schwarzem, glänzendem Nylon, das individuell bedruckt oder bestickt werden kann. Äußerlich in dezentem Schwarz gehalten, bietet er sowohl ausreichend Stauraum als auch ein angenehmes Tragegefühl. Die aufwändige Polsterung an Rücken und Schultergurten sowie der Handgriff sorgen für einen angenehmen Komfort. Durch weitere Polsterungen in der Reißverschluss-Vortasche sowie im Notebookfach ist auch der Inhalt gut geschützt. Der Rucksack verfügt über zahlreiche Extras, wie Schlüsselanhänger, eine Handy-Tasche und eine Vielzahl an Fächern und Taschen.

45666 • Halfar System GmbH • Tel +49 521 982440  
[info@halfar.com](mailto:info@halfar.com) • [www.halfar.com](http://www.halfar.com)



## SCHREIBGERÄTE, DIE ES IN SICH HABEN

**S**ilber-Effekt made by CO<sub>2</sub>-Laser heißt das neue Vertriebssegment des Schwarzwälder Traditionsunternehmens HERI-Rigoni. Die neu entwickelte Oberfläche aus Ganzmetall bietet eine edle Fläche für CO<sub>2</sub>-Laserbeschriftungen. CO<sub>2</sub>-Beschriftungsfirmen können ab sofort zusätzlich zur Beschriftungsdienstleistung auch die HERI-Schreibgeräte selbst in ihr Verkaufsprogramm aufnehmen. Sowohl die Werbeanbringung als auch die individuelle Anfertigung der Stempelplatten können von den Firmen, dank der neuen Verkaufsstrategie, eigenständig vorgenommen werden. HERI-Rigoni verhilft damit Beschriftungsunternehmen Zugang zu neuen Kunden und einem erweiterten Sortiment.

41016 • Heri-Rigoni GmbH • Tel +49 7725 93930  
[armin.rigoni@heri.de](mailto:armin.rigoni@heri.de) • [www.heri.de](http://www.heri.de)



The first and only

International exhibition in Italy for the promotional industry and personalization technologies

**15**<sup>th</sup> edition

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



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

contact us [sales@ops.it](mailto:sales@ops.it) - +39 02 39 206.222



**promotiontrade  
exhibition**

**MILAN 14 | 15 | 16 JANUARY 2015**

Fieramilanocity - Pavilion 1





## FÜR EIN GESUNDES RAUMKLIMA

Ob Temperatur-, Luftfeuchtigkeits- oder Zeitanzeige – die Metmaxx Wohlfühlstation „SatelliteJumbo“ von Spranz bietet zahlreiche Funktionen, um ein optimales Raumklima im Büro oder daheim zu schaffen. Die Station ist funkgesteuert und verfügt über eine große Funktionsanzeige. Diese unterscheidet zwischen grünem, gelbem und rotem Bereich. Integriert sind ein Innen- und Außenthermometer, ein Innen- und Außenluftfeuchtigkeitssensor, eine präzise Funkuhr (DC77) sowie die Snooze-Funktion oder die Tages- und Datumsanzeige. Die Wohlfühlstation kann sowohl auf dem Schreibtisch als auch an der Wand platziert werden. Sie ist CE geprüft, verfügt über einen Stromanschluss für Universaladapter (exkl.) und kann auch mit Batterien des Typs 2 UM3/AAA und 2 UM4/AAA betrieben werden. Geliefert wird die Station im hochwertigen Designkarton.

41462 • Spranz GmbH • Tel +49 261 984880

info@spranz.de • www.spranz.de

## SCHRAUBSTARKE BOX

Sie ist endlich wieder da: Die Wera Weihnachtsbox mit 36 hochwertigen Bits plus Halter. Die Bit-Safe Classic 10 umfasst alle gängigen Schraubprofile, so dass diese starken Weihnachtswichtel alle wichtigen Schraubarbeiten erledigen können. Die Bits, in 25 und 50 mm Länge, sind im robusten Bit-Safe aus Kunststoff verstaut und zur leichten Entnahme einzeln aufgereiht. Eine tolle Kombination, da die werbefreie Box zum Weiterverschenken anderer Kostbarkeiten genutzt werden kann.

48078 • Wera Werk • Tel +49 202 4045144

matuschek@wera.de • www.wera.de



## KLEINE VERPACKUNG, GROSSER INHALT

Immer bestens gerüstet – ob unterwegs oder im Alltag – ist man mit dem Multitool von Puma TEC. Die Zange mit Drahtschneider enthält auf jeder Griffseite je vier zusätzliche Werkzeuge, darunter Messer, Schraubendreher, eine Säge oder eine Feile. Die epoxy-beschichteten Griffe bestehen aus hochwertigem Aluminium. Geliefert wird das Multitool in einer Puma TEC Geschenkverpackung, die zusätzlich auch ein robustes Nylonsetui enthält.

41275 • C. Jul. Herbertz GmbH • Tel +49 212 206300

vk-werbeartikel@cjherbertz.de • www.cjherbertz.de

**NEW FOR 2014**

**ASI POWER  
SUMMIT**

**SCOTTSDALE**

**2014**

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

**Special Rate for PSI Members \$1995 US**



**September 14-16, 2014 @ Four Seasons Scottsdale, Scottsdale, AZ  
TO SIGN UP VISIT [www.asicentral.com/PSregistration](http://www.asicentral.com/PSregistration)**



## WEIHNACHTSZEIT IST TEEZEIT

**G**erade in der festlichen Jahreszeit gehört der Duft von frisch aufgebühtem Tee einfach dazu. Ob im Büro oder daheim, das RED NOSE TEA Geschenkset von koziol verbreitet mit seiner duftenden Früchtetee-Komposition weihnachtliche Stimmung. Zum Geschenkset gehört neben der Weihnachts-Teemischung auch das Teesieb RUDOLF in Form eines Rentiers. Erhältlich ist das Set in verschiedenen Farbkombinationen.

47406 • koziol ideas for friends GmbH • Tel +49 6062 6040  
incentives@koziol.de • [www.koziol-incentives.de](http://www.koziol-incentives.de)

## MIT WÄRMSTEN EMPFEHLUNGEN

**D**as Kirschkernkissen ist ein uraltes Hausmittel aus der Schweiz. Man bezeichnet es auch als ‚trockene Wärmflasche‘. Bei Erwärmung im Backofen oder in der Mikrowelle läßt sich der trockene Kirschkern mit Hitze auf und gibt diese gezielt an die gewünschte Stelle ab. Das Kirschkernkissen eignet sich auch sehr gut zur Hand- und Fußgymnastik. Die Dr. Junghans Medical GmbH empfiehlt den gesundheitsbewussten Kunden des Werbemittelhandels individualisierte Kirschkernkissen. Diese können auf dreifache Weise werben: mit Stoffgestaltung nach Kundenwunsch, per Aufdruck und per dezentem Label am Kissen selbst.

49287 • Dr. Junghans Medical GmbH • Tel +49 34345 5601-0  
s.poehnitzsch@dr-junghans.de • [www.dr-junghans.de](http://www.dr-junghans.de)



## TEXTILE ERINNERUNGEN

**E**ine Incentive-Tour durch die Traumkulisse verschneiter Berge – alles stimmt: das Wetter, das Team, die Unterkunft, das Programm, das Catering und die textile Ausstattung. Caps, Fleeceshirts, stylische Winterjacken oder Strickmützen und Schals, dank der Daiber-Marken myrtle beach und James & Nicholson ist die CI-gerechte Ausstattung der Teilnehmer in Firmenfarben inkl. Druck- oder Sticklogo zum günstigen Preiseinstieg bei langlebiger Qualität möglich. Ganz gleich ob es sich um eine hochwertige Incentive-Reise, oder eine Promotionaktion handelt, der Fokus liegt darauf, die Zielgruppe langfristig an den beworbenen Brand zu erinnern. Textile Give-aways sind hier ein ebenso einfaches wie geniales Tool, weil diese auch lange nach dem Erlebnis noch genutzt werden. Gerade im Bereich Promo Caps bietet myrtle beach eine große Vielfalt an Ausführungen beginnend bei der 2 Panel Cap bis hin zur 8 Panel Cap mit unterschiedlichen Schließen und einem umfangreichen Farbauswahl von bis zu 36 Farben.

42819 • Daiber • Tel +49 7432 70160  
info@daiber.de • [www.daiber.de](http://www.daiber.de)





EXPLORE THE RUSSIAN MARKET!

**IPSA**  
POWERED BY **PSI**

**26<sup>th</sup> EXHIBITION**  
OF THE PROMOTIONAL  
PRODUCTS INDUSTRY

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

CROCUS EXPO  
MOSCOW, RUSSIA

SEPTEMBER 23-25, 2014



REGISTER  
ONLINE TO VISIT  
**WWW.IPSA.RU**

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



## DAS BÄUMCHEN MIT DER BACKANLEITUNG

**M**an nehme eine Zuckerhutfichte, fünf Sternchen-Backförmchen, Zinkeimerchen und ein Rezeptkarte. Man binde darum eine blaue Schleife und fertig ist ein Weihnachtsartikel, der alles mit sich bringt, was für ein erfolgreiches Fest nötig ist. Multiflower setzt auch zu Weihnachten auf Nachhaltigkeit. Die Zuckerhutfichte ist zwischen 20 und 30 Zentimeter hoch und wird in einer Einzelversandkartonage geliefert. Die individuelle Werbebotschaft kann auf der Rezeptkarte (25 x 20 Millimeter) oder auf einem eigengestalteten Kärtchen (80 x 80 Millimeter) angebracht werden. Separat gibt es einen dazu passenden Schuber (Art. 4199-8).

45974 • Multiflower GmbH • Tel +49 6223 866560  
[info@multiflower.de](mailto:info@multiflower.de) • [www.multiflower.de](http://www.multiflower.de)

## GLÄNZENDE AUSSICHTEN

**V**erarbeitungsqualität auf Top-Niveau, die Füllung mit Premium-Schokolade und ein optimales Preis-Leistungs-Verhältnis stehen bei CD-LUX im Vordergrund. Der Adventskalender-Spezialist bietet in seinem leistungsstarken Sortiment über 20 innovative Neuheiten mit Aussagekraft und Funktionalität. Nachhaltige Werbewirkung garantiert unter anderem der neue Kult-Weihnachtsmann von Lindt & Sprüngli mit echtem Glöckchen. Die individuell bedruckbare Verpackung macht das Präsent zum Star in jedem vorweihnachtlichen Büro. Mit einer zartschmelzenden Schokoladenmischung von Lindt, bestehend aus einem Schoko-Weihnachtsmann und feinen Lindor Pralinés, beschert das neue Präsent „Himmlische Weihnachten“ winterliche Genussmomente. Und „Winterzauber“ bietet sich mit seiner edlen Lindt Schokolade als ideale Gabe für Kunden, Mitarbeiter und Geschäftspartner an. Näheres über diese und weitere glänzende Werbeaussichten – von der Konzeption bis zum fertigen Produkt, von Motivauswahl, modernsten Drucktechniken bis zum professionellen Einzelversand – gibt es direkt bei CD-LUX zu erfahren.

45452 • CD-LUX Adventskalender GmbH • Tel +49 9971 8571-0  
[info@cd-lux.de](mailto:info@cd-lux.de) • [www.cd-lux.de](http://www.cd-lux.de)





# Buy from the UK

**Buy from a bpma accredited member**

**Manufacturing in the UK is alive and flourishing**

**Our Great British Manufacturers & Suppliers are competitive and flexible**

## Buy from the UK:

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

**Contact the bpma for a list of bpma Accredited UK suppliers**

**[www.bpma.co.uk](http://www.bpma.co.uk)**

**Tel: +44 (0) 20 7631 6960**

**[enquiries@bpma.co.uk](mailto:enquiries@bpma.co.uk)**





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

**ARPE**<sup>®</sup>  
MADE IN BARCELONA

We are manufacturers  
we are creatives!  
*Communicative products*



Discover more **ARPE microfiber** products at:  
+34 937 937 677 | info@arpe.es  
[www.arpebarcelona.com](http://www.arpebarcelona.com)

PSI No. 48309

[www.arpebarcelona.com](http://www.arpebarcelona.com)

SCHREIBGERÄTE / WRITING UTENSILS

**P.COLLECTION**  
Fabrik für Schreibgeräte



[www.pcollection.de](http://www.pcollection.de)

PSI No. 42809

[www.pcollection.de](http://www.pcollection.de)

**SOL'S**<sup>®</sup>  
the Fair Spirit

**WEAR FOR LIFE**  
*Designed in France*



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](http://www.sols-europe.com)

**PENKO**

**MANA**  
High Quality  
Writing Instruments  
with Daming



[www.penko.net](http://www.penko.net) | Tel. +49-6127-991290

PSI No. 46550

[www.penko.net](http://www.penko.net)

**promo doro**

**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](http://www.promodoro.de)

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk  
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online  
in unserem PSI Product Finder  
[www.psiproductfinder.de](http://www.psiproductfinder.de)

BÜROBEDARF / OFFICE SUPPLIES

**plastolan**<sup>®</sup>  
the power of promotion



PSI No. 45727

[www.plastolan.de](http://www.plastolan.de)

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk  
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online  
in unserem PSI Product Finder  
[www.psiproductfinder.de](http://www.psiproductfinder.de)

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk  
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online  
in unserem PSI Product Finder  
[www.psiproductfinder.de](http://www.psiproductfinder.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  
als Werbegeschenk**  
**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

Feinste Werbe-  
Schokoladen und viele  
weitere Werbe-Süßwaren  
Tel. +49 (0) 7642 90 00 90  
www.kaiserstuhl-chocolaterie.de  
info@kaiserstuhl-chocolaterie.de



PSI No. 48639

www.kaiserstuhl-chocolaterie.de



**Schokoladenmünzen**

- als Standard  
Euro-Artikel

oder als

- *Spezialanfertigung  
für die Werbung*



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

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



**Licht trifft auf Sound**

LED-Glühbirne mit integriertem Lautsprecher

Mit der Playbulb präsentiert die Klaus Stephan GmbH einen innovativen Werbeartikel, der sich sowohl sehen als auch hören lassen kann. Die Kombination aus Glühbirne und Lautsprecher verfügt über 50 superhelle LEDs, die trotz niedrigem Energieverbrauch für eine hohe Lichtausbeute sorgen. Der 3W starke Bluetooth-Lautsprecher im Inneren der Glühbirne bietet mit Hilfe eines 360°-Abstrahlwinkels klangvollen Musikgenuss im ganzen Raum. Über eine App für Android (ab 4.3) und iPhones (ab 4s) kann die Glühbirne bedient und in verschiedene Modi, z.B. Aufwach-, Nacht- oder Standbymodus, geschaltet werden.

Klaus Stephan GmbH  
Heinrich-Diehl-Str. 2  
90552 Röthenbach

0911-120 33 01 0

info@stephan-gmbh.de  
www.stephan-gmbh.de

Personalisierung und Einfärbung in  
CI-Farben möglich.

Auf Wunsch auch in ansprechender  
Geschenckverpackung erhältlich



PSI No. 49319

www.stephan-gmbh.de

**HANDY ZUBEHÖR / CELL PHONE ACCESSORIES**



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

**TASCHEN & ACCESSORIES / BAGS & ACCESSORIES**



**papiertaschen.de**

PSI No. 45202

www.papiertaschen.de



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



PSI No. 47026

www.ichdruckdich.com

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



**SPIELWAREN / TOYS**

www.semo.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk  
PSI Supplier Finder 1/2014 oder online  
in unserem PSI Product Finder  
[www.psiproductfinder.de](http://www.psiproductfinder.de)

**SONDERANFERTIGUNGEN / CUSTOM MADE ARTICLES**

**Der neue Weihnachtskatalog ist da!**

GRATIS, den neuen Katalog anfordern  
unter [info@multiflower.de](mailto:info@multiflower.de) oder blättern  
Sie ONLINE auf [www.multiflower.de](http://www.multiflower.de)



**MULTIFLOWER**  
Promotion Ideen für Wachstum

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

PSI No. 45974

www.multiflower.de



**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](http://www.psiproductfinder.de)

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

PSI No. 42087

www.koessingerag.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](http://www.psiproductfinder.de)

**WELLNESS & KOSMETIK / WELLNESS & COSMETICS**



[www.trendfactory.eu](http://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](http://www.psiproductfinder.de)

STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS

# Suchen Junior-Accounter

Know-how über Werbemittel

MS Office

Organisationsstärke

IT-Affinität

Verhandlungssicherheit

Deutsch

Begeisterungsfähigkeit

Englisch

Zielorientiert

Offenheit

Engagement

Fröhlichkeit

Teamfähigkeit

Ehrlichkeit

Spaß am kreativen Verkaufen

Leidenschaft

Flexibilität

Kommunikationsstärke

Souveränität

Außendienstbereitschaft (teilweise)

**Wir sind:**  
Softwareproduzent (Materialwirtschaft und CRMophone) für die Werbemittelbranche

**Wir suchen:**  
Sie

**Wir bieten:**  
Geld

**Sie sind:**  
Multitalent

**Sie schicken:**  
Bewerbung mit Foto | Eintrittstermin | Gehaltsvorstellung

**per E-Mail an**  
martin.heinemann@cdh.info



**CDH** Computer Division Heinemann GmbH  
Max-Planck-Straße 11 | 42477 Radevormwald  
info@cdh.info | www.cdh.info

PSI No. 43811

www.cdh.info

## 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

Reed Exhibitions organisiert jährlich mit mehr als 3.000 Mitarbeitern über 500 Messen in 41 Ländern und ist damit der weltweit größte Veranstalter von Messen, Ausstellungen und Kongressen. Mit ca. 120 Mitarbeitern veranstalten wir - Reed Exhibitions Deutschland - vom Standort Düsseldorf aus 10 Messen pro Jahr in ganz Deutschland. Viele dieser Messen sind Welt- oder Leitmesse!

Sie fehlen uns zur Verstärkung unseres Sales-Teams in Düsseldorf als engagierter und flexibler

### Vertriebsmitarbeiter (w/m)

**wenn Sie:**

- Spaß an der Vermarktung unserer erklärungsbedürftigen Dienstleistungen und Produkte (wie Messestandflächen, Sponsoringleistungen) haben
- die Gewinnung neuer Kunden vorwiegend durch Telesales, aber auch durch Messebesuche als eine Ihrer persönlichen Stärken sehen
- Angebote konsequent nachverfolgen, die Datenbank immer aktuell halten und ihre Erfolge im vorgegebenen Reporting aufzeigen
- Augen und Ohren in der Branche offen halten, um erfolgreich neue Leads zu generieren und Marktentwicklungen frühzeitig zu erkennen

**Sie:**

- haben eine kaufm. Ausbildung oder ein Studium erfolgreich abgeschlossen; erste Vertriebs Erfahrungen sind von Vorteil
- sind kontakstark, gut organisiert und dank Ihres Zeitmanagements behalten Sie auch in Stresssituationen einen kühlen Kopf
- argumentieren gerne auf Deutsch und Englisch, idealerweise beherrschen Sie noch eine weitere Fremdsprache
- arbeiten routiniert mit dem PC und sind in den sozialen Netzwerken zu Hause
- haben Lust auf gelegentliche Messeeinsätze und Dienstreisen

**Wir:**

- freuen uns auf Sie und arbeiten Sie „on the job“ intensiv ein
- sind ein motiviertes und erfolgreiches Team mit flachen Hierarchien
- vergeben spannende Aufgaben im internationalen Messewesen
- bieten Ihnen gute Möglichkeiten zur persönlichen und fachlichen Entwicklung

Sie haben Interesse an dieser Position? Dann freuen wir uns auf Ihre Bewerbung mit Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung auf [www.reedexpo.de/karriere](http://www.reedexpo.de/karriere) oder an [bewerbung@reedexpo.de](mailto:bewerbung@reedexpo.de)

Bitte beachten Sie, dass diese Position bei Neueinstellung zunächst auf 24 Monate befristet ist.



**Reed Exhibitions**

Reed Exhibitions Deutschland GmbH  
Abt. HR - Völklinger Str. 4 - 40219 Düsseldorf  
[bewerbung@reedexpo.de](mailto:bewerbung@reedexpo.de)

Weitere Stellenangebote finden Sie auch online unter [www.psi-network.de/joboffers](http://www.psi-network.de/joboffers)

## WURTH INTER WERBUNG

Wir zählen als traditionsreicher Full-Service-Anbieter der Werbemittelbranche mit eigener Logistik und Sitz im Herzen Bayerns zu den führenden Dienstleistern am Markt. Als Tochterunternehmen der Würth Group beliefern wir große international agierende Unternehmen mit kreativen Werbearbeiten und Merchandisern.

Wir suchen motivierte und leistungsbereite neue Mitarbeiter, die sich engagiert neuen Herausforderungen stellen. Wir suchen Sie!

### Key Accountmanager im Außendienst m/w

### Vertriebsprofi im Außendienst m/w

Sie sind verhandlungssicher, erfahren im Vertriebsaußendienst und Projektmanagement, verfügen über sicheres Auftreten und ein gepflegtes Erscheinungsbild?

Sie besitzen hohe Fachkompetenz, Eigeninitiative und Ihre Arbeitsweise ist von vorausschauendem Denken und strukturiertem Handeln geprägt?

Sie haben Spaß daran, neue Kunden für unser Unternehmen zu begeistern? Ihre effiziente und selbständige Arbeitsweise runden Ihr Profil ab? Sie beherrschen die englische Sprache in Wort und Schrift verhandlungssicher, haben sehr gute MS Office Kenntnisse und idealerweise Kenntnisse im Bereich SAP?

Übernehmen Sie den Verkauf unserer Produkte in Festanstellung! Führen Sie Verhandlungen, leiten Sie eigene Projekte und pflegen Sie engen Kontakt mit unseren internationalen Kunden. Ihre hohe Flexibilität, Kreativität und Ihr gutes Gespür für Trends ermöglichen es Ihnen, sich in die Wünsche unserer Kunden hineinzusetzen.

Reisebereitschaft sowie routinierten Umgang mit modernen Kommunikationsmedien setzen wir voraus.

Wir freuen uns auf Ihre qualifizierte Bewerbung mit Ihrer Gehaltsvorstellung und Angaben zu Ihrem frühestmöglichen Eintrittstermin.

Bewerben Sie sich bitte schriftlich bei Sabine Bley, [sabine.bley@wuerth-interwerbung.de](mailto:sabine.bley@wuerth-interwerbung.de).

Würth Inter Werbung GmbH · Bahnhofsallee 8 · 86438 Kissing  
T 08233 79200 · [info@wuerth-interwerbung.de](mailto:info@wuerth-interwerbung.de) · [www.wuerth-interwerbung.de](http://www.wuerth-interwerbung.de)

EIN UNTERNEHMEN DER  
**WURTH GROUP**



8.30 - 17.30 h

www.psp.de

## Telefonische Auskunft auch sonntags 17-18 h

Unser Auftraggeber ist ein kerngesundes, mittelständisches Unternehmen mit etwa 600 Mitarbeitern und Hauptsitz in Baden. In mehreren Geschäftsbereichen ist die Firma Marktführer, aufbauend auf hochmodernen Produktionsbetrieben und langjährigen, engagierten Mitarbeitern. Im Rahmen einer Altersnachfolgeregelung suchen wir eine akquisitionsstarke Persönlichkeit (m/w) als

## Außendienstmitarbeiter Werbemittel Vertrieb an den Werbemittelhandel

Dabei denken wir an Kandidaten aus dem Bereich Werbemittel oder vergleichbarer, schnell drehender Produkte (z. B. Befestigungstechnik, Werkzeuge) die über mehrjährige Akquisitionserfahrungen verfügen und eine überregionale, auch internationale Tätigkeit (englische Sprachkenntnisse sind notwendig) bei einem gesunden Marktführer suchen.

Die Aufgabe kann sowohl vom Stammsitz des Unternehmens in Baden aus als auch von einem Home Office in zentraler Lage Deutschlands wahrgenommen werden. Sie werden einen großen Kundenstamm übernehmen und diesen intensiv betreuen sowie neue Kunden akquirieren. Dabei arbeiten Sie weitestgehend nach eigener Planung und werden durch einen leistungsfähigen Innendienst unterstützt.

Bitte richten Sie Ihre Bewerbung für die Position Außendienstmitarbeiter – für einen Erstkontakt reicht uns ein per E-Mail übersandtes Anschreiben und ein Lebenslauf -, deren vertrauliche Behandlung zugesichert wird (Beachtung von Sperrvermerken ist selbstverständlich), mit Angaben über Einkommensvorstellung und frühestmöglichem Eintrittstermin unter Kennziffer 68289 an die

**P  
S  
P**

### Personalberatung PSP Porges, Siklössy & Partner GmbH

Colmantstraße 36 • D-53115 Bonn • Phone +49(0)228 608 999-0 • bewerbung@psp.de

Belgien • England • Frankreich • Luxemburg • Niederlande • Österreich • Polen  
Rumänien • Schweiz • Skandinavien • Spanien • Ukraine • Ungarn

### INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	INSERENT / ADVERTISER	SEITE / PAGE	PSI No.	INSERENT / ADVERTISER	SEITE / PAGE
48309	Manufacturas Arpe, S.L.	010+011, 120	42332	prodir S.A.	001
49060	ASI Advertising Specialty Institute	115	45471	Promodoro Fashion GmbH	025, 120
47411	badge4u	122		PSI - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	042, 044, 048, 049, 076, 079, 080, 086, 091, 092, 101, 3. Umschlagseite / 3rd Cover page
45202	BAGS BY RIEDLE	122		PSP Porges, Siklössy & Partner GmbH	125
46905	Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG	049		Reed Exhibitions Deutschland GmbH	124
49043	bwg e.V.	045, 059	48319	same same but Different GmbH	087, 123
43811	CDH Computer Division Heinemann GmbH	124	42880	Signum Siebdruck - Tampondruck GmbH	091, 123
45452	CD-LUX GmbH 051, 121		46325	Slodkie Upominki	121
44273	C & CH, Más que un caramelo, S.L.	004	44472	SOL'S - SOLOINVEST S.A.S. 002+003, 120	
48316	Chocolissimo by MM Brown Deutschland GmbH	071	45341	Stereo Holland-Gebäck GmbH	077, 121
45619	CLIPPY - Artur Begin, S.L.	2 Umschlagseite / 2nd Cover page	48447	SUITSUIT International BV	127
42819	Gustav Daiber GmbH	007, 009	41308	terminic GmbH	121
49081	ENTRADA Textile Dienste GmbH	089	42842	Teutoburger Spezialitäten Pappert GmbH	049
47026	Eyespot Werbemittel GmbH & Co. KG	122	47186	TLN Trade Company GmbH	073
	Göller Verlag GmbH	097	41941	Trendfactory B.V.	123
42919	Siegfried Hintz - MAG-LITE	Titel-Altarfalz / Cover Gatefold	44970	TRIGON Deutschland GmbH 005	
42907	Inspirion GmbH	028	44970	TRIGON Deutschland GmbH 123	
6988	Würth Inter Werbung GmbH**	124	41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH Verlag Werben & Verkaufen GmbH	083 093
	IPSA - Institute of Professionals in Specialty Advertising	117	46453	Viba sweets GmbH	081
41545	Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG	079	44281	VICTORINOX AG	041
48639	Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co. KG	075, 121		viscom - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	107
49319	Klaus Stephan GmbH	122	46622	Viva-Plus	062+063
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH	053, 121		Vogel Business Media GmbH & Co. KG	109
42087	Kössinger KG	123	44323	Zwei Brüder Optoelectronics GmbH	4. Umschlagseite / 4th Cover page
48283	Maikii s.r.l.	085	47395	Zwilling J. A. Henckels AG	043
40111	MARTOR KG	089			
48679	Moleskine SpA	047		Beilage / Inserts (*Teilaufgabe / Part circulation)	
45974	Multiflower GmbH	045, 123	44455	LINOTEX GmbH	*
49990	O.P.S. srl	113	48679	Moleskine SpA	*
45998	O-Square GmbH	087		PSI - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	*
42809	F. Pecher GmbH	120		Reed Exhibitions Deutschland GmbH und Deutsche Messe AG	*
46550	PENKO GmbH 120		41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	
40972	PF Concept International B.V.	122			
50288	PIAP Polska Izba Artykulów Promocyjnych	111			
45727	Plastolan GmbH	091, 120			
41565	KP Plattner GmbH	121			



# WAS TUN WIR FÜR DIE BRANCHE?

Ich möchte an dieser Stelle an meinen Beitrag aus dem letzten PSI Journal zum Thema nachhaltige Wertschöpfungskette anknüpfen. In einer Befragung von Lieferanten fiel mir die Antwort eines Teilnehmers auf. Es ging um das Thema Ehrenkodex der Werbeartikelbranche. Sinngemäß wurde bemängelt, dass es sich um eine Initiative handle, die im Sande verlaufen sei und von der man nichts mehr gehört habe.

Gemeint ist der GWW Ehrenkodex, der bei den deutschen Verbänden einheitlich im Einsatz ist. Beim PSI verwenden wir diesen Kodex auch international. Jedes neue Mitglied muss ihn unterschreiben. Diese Information wird auch in den PSI Verzeichnissen dokumentiert und publiziert. Der Kodex ist eine Selbstverpflichtung und damit ein Qualitätskriterium eines Unternehmens sowie einer ganzen Branche. Auch wenn nur schwer überprüft

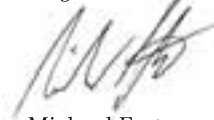
werden kann, ob sich das unterzeichnende Unternehmen an die einzelnen Kriterien hält, so ist der Kodex doch ein wichtiges Instrument in der Außendarstellung eines Unternehmens, ein wichtiges Instrument einer professionellen Branche. Im Sande verlaufen ist diese Initiative also nicht.

Stellt sich die Frage: Werden die Aktivitäten des PSI und der Verbände nicht ausreichend wahrgenommen? Wird falsch oder zu wenig kommuniziert? Oder interessieren sich die wenigsten für diese Aktivitäten? Letzteres kann ich mir nicht wirklich vorstellen, wenn ich die Vielzahl der Initiativen betrachte, mit der sich die Branche beschäftigen muss: Themen wie Einkommensteuerproblematik, Produktsicherheit, ZPÜ und Nachhaltigkeit kosten die gesamte Branche viel Zeit und Ressourcen. Die Beschäftigung damit ist ein notwendiges Übel, mit Freude hat das wenig zu tun. Aber auch die positiven, mit Da-

ten belegten Brancheninformationen wie beispielsweise die Werbewirkung von Werbeartikeln werden nicht angemessen beachtet und eingesetzt.

Liegt es daran, dass wir alle zu sehr mit uns selber beschäftigt und wir nur noch Getriebene sind? Gibt es zu viele Kommunikationskanäle oder werden diese nicht richtig genutzt? Was läuft hier nur falsch?

Es grüßt Sie



Michael Freter  
Herausgeber PSI Journal  
Geschäftsführer PSI  
[michael.freter@psi-network.de](mailto:michael.freter@psi-network.de)



»Werden die Aktivitäten des PSI und der Verbände nicht ausreichend wahrgenommen?«



**Suitsuit**  
THE ORIGINAL



Ab/From € 35

DRIVEN BY PASSION  INSPIRED BY FASHION

— SUITSUIT.COM/B2B —

The artwork, designs and trademarks imprinted on the products displayed in this advertisement are reproduced only as examples of the type and quality of our design and printing options.





## AUF DEN GESCHMACK KOMMEN

**O**b in Kochshows oder Feinschmeckermagazinen: Die kulinarische Küche ist immer ein Thema. Doch was genau verbirgt sich dahinter? In jedem Fall hat es etwas mit dem Genießen zu tun. Was jedoch als Genuss empfunden wird, ist subjektiv und damit individuell unterschiedlich. So unterschiedlich und vielseitig wie die Werbearbeit zu unserem Titelthema „Küche und Kulinarisches“. Eine nicht minder große Auswahl „schmackhafter“ Produkte bietet die zweite Titelstrecke „Rund um Laptop, Smartphone und Tablet“. Bei beiden Themen sollte also für jeden Geschmack etwas dabei sein. **Bitte denken Sie schon jetzt an die Titelthemen der Dezember-Ausgabe „Nachhaltigkeit und Fairtrade“ sowie „Made in Germany“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) spätestens bis zum 17.10.2014 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail hoecherner@edit-line.de.** <



## BESTES WETTER AUS WERTHEIM

**W**er 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. Mit heute insgesamt über 230 Mitarbeitern in der Dostmann Gruppe ist die Firma ein wichtiger und stabiler Arbeitgeber im Taubertal. <

## BWG TREND 2014: AUF NACH HOLLYWOOD

**A**m 12. und 13. September 2014 war es wieder soweit: Im Modezentrum Euromoda in Neuss traf sich wie jedes Jahr um diese Zeit die Branche zur Trend, der Produktschau des bwg. Die über 100 ausstellenden Lieferanten zeigten dem Handel die neuesten Produkte, Marketinglösungen und Trends in Sachen Werbearbeit. Die Messe ist seit Jahren Trend-Barometer und Ideengeber für das Weihnachtsgeschäft. Das PSI Journal berichtet. <



### IMPRESSUM

Verlegt exklusiv für die Werbearbeit-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 Höcherner, Anke Zimmermann,  
Christian Jacob, Werner Menzel, Christoph Zimmermann,  
Simon Dietzen

**Chefvom Dienst:** Martin Höcherner

**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,  
Patric Mekas, Klaudia Mann

**Fotos:** Lars Behrendt, Ursula Geppert, Martin Höcherner,  
Anke Zimmermann u.a. Titelmotiv und redaktionelle  
Beiträge teilweise unter Verwendung von Fotos von  
www.fotolia.de

**Übersetzungen:** Translanguage, D-40885 Ratingen

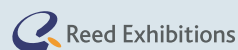
**Druck:** Kössinger AG  
D-84069 Schierling

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.







# PSI 2015

DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE  
DER WERBEARTIKELINDUSTRIE

7. – 9. JANUAR  
DÜSSELDORF

# STYLE YOUR BUSINESS

JETZT MESSETICKETS BUCHEN!

[www.psi-messe.com](http://www.psi-messe.com)



**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