

JOURNAL

SPECIAL:
Artikel für
Fußball-Fans



Gunnar und Nils Sprinkmann
Sprinkmann GmbH
Kompetenz und Kontinuität

Werbeartikel-Guide
Gesundheit, Kosmetik,
Wellness
Sonderanfertigungen

GWV
Weichen für die Zukunft
gestellt

10 Jahre PSI Design Forum
Erfolg durch Design

Clipper
Partnerschaftlich zu
mehr Erfolg



BEST PRACTICE PRODUKTENTWICKLUNG

DER KUNDE ALS TEAMPARTNER



www.zwilling.com



ZWILLING
J.A.HENCKELS



SO INDIVIDUELL WIE IHR UNTERNEHMEN!

Es soll etwas ganz Besonderes sein? Ein persönlicher Werbeartikel, mit dem Sie Ihre Kunden begeistern können? Lassen Sie uns gemeinsam Ihr ZWILLING Wunschprodukt entwickeln. Auf unsere langjährige Erfahrung und Expertise in den Produktsegmenten Küche/gedeckter Tisch und Beauty können Sie sich verlassen. In einem gemeinsamen Gespräch ermitteln wir Ihre kundenindividuellen Anforderungen und begleiten Sie kompetent von der Ideenfindung über die Konzeption bis hin zur Umsetzung. Bitte sprechen Sie uns an! Sehr gerne erstellen wir Ihnen ein Angebot und stehen Ihnen für Fragen aller Art zur Verfügung.



Sie erreichen die Kester Bolz Handelsvertretung, die für unseren Werbemittelvertrieb bundesweit zuständig ist, unter:

Kester Bolz Handelsvertretung

Buntentorsteinweg 169

28201 Bremen

Tel: 0421 5251780

Fax: 0421 5251793

Email: Info@Kesterbolz.de

ZWILLING. Passion for the best.
Since 1731.

EDITORIAL: NUR NOCH EIN VERBAND IN DEUTSCHLAND

Es weiß jeder, wie schwer es ist, Strukturen aufzubrechen. Besonders, wenn sie mit Hierarchie- und Machtelementen verknüpft sind und auf freiwilliger Basis geschehen müssen. Aus Politik und Verwaltung kennt man in jedem europäischen Staat Hunderte von Beispielen. Die Werbeartikelwirtschaft in Deutschland, in der alle Verbände wechselnd mal besser und mal schlechter aufgestellt waren, hat sich vor zwei Jahren auf den Weg zur Einheit, gemacht. Maßgebliche Impulse kamen vom BWL, dem Verband der Lieferanten. Hier hatte man schon länger gesehen, ähnlich wie im wirtschaftlichen Alltag, dass es mit Klein-Klein nicht mehr sinnvoll weiter gehen kann.“

Diese Zeilen stammen aus einem Editorial, das nahezu ein Jahr alt ist. Und in diesem Jahr ist gelungen, was viele gewünscht, aber nicht alle geglaubt hatten. Jetzt hat sich der neu konstituierte Gesamtverband der Werbeartikelwirtschaft (GWW) erstmalig im Rahmen eines Summer Meetings zu einem Arbeitstermin getroffen. Die Verbände, die bisher selbstständig waren, sind nun in Sektionen aufgegangen. Sie wählen jeweils einen Sprecher, der dann in den Vorstand des Gesamtverbandes einziehen wird. Die ersten wirklichen Neuwahlen wird es dann im Dezember in Berlin geben. Symbolisch sicher auch eine gute Wahl.

Beim Summer Meeting zeigte sich überraschend klar, dass es mehr als klug war, den Weg der Einheit zu begehen, wenn er auch steil und durchaus steinig war. In den ersten Arbeitssitzungen der Sektionen wurde sehr deutlich, dass man in nahezu allen Punkten sehr ähnlicher Meinung ist und die Herausforderungen der Zukunft ebenso ähnlich einschätzt. Da war nichts mehr von alten Eifersüchteleien zu spüren, die oft den Blick für das Wesentliche vernebelten.

Ein großes Kompliment an alle, die diesen Prozess konstruktiv mitgestaltet haben. Viele werden im neuen GWW nicht mehr dabei sein, zumindest nicht in ihren bisherigen Funktionen. Zurück in Glied zu treten, um einem neuen Ganzen den Weg zu ebnet – Chapeau.

Bleibt zu hoffen, dass dieser Schritt mittel- bis langfristig auch dazu führt, dass sich alle Marktteilnehmer als Einheit sehen. Marktteilnehmer, das sind Lieferanten, Berater und Werbetreibende. Ohne die Kunden werden wir die Branche nicht dorthin bringen können, wo wir sie alle gern sehen möchten: als gleichberechtigte Partner der Werbewirtschaft. Im Fokus dieser Ausgabe (ab Seite 8) finden Sie ein treffendes Beispiel, wie eine solche Partnerschaft aussehen kann. Das darf Beine kriegen.



Manfred Schlösser

In diesem Sinne

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

Put a ring on it!



New DS9 Ring Option

more at ds9.prodir.com

prodir®

Personality pens.
Swiss made.

Prodir SA
Via Serta 22
CH-6814 Lamone
+41 (0)91 935 55 55

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

www.prodir.com
open.prodir.com

Für Planer, die nichts dem Zufall überlassen.

Verlässliche Messedaten
tragen dieses Zeichen:



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

www.fkm.de

BEGREIFEN UND WOHLFÜHLEN

30

Zur Gesundheit zählt seit dem Beginn vernünftig denkender wie bewusst fühlender Menschen sowohl das körperliche wie auch das geistige Wohlbefinden. Daraus hat sich ein umsatzstarker Markt entwickelt, zu dem auch die Werbearbeitbranche schöne wie wohltuende Produkte beizusteuern hat.



TRENDS & BRANDS	Schön verpackt	4
BRANCHE	GWG: Weichen für die Zukunft gestellt	6
FOKUS	Best Practice Produktentwicklung: Der Kunde als Teampartner	8
PSI 2016	Dabei sein lohnt sich	16
GESUNDHEIT, KOSMETIK, WELLNESS	Begreifen und wohlfühlen	30
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	54
	cyber-Wear und Ford of Europe: Neues Level der Zusammenarbeit	58
	Trend 2015: Glamouröser Abend	60
	10 Jahre PSI Design Forum: Erfolg durch Design	62
SONDERANFERTIGUNGEN	Wünsch dir was	66
UNTERNEHMEN	Clipper: Partnerschaftlich zu mehr Erfolg	86
PORTRAIT	Gunnar und Nils Sprinkmann: Kompetenz und Kontinuität	88
EM-SPEZIAL	Werbeartikel zur Fußball-Europameisterschaft	92
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	98
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	112
MEINUNG		114
IMPRESSUM		116

DER KUNDE ALS TEAMPARTNER

8



In unserer Case Study beleuchten wir die Entstehung der Ford Vignale Collection als gelungene Umsetzung von Markenwerten in eine Produktkollektion von allen Seiten. Das Besondere an unserem Round Table: Neben einem Händler und fünf am Projekt beteiligten Lieferantenpartnern saß auch der Industriekunde mit am Tisch. Das Protokoll einer spannenden Gesprächsrunde.

GLAMOURÖSER ABEND

60



Die TREND zeigt jedes Jahr neue Produkte und Entwicklungen der Branche. Doch sie bietet noch mehr: Die Abendveranstaltung im Anschluss an den ersten Messetag ist ein entspanntes Get-together mit Dinner und Partycharakter. In diesem Jahr stand der Abend ganz im Zeichen der Verleihung der PSI Sustainability Awards. Den edlen Rahmen bildete die Classic Remise in Düsseldorf.

ERFOLG DURCH DESIGN

62



2005 startete das PSI mit einem neuen Service für seine Mitglieder: dem PSI Design Forum. „Warum sind denn Designer auf dieser Messe?“, fragte man sich damals. Inzwischen weiß jeder: Das Team aus vier erfahrenen Produktdesignern fungiert als kreativer Ratgeber und Designpartner rund um das Thema formschöne und wirkungsstarke Werbemittel.

KOMPETENZ UND KONTINUITÄT

88



Sechs Generationen, drei davon Werbeartikel-Berater: Die Gunnar Sprinkmann GmbH hat lange Tradition. Das Unternehmen, das immer nach dem aktuellen Gesellschafter benannt ist, gehört bis heute zu den renommiertesten deutschen Werbeartikel-Beratungsfirmen. Unser Portrait rückt nicht nur die Unternehmer selbst in den Fokus, es geht auch um ihr ganz persönliches Verständnis ihres Berufs als Werbeartikel-Berater.



Plüschtierwelt

Frische Ideen in Plüsch!

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



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

TRIGON Deutschland GmbH

Kränkelsweg 28 · D - 41748 Viersen

Tel. 0 21 62 - 53 00 8-0 · Fax 0 21 62 - 53 00 8-20

E-mail: info@semo.de · www.semo.de

**KNUSPRIGER KLASSIKER**

Keks-Rundbox
logoline Präsente
c/o Fickenschers Backhaus GmbH
PSI Nr.: 46104
www.logolini.com

**HÜBSCH „DOSIERT“**

Teedose
Henosa-Plantanas Group GmbH
PSI Nr.: 47992
www.werben-mit-tee.de

**ECHT SÜSS**

Zuckerstreuer „Pyramide“
Zuckermaier GmbH
PSI Nr.: 47457
www.zuckermaier.de

**MODERN IM RETRO-STIL**

Stülpedeckeldose
ADV PAX Lutec Vertriebs GmbH
PSI Nr.: 46850
www.adv-pax.de

SCHÖN VERPACKT

Sie waren für ihre kreativen Verhüllungen und Verpackungen bekannt: das schillernde Künstlerpaar Christo und Jeanne-Claude. Ob es 178 verhüllte Bäume in einem Schweizer Park waren, verhüllte Fußwege im US-Bundesstaat Kansas, die Verhüllung der berühmten Pont Neuf in Paris oder des Reichstags in Berlin – wo Christo und Jeanne-Claude Verpackungsmaterial künstlerisch zum Einsatz brachten, war ihnen jede Menge Aufmerksamkeit garantiert. Eben wegen des Eye-catchers Verpackung. Dass auch in der Werbearbeitbranche die Umhüllung eines Produktes ein echter Hingucker sein kann, zeigen beispielhaft die hier abgebildeten Verpackungen.

FASHION · LIFESTYLE · SPORTS



NEW



Order now!

daiber

Hotline: +49 7432/7016-800

www.daiber.de

www.lach-communicatongroup.com

GWW SOMMERMEETING

WEICHEN FÜR DIE ZUKUNFT GESTELLT

Beim Sommermeeting des „neuen“ Gesamtverbandes der Werbeartikelwirtschaft (GWW) gab es bei den Nominierungen für die Neuwahlen am 16. Dezember in Berlin klare personelle Entscheidungen. Bis zur dortigen Mitgliederversammlung bleibt der alte Vorstand noch im Amt. So gesehen war das Sommermeeting im hessischen Morschen nur ein Zwischenergebnis, aber ein sehr wichtiges.

Als die Ergebnisse der ersten Workshops der Sektionen im Tagungsort Kloster Haydau auf dem Tisch lagen, wurde schnell erkennbar, dass man sich in nahezu allen Punkten einig ist und auch die Bedeutung der Zukunftsthemen sehr ähnlich sieht. Im GWW weht erkennbar ein frischer Wind. Nichts mehr ist zu spüren von den alten Querelen der Einzelverbände, die sich nicht selten der Sacharbeit in den Weg gestellt haben. Ganz im Gegenteil.

GELEBTE BRANCHENEINHEIT

In der stillen und schönen Atmosphäre des Klosters im nordhessischen Morschen gelang, was viele Branchenkenner vor ein paar Jahren noch für unmöglich gehalten hatten: Brancheneinheit wurde gelebt, Personen einhellig gewählt und Themen für die Zukunft sondiert. Künftig organisiert sich der GWW, ähnlich dem Modell des Hotel- und Gaststättenverbandes DEHOGA, als Verband mit Vorstand und verschiedenen Fachsektionen. Aus ihnen heraus sollen die Themen in die Arbeit des Vorstandes getragen werden, der sich als 6er-Gremium aus den Sektionssprechern und zwei weiteren Vorständen bildet.

WAHL DER SEKTIONSSPRECHER

Zu Sektionssprechern und Stellvertretern wurden beim Sommermeeting gewählt: Dr. Frank Ohle (Senator) und Jürgen Geiger (Gei-



ger-Notes) für die Sektion Lieferanten, Ronald Eckert (Döbler) und Karin Lindenberg (Mansard) für die Sektion Berater, Frank Dangmann (Lamy) und Sven Weiß (Eilers) für die Sektion Markenartikler, Manfred Schlösser (PSI) und Martin Heinemann (CDH) für die Sektion Business-Partner. Am 16. Dezember werden sich diese Personen, die von ihren Sektionen nominiert wurden, der Mitgliederversammlung in Berlin zur Wahl für den Vorstand stellen. Weiter kandidieren Patrick Politze zum Vorsitzenden und Michael Freter als einer seiner Stellvertreter.

SCHNUPPER-MITGLIEDSCHAFTEN MÖGLICH

Die Mitgliederversammlung des GWW repräsentiert zurzeit rund 300 Mitglieder. Damit es bald mehr werden, wurde in Morschen beschlossen, dass künftig Schnupper-Mitgliedschaften für einen halben Jahresbeitrag und für ein Jahr möglich sein sollen. In dieser Zeit sollen die Schnupper-Mitglieder miterleben können, wie hilfreich und erfolgsfördernd die Mitarbeit in einem praxisorientierten Verband sein kann. Patrick Politze, der amtierende und wohl auch neue Vorsitzende, schloss das Sommermeeting in Morschen mit den Worten: „Schön, dass wir die durchaus großen Probleme der Branche jetzt in Gemeinsamkeit angehen können“. Eine Gemeinsamkeit, an der er einen sehr großen Anteil hat. <

DER NEUE BEIRAT DES GWW

- **Josef Bösl**, Kahla Porzellan GmbH
- **Gabriele Bühring**, Gabriele Bühring
- **Karl Helesic**, Impressiv Werbeartikelverbund KG
- **Holger Kapanski**, DIE6 Promotion Service GmbH
- **Meinhard Mombauer**, LM Accessoires GmbH
- **Michael Puchtler**, Giving Europe GmbH
- **Marco Römisch**, Burg Services GmbH & Co. KG
- **Michael Scherer**, WA Media GmbH
- **Wolfgang Schmidt**, Promowolsch
- **Uwe Schneider**, Michael Schiffer Promotion GmbH

FASHION • LIFESTYLE • SPORTS



NEW



Order now!

daiber

Hotline: +49 7432/7016-800

www.daiber.de

www.lach-communicatigroup.com



BEST PRACTICE PRODUKTENTWICKLUNG

DER KUNDE ALS TEAMPARTNER

In unserer Case Study beleuchten wir die Entstehung der Ford Vignale Collection als gelungene Umsetzung von Markenwerten in eine Produktkollektion von allen Seiten. Das Besondere an unserem Round Table: Neben einem Händler und fünf am Projekt beteiligten Lieferantenpartnern saß auch der Industriekunde mit am Tisch. So ergaben sich nicht nur tiefere Einsichten in das Zusammenspiel von Branchenvertretern und Kunde, sondern auch ein Blick aus nächster Nähe auf die Markenstrategie und Markenführung einer Weltmarke.

Kreativität und Kompetenz – wenn es um die Entwicklung maßgeschneiderter Produkte und Sonderanfertigungen geht, zeigt die Branche, was sie kann. Der Weg zum optimalen Produkt ist mal länger, mal kürzer, mal eben und mal steinig, aber mit Sicherheit immer anders. Jeder Händler und jeder Lieferant hat seine individuelle Art, an die Aufgabenstellung des Kunden heranzugehen und ein Projekt umzusetzen. Was wir auf der PSI oder in den Showrooms sehen, sind die Ergebnisse von Entwicklungsprozessen, die Handel und Lieferanten viel persönliche Erfahrung, Wissen und Geschick abfordern. Ob die Produkte dann wirklich passen, ob das Handling klappt und der Kunde am Ende zufrieden ist, das hängt auch davon ab, wie alle Beteiligten zusammenarbeiten und miteinander umgehen.

HÄNDLER, LIEFERANT UND KUNDE AN EINEM TISCH

Genau diesen Teil des Prozesses haben wir in unserer Case Study des Projekts „Ford Vignale Collection“ unter die Lupe genommen. Hierzu haben wir einen Händler und seinen Kunden sowie fünf an der Kollektionsentwicklung beteiligte Lieferanten an einen Tisch gebeten. Bei unserem Round Table-Gespräch waren dabei: Steven Baumgärtner (cyber-Wear), Patrick Döring (Acar), Jörg Herzog und Claudio Marchi (zogi), Meinhard Mombauer (LM Accessoires), Tobias Köckert (Mahlwerck) und Toska Siek-



Nicht alltäglich, aber zielführend: Lieferant und Industriekunde im Dialog. Tobias Köckert und Markus Egbert vom Team Ford Customer Service Europe (v.l.).

mann (Alta Seta) sowie die federführende Designerin des Kunden Ford Erika Tsubaki (Ford Design) und Markus Egbert, Manager Accessories (Ford Customer Service Division Europe). Gemeinsam spürten wir der Frage nach: Worauf kommt es an, wenn eine hochwertige Kollektion von Designartikeln für einen Markenhersteller entwickelt wird? Wie läuft ein solcher Prozess ab und welche Stolpersteine sind zu überwinden?

ROLLEN KRITISCH HINTERFRAGT

Die angeregte und sehr offene Diskussion lieferte nicht nur Antworten auf diese Fragen, sie ging im Verlauf auch über das

eigentliche Thema hinaus und hinterfragte kritisch die traditionellen Rollen von Handel, Lieferant und Endkunde im heutigen Werbeartikel-Business. Denn der direkte Kontakt von Industriekunde und Lieferant wird noch immer als problematisch beurteilt, obwohl er aus guten Gründen immer mehr zum Standard wird. Die Gesprächsteilnehmer waren sich in dem Punkt einig: Je komplexer die Projekte und je anspruchsvoller die Aufgaben, desto sinnvoller und zielführender ist die Einbindung des Lieferanten in die Kommunikation zwischen Händler und Industriekunde.

Zum Verständnis der Anforderungen, die hinter der Ford Vignale Collection stehen, wollen wir zunächst klären: Was ist Ford Vignale?

Erika Tsubaki: Ford Vignale ist die exklusivste Ausstattungslinie, die der Kunde für ein Ford-Fahrzeug wählen kann. Sie ist erstmals für den neuen Ford Mondeo verfügbar. Das Design soll nicht nur gefallen, es soll den Kunden faszinieren. Das zentrale Element ist das charakteristische Sechseck, das als markantes Signet unter ande-

rem am Kühlergrill und an den Sitzpolsternähten wiederkehrt. Viele Details machen jeden Ford Vignale zu etwas ganz Besonderem: Neben der schnittigen Linienführung des Außendesigns besticht Ford Vignale durch die hochwertige Innenausstattung mit bequemen Sitzen aus weichem Leder, feinen, handgearbeiteten Nähten sowie diversen innovativen Technologien. Das Markenerlebnis wird komplettiert durch maßgeschneiderten, persönlichen Service und individuelle Beratung in den im glei-

chen Design edel ausgestatteten Ford Vignale Lounges, die in 500 ausgewählten Autohäusern in Europa entstehen.

Namensgeber der Marke ist der italienische Autodesigner Alfredo Vignale...

Markus Egbert: Ja, er hat uns in der Tat inspiriert. Vignale gilt als Künstler unter den Karosseriebauern und schuf einige der legendärsten Automobile der 50-er und 60-er Jahre. Vignale repräsentiert ein Stück unserer Markenhistorie, denn Carrozzeria

Vignale wurde 1969 von Ghia übernommen, das seit 1970 zur Ford Motor Company gehört. Der Name steht für den hohen Anspruch, den wir als Designer und Autobauer noch heute haben: Wir legen nicht nur großen Wert auf technische Perfektion, sondern gleichermaßen auch auf Ästhetik, Ausstattungs-Details und Qualität der Verarbeitung. Diese Inhalte spiegeln sich in der Marke Ford Vignale wider, die Eleganz mit Sportlichkeit verbindet.

Welche Bedeutung hat das Vignale Konzept in der Ford-Markenstrategie?

Erika Tsubaki: Ford Vignale ist Teil unserer Markenstrategie: Damit dokumentieren wir, dass wir europaweit eine Premium-Linie bieten können, ohne ein ausgesprochener Premium-Hersteller zu sein. Seit Jahren ist unsere Top-Ausstattung Titanium schon sehr erfolgreich, also sind wir mit Ford Vignale nochmals darüber hinausgegangen und haben ein High-End-Angebot etabliert, für das der Markt offenbar aufnahmefähig ist. Dahinter steht das Ziel, sowohl anspruchsvolle Ford-Kunden zu bedienen als auch Neukunden aus dem Premium-Segment für Ford zu interessieren. Die Kerneigenschaften der Marke sind Technologie, Sicherheit, Qualität und Umweltbewusstsein. Diese Eigenschaften kennzeichnen nicht nur alle Ford-Fahrzeuge, sondern auch alle anderen Produkte, die wir entwickeln. Die Markenstärke zeigt sich auch in den Details, die Vignale ausmachen.

Wo setzt hier die Idee der Ford Vignale Collection an?

Markus Egbert: Der zielführende Gedanke war: Der Kunde soll etwas vom Erlebnis des Fahrens in seinem Ford Vignale Modell mitnehmen können – auf Reisen, aber auch dann, wenn das Auto wieder in der Garage steht, soll der Kontakt zur Marke bestehen bleiben. So wurde passend zur Ausstattungslinie eine Kollektion extravaganter und sehr hochwertiger Lifestyle-Accessoires entwickelt, an die wir ebenso hohe Maßstäbe anlegen wie an die Fahrzeuge selbst. Die Umsetzung erfolgte in

Steven Baumgärtner, cyber-Wear: „Partnerschaft und Vertrauen müssen Weg und Ziel zugleich sein.“



Erika Tsubaki, Ford Design: „Wir verstehen und respektieren uns und ziehen alle an einem Strang.“

enger Zusammenarbeit mit cyber-Wear, unserem langjährigen Partner für das Merchandising.

Cyber-Wear betreut bereits seit 2010 den Bereich Ford Merchandising und ist verantwortlich für die Entwicklung, Produktion und Vermarktung der Ford Lifestyle Collection. Wie kam es zu dieser Zusammenarbeit?

Steven Baumgärtner: Ford hatte festgestellt, dass die am Markt erhältlichen Standardartikel die Marke nicht optimal repräsentieren und damit begonnen, das Design einzelner Produkte selbst in die Hand zu nehmen. Ziel war, eine Kollektion aufzubauen, deren Produkte perfekt auf die Zielgruppen zugeschnitten sind und in allen Aspekten zu den jeweiligen Fahrzeugen passen. Hierzu wurde ein Partner gesucht und cyber-Wear konnte sich im Rahmen einer europaweiten Ausschreibung als Lieferant durchsetzen. Heute umfasst die Ford Lifestyle Collection rund 235 Produkte, wie etwa Taschen, Textilien, Caps, Uhren, Modellautos, aber auch Tassen, Schlüsselanhänger und viele andere Accessoires. Vermarktet wird die Kollektion über einen von uns betriebenen Shop. So ist im Laufe der Jahre ein sehr freundschaftliches und vertrauensvolles Verhältnis zwischen uns und den Designern und Marketingverantwortlichen von Ford entstanden. Als das Projekt Ford Vignale Collection diskutiert wurde, waren wir aufgrund unserer Erfahrung als Lieferant für europäische Märkte also wieder mit im Boot. Wir stellen ja mit der



Jörg Herzog, zogi: „Wir wurden als echte Partner eingebunden und alle haben professionell agiert.“

Meinhard Mombauer, LM Accessoires: „Die Ford Vignale Collection ist ein Ausnahmeprojekt, bei dem Kommunikation, Leistung und Preis stimmen.“



Versilbertes Messing mit gelasertem Schriftzug: die Ford Vignale Geldscheinklammer als edles Accessoire.



Lifestyle Collection unter Beweis, dass wir die Marke verstanden haben, dass die Qualität stimmt und der Vertrieb bestens funktioniert.

Worin unterscheiden sich die Lifestyle Collection und die Ford Vignale Collection?

Erika Tsubaki: Jeder Artikel der Ford Vignale Collection ist eine Produktinnovation, die speziell dafür entworfen wurde. Zudem ist die Ford Vignale Collection vom Anspruch her ein noch ganzes Stück weiter oben anzusiedeln – in Bezug auf Design, Materialien und Verarbeitung. Die Vignale-Produkte sind luxuriöse, elegante Lifestyle-Artikel mit einem Hauch Extravaganz, dennoch wirken sie sehr dezent, nicht zuletzt durch die Farbgebung. Der Kunde soll sie vom Gefühl her mit Mode, Eleganz und italienischem Design assoziieren. Wir haben im Design konsequent die Formensprache der Marke aufgenommen, die aber sehr subtil umgesetzt wurde. Damit sind wir schon ein Stück entfernt von der Lifestyle Collection. Allerdings muss hier klar gesagt werden, dass auch die Lifestyle Collection aus durchdachten Sortimenten mit sorgfältig gewählten und veredelten Produkten besteht. Auch hier garantiert uns cyber-Wear eine Top-Qualität – Werbearbeit von der Stange findet man darin nicht. Denn schließlich sollen alle Produkte die Marke adäquat repräsentieren, auch wenn es vom Niveau her nochmals Unterschiede gibt.

Welche Aspekte standen bei der Auswahl der Product-Range im Vordergrund?

Erika Tsubaki: Strategisches Ziel der Ford Vignale Collection ist es, die Marke emotional aufzuladen und die Markenbindung zu erhöhen. Die Frage war: Welche Accessoires sind nützlich, praktisch und machen dem Kunden unterwegs und auch Zuhause Freude? Was kann das Erlebnis des Fahrens emotional verlängern? Gemeinsam mit cyber-Wear kamen wir dann recht schnell zu Reisetasche, Damenhandtasche, iPhone-Case, Geldbörse, Seidenkrawatte und -tuch, USB-Stick, Geldklammer und Espressotassen-Set. Die Entwürfe stammen von Ford Design, cyber-Wear suchte die Lieferanten aus und koordinierte die Produktion. Wichtig war uns, dass sich alle Produkte zu einer einheitlichen Linie zusammenfügen und dass alles aus europäischer Produktion kommt. Produkt – Qualität – Experience: Diese drei Aspekte sind nicht zu trennen. Deswegen ist die Kollektion ein Bestandteil der Marke.

Was war bei der Wahl der Lieferanten ausschlaggebend?

Steven Baumgärtner: Wir haben uns gefragt: „Wer kann was?“ und „Wer versteht, was Ford will?“. Entsprechend haben wir Partner angesprochen, denen wir vertrauen und mit denen wir gute Erfahrungen haben. Entscheidend war, ob sie in der Lage sein würden, die geforderte Top-Qualität termingerecht zu liefern.

Welche Rolle hat cyber-Wear übernommen?

Steven Baumgärtner: Wir waren und sind Koordinator, Vermittler, Problemlöser. Und natürlich das Bindeglied zwischen Ford und den Lieferanten. Denn wir haben uns wegen des hohen Qualitätsanspruchs und der Komplexität des Projekts dafür entschieden, das Ford-Team mit den Lieferanten/Produzenten direkt zusammenzubringen. Das hat sich als absolut sinnvoll erwiesen, um Fragen rasch zu klären und Anpassungen vornehmen zu können: Der Designer sollte zum Beispiel selbst sehen, warum eine Naht an einer bestimmten Stel-

le der Tasche nicht möglich ist. Oder welche Probleme bei der Umsetzung des Hexagon-Musters auf Porzellan auftreten. Denn so konnte er seinen Entwurf entsprechend anpassen oder man suchte gemeinsam nach praktikablen Lösungen. Das funktionierte in der Praxis hervorragend und brachte das ganze Projekt schnell voran. Wichtig ist, dass alle Beteiligten offen kommunizieren, dass jeder seine Rolle kennt und auch Verantwortung übernimmt.

Wie hat die Zusammenarbeit aus der Sicht von Ford funktioniert?

Markus Egbert: Wir wussten ja aus Erfahrung, dass cyber-Wear und wir dieselbe Sprache sprechen. Auch mit den Lieferanten haben wir uns auf Anhieb gut verstanden. Das ist schon einmal eine stabile Basis. Schon beim zweiten Termin war cyber-Wear sehr gut vorbereitet. Die Fachkompetenz, aber auch der Enthusiasmus, mit der das cyber-Wear-Team an die Aufgaben herangegangen ist, hat uns beeindruckt. Ein Vorteil ist sicher auch, dass unser zuständiges Ford-Team mit vier Leuten recht klein und entscheidungsfreudig ist. Ich denke, alle Beteiligten reagierten sehr schnell und flexibel und waren offen für Anregungen und Änderungen. Das hat den ganzen Prozess beschleunigt, vereinfacht und letztlich zu tollen Ergebnissen geführt. Dies wird auch von außen wahrgenommen. Nicht umsonst wurde der luxuriöse Vignale Weekender mit dem begehrten IF Design Award ausgezeichnet.

Wie lief die Produktentwicklung ab und welche besonderen Herausforderungen haben sich für die Lieferanten ergeben?

Patrick Döring: Acar produziert den Vignale Weekender, eine Reisetasche in großzügigem Design aus feinstem, handgenähtem Leder, das die Anmutung der weichen Ledersitze widerspiegelt. Passend dazu gibt es eine Damenhandtasche in der gleichen trapezförmigen Silhouette, die im Innenfutter das Muster der Autositze aufgreift. Zum Procedere: Wir bekamen eine detaillierte Anfrage, die schon sehr viel Infos enthalten hat, so dass wir schon bald mit

der Produktion eines Prototyps beginnen konnten. Der Anspruch hoher, gleichbleibender Qualität ist vor allem in Bezug auf ein Naturmaterial wie Leder eine große Herausforderung. Beispielsweise ist es nicht einfach, das beige Leder großflächig ganz gleichmäßig zu färben. Nach zwei Materialproben war aber die Entscheidung gefallen. Etwas experimentieren mussten wir auch bei der Blindprägung. Auch da war alles sehr unkompliziert: Die Freigabe von Ford kam direkt vor Ort in unserer Produktionsstätte in der Türkei, wo sich die Designer selbst umgesehen hatten. So etwas geht natürlich nur, wenn Händler und Lieferant ein Vertrauensverhältnis haben.

Meinhard Mombauer: Von uns kommt die Vignale Geldscheinklammer aus versilbertem Messing. Wir haben zwei Versuche gebraucht, dann hatten wir die definierte Qualität erreicht. Gelasert wurde schließlich bei uns in Köln. Ich sehe das als Lernprozess, bei dem man seine Stärken und Schwächen kennenlernt. Bei solchen Produktentwicklungen zählt allein das Ergebnis, mit dem wir und der Kunde zufrieden sein müssen.

Toska Siekmann: Alta Seta hat nach den Vorgaben von Ford Design Seidentücher und Krawatten produziert – selbstverständlich aus hochwertigster und feinsten Seide made in Italy. Wir haben zunächst mehrere Materialqualitäten vorgestellt, die Maße und die Farben festgelegt. Nachdem das Material feststand, wurde sofort ein Muster gefertigt. Auch während der Produktion in unserer italienischen Produktionsstätte haben wir gemeinsam mit den Designern noch Änderungen vorgenommen: Zum Beispiel zeigte sich, dass die Seide in der Kette dichter gewebt sein muss, um das Muster und das Logo optimal zur Geltung zu bringen. Ich persönlich fand es toll, dass die Ford-Designerin mit uns zusammen im Team die Umsetzung erarbeitet hat. Das Ergebnis hat überzeugt: Die vierfarbige Futterecke in der Krawatte, die das Dessin des Seidenschales wieder aufnimmt, ist hervorragend angekommen. Damit wurde die Anforderung an exklusives Design voll erfüllt.

Jörg Herzog: Ein USB-Stick im Design eines Fahrzeugschlüssels – das ist schon etwas Besonderes und für uns eine spannende Aufgabe. Ford hat uns sehr dabei unterstützt, so dass wir auf Basis der CAD-Daten einen Prototyp anfertigen konnten. Dann wurde noch über Größe und Material entschieden und schon war die Aufgabe gelöst. Wir haben die Idee verstanden und es hat alles sofort bestens funktioniert.

Tobias Köckert: Bei edlem Porzellan denkt man natürlich zuerst an die Meissner Porzellanmanufaktur, und so wurde diese Option kurz diskutiert. Allerdings war diese Möglichkeit preislich doch zu weit von den Vorgaben entfernt. Also haben wir cyber-Wear zusammen mit dem Ford-Team in unser eigenes Werk eingeladen und uns gemeinsam überlegt, wie man das Hexagon-Design auf einem Espresso-Gedeck umsetzen kann. Zum Glück hatten wir etwas Zeit und das Budget, um einige Varianten auszuprobieren. Nachdem wir aufgezeigt hatten, was machbar ist, gaben wir eine Variante vor, die unserer Meinung nach das beste Ergebnis liefern würde. Das ist der Unterschied zu normalen Merchandising-Artikeln: Bei der Entwicklung eines Design-Produkts, das Markenwerte und eine Idee wiedergeben muss, findet immer ein Dialog statt, um zum optimalen Produkt zu kommen. Bei einfachen Merchandising-Artikeln wird das Ergebnis eher vom Budget bestimmt und von daher sind die Möglichkeiten begrenzt.

Welche Erfahrungen nehmen Sie aus dem Projekt mit?

Steven Baumgärtner: Transparenz ist für mich das wichtigste Prinzip der Zusammenarbeit im Rahmen eines Projekts. Wer dementsprechend agiert, braucht auch keine Angst vor Direktgeschäft zu haben. Diese Angst ist in unserer Branche leider noch sehr weit verbreitet, ebenso wie eine gewisse Selbstüberschätzung. Wir als Händler müssen uns eingestehen, dass wir nicht alles können. Deswegen müssen wir kompetente Partner einbinden, die auch ausgefallene Herausforderungen meistern und mit Freude bei der Sache sind. Entspre-

chend gut fallen dann die Ergebnisse aus – dafür ist die Ford Vignale Collection ein anschauliches Beispiel. Ich möchte an meine Händlerkollegen appellieren, diesen Partnerschaftsgedanken weiterzuentwickeln und weder Händler noch Lieferanten zu brandmarken, die so offen arbeiten wie wir.

Markus Egbert: Wir sind froh, dass es Unternehmen wie cyber-Wear gibt, die uns auf dem Gebiet unterstützen, das nicht unser ureigenstes Geschäftsfeld ist: Wir können Autos bauen und Händler bedienen, aber der Vertrieb von Merchandising-Produkten gehört nicht dazu. Diese Lücke hat cyber-Wear geschlossen und uns mit der Lifestyle und der Ford Vignale Collection Ideen und Konzepte geliefert, die in unsere Markenstrategie passen. Die Beständigkeit unserer Zusammenarbeit und das freundschaftliche Verhältnis bestätigen uns, dass wir als Kunde willkommen sind. Auch dass wir schwierige Aufgaben im konstruktiven Dialog angehen, gibt uns ein gutes Gefühl.

Erika Tsubaki: Auch der menschliche Aspekt ist in diesem Zusammenhang wichtig: Wir verstehen und respektieren uns und ziehen alle an einem Strang.

Jörg Herzog: Alle Beteiligten haben professionell agiert und es war ermutigend zu sehen, wie wir Lieferanten als echte Partner eingebunden wurden. cyber-Wear hat das ganze Projekt sehr gut vorbereitet und wir wurden perfekt gebrieft. Auf diesem Hintergrund ist mir erst richtig bewusst geworden, dass wir oft die Bedürfnisse der Kunden nicht ausreichend kennen. Da werden Informationen (auch absichtlich) zu-



Mit dem Ford Vignale Weekender ist ein Top-Design-Produkt entstanden. Wichtig dabei: „Offene Kommunikation, Transparenz und Zusammenarbeit“, erklärt Patrick Döring, Acar.

Hochwertiges Leder in markanter Form und mit überraschenden Funktionen: Der mit dem IF-Award ausgezeichnete Weekender, die Damenhandtasche und die Geldbörse greifen die Formensprache von Ford Vignale bis ins Detail auf.



Das kreativ adaptierte Signet auf feinsten Seide setzt die Markenwerte von Ford Vignale elegant in Szene.



Toska Siekmann, Alta Seta:
„Detailliertes Briefing, klare Vorgaben und der Kunde arbeitet im Team an der Umsetzung mit – das würde ich mir öfter wünschen.“

Tobias Köckert, Mahlwerk: „Eine außergewöhnliche Erfahrung konstruktiven Miteinanders.“



rückgehalten, so dass wir dann auf gut Glück Produktvorschläge oder Entwürfe machen müssen. Wir könnten viel effizienter einkaufen und entwickeln, wenn wir mehr Informationen hätten.

Tobias Köckert: Für mich war es eine außergewöhnliche Erfahrung konstruktiven Miteinanders und wir sind als Hersteller an den Anforderungen gewachsen. Das Projekt hat mir viel Spaß gemacht, nicht zuletzt, weil Ford unsere Herstellerkompetenz anerkannt hat und alle Beteiligten bereit waren, sich sachlich mit den anstehenden Fragen auseinanderzusetzen.

Patrick Döring: Das kann ich auch für Acar bestätigen. Ich wünsche mir, dass mehr Händler eine solch offene Kommunikation, Transparenz und Zusammenarbeit im Hinblick auf ein klares Ziel leben würden. Für mich bedeutet das Projekt gelebte Partnerschaft von Händler und Lieferant. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass Händler, die so arbeiten wie cyber-Wear in unserem Vignale Projekt, sich positiv entwickeln und mehr Erfolg haben.

Toska Siekmann: Beeindruckend fand ich die hoch professionelle Vorbereitung durch cyber-Wear und Ford Design. Wir hatten klare Vorgaben und konnten sofort agieren. Das würden wir uns öfter wünschen. Ich denke auch, wir haben alle voneinander gelernt.

Meinhard Mombauer: Mir hat das Projekt gezeigt, dass wir als Lieferant umso professioneller arbeiten können, je mehr Informationen uns der Händler liefert. Da ist es natürlich von Vorteil, wenn ein Händler seinen Kunden so gut kennt wie in diesem Fall und der Lieferant die Chance bekommt, Details direkt mit dem Kunden zu besprechen. Allerdings möchte ich betonen, dass das Vignale Projekt kein alltäglicher Auftrag ist: Im Tagesgeschäft wer-

Mit dem Espressotassen-Set sitzt Ford Vignale mit am Tisch: Das charakteristische Hexagon kommt auch auf Porzellan hervorragend zur Geltung.



den wir leider oft auf den Beschafferstatus reduziert. Händler haben zwar tolle Ideen, die aber meist wenig Chancen auf Umsetzung haben – vor allem dann nicht, wenn beim Kunden der Einkauf für das Sourcing verantwortlich ist. Es kommt auch immer wieder vor, dass der Einkauf nicht richtig gebrieft wurde, so dass am Ende ein nicht passendes Produkt entsteht. Das Vignale-Projekt ist also eher ein Idealfall, der Spaß gemacht hat, weil Kommunikation, Leistung und Preis stimmten. Tatsache ist: Als Lieferant brauche ich die kleinen Händler ebenso wie die großen, die kreativen ebenso wie die reinen Wiederverkäufer und natürlich auch Aufträge, wo es um größere Mengen geht.

Haben Sie eine Botschaft an die Branche?

Steven Baumgärtner: Wir als Händler sind nur so gut wie die, die mit uns arbeiten. Richtig gute Projekte funktionieren nur gemeinsam, und dazu ist es hilfreich, mit dem Kunden in die Produktionen zu gehen. Nicht offen zu sein und Informationen nicht vollständig weiterzugeben, ist kontraproduktiv. Partnerschaftlichkeit und Vertrauen müssen Ziel und Weg zugleich sein.

Meinhard Mombauer: Wir müssen akzeptieren, dass sich der Markt geöffnet hat, dass prinzipiell jeder an jeden verkaufen kann. Jeder könnte heute selbst importieren und jeder könnte auch Handel treiben. Die Möglichkeiten hierzu haben wir. Es ist aber klug, das nicht zu tun, sondern das zu perfektionieren, was man am besten kann und gemeinsam am Markt zu agieren.

Kommen wir zum Schluss noch einmal zur Vignale Collection: Wie sieht die Marketingstrategie aus?

Markus Egbert: Die Distribution erfolgt ausschließlich über die Vermarktungskanäle des Ford-Umfelds: Dies sind die europaweit angestrebten rund 500 Ford Vignale Lounges in ausgewählten Flagship-Stores und die von cyber-Wear betriebene E-Commerce-Plattform, die man über die Ford-Website erreicht. Darüber hinaus präsentieren wir die Vignale Collection ebenso wie die Ford Lifestyle Collection auf allen



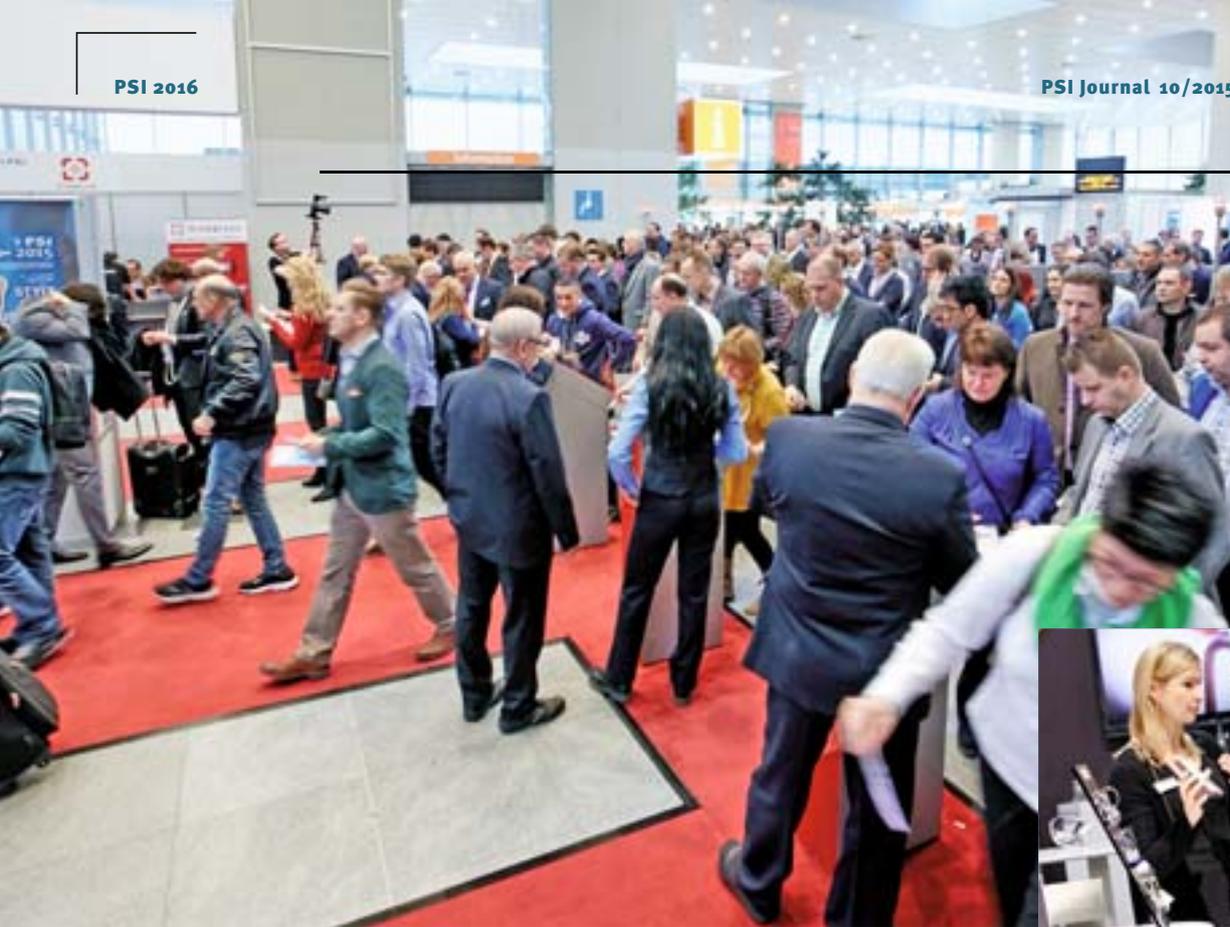
Beim Round-Table waren dabei: (v.l.) Claudio Marchi, Jörg Herzog, Erika Tsubaki, Markus Egbert, Steven Baumgärtner, Meinhard Mombauer, Daniela Nieleck, Toska Siekmann, Patrick Döring und Tobias Köckert.

großen Messen, auf denen wir ausstellen. Unterstützt werden wir dabei von cyber-Wear, dessen eigenes Team die in den Stand integrierten Shops betreut. Selbstverständlich spiegeln sich die charakteristischen Designelemente von Ford Vignale in der Gestaltung aller genannten Distributionsplattformen wieder. Ob Lounges, Online-Shop oder Displays am Messestand – überall vermittelt die einheitliche Design-Linie, dass Ford Vignale für Komfort, Exklusivität und Raffinesse steht. Übrigens hat cyber-Wear für die Sitzecke der Ford Vignale Lounges luxuriöse Kissen produziert, die ebenfalls Material, Farbgebung und Designelemente der Vignale Modelle aufgreifen. Dass Verkäufer und Hostessen mit Vignale-Schals und -Krawatten ausgestattet sind, komplettiert das professionelle Erscheinungsbild der Marke. Passend dazu hat cyber-Wear ein hochwertiges Alu-Namensschild für die Lounge-Manager entwickelt.

Können Sie schon sagen, wie der Verkauf der Vignale Collection anläuft?

Markus Egbert: Die Vorbereitungen für die Markteinführung des Ford Mondeo Vignale

laufen derzeit auf Hochtouren. Über 70 neue Ford-Stores mit integrierter Vignale Lounge sind in Europa bereits am Start. Wir arbeiten weiter daran, Händler für das Lounge-Konzept und die Kollektion zu begeistern, so dass sie diese Begeisterung an die Kunden weitergeben können. Die Lounges fungieren als Schnittstelle zwischen Kunde und Marke, hier wird die Marke in ihrer ganzen Emotionalität erlebbar. Wer hier individuell beraten wird, kommt automatisch auch mit der Vignale Collection in Berührung und lässt sich von ihrem eleganten Design begeistern. Als Zielgruppe von Ford Vignale haben wir neben Privatkunden insbesondere die sogenannten User Chooser im Visier, das sind Firmenkunden, die sich ihr Fahrzeug im Rahmen eines Budgets selbst konfigurieren können. Allerdings wird auch ein Teil der Artikel der Vignale Collection als Zugabe oder Premium abgegeben – zum Beispiel dann, wenn der Verkäufer den Eindruck gewinnt, dass eine teure Tasche die Kauf-Entscheidung des Kunden eher beeinflussen würde als ein Rabatt auf den Kaufpreis. <



Für eine gut besuchte PSI 2016 können Aussteller schon im Vorfeld viel tun. Zum Beispiel ihre Händlerkunden kostenfrei einladen oder die Marketingpakete des PSI nutzen.



PSI 2016

MARKTPLATZ DER MÖGLICHKEITEN

Trends und Produktpremieren, Fachwissen und Networking – die PSI ist nicht nur die größte, sondern auch die vielfältigste Werbeartikel-Messe Europas. Auch 2016 schafft PSI die besten Voraussetzungen, damit der Branchentreffpunkt zur erfolgreichen Business-Plattform wird. Wer sich an der gemeinsamen Einladungsinitiative von Ausstellern und PSI beteiligt, beschenkt nicht nur seine Kunden, sondern gewinnt mit Leichtigkeit neue dazu. Eine Chance, die man als Aussteller ergreifen sollte.

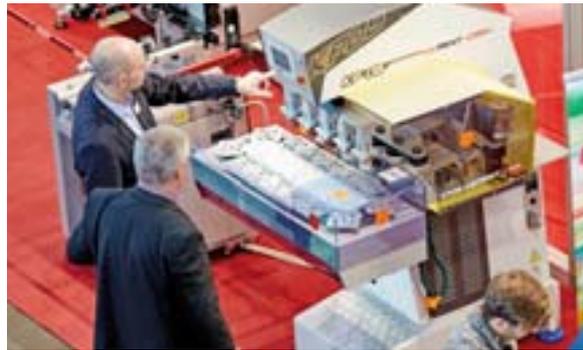
Damit die PSI eine so lebendige Messe wird, wie wir alle sie uns wünschen, müssen viele Parameter stimmen und viele Rädchen ineinandergreifen. PSI als professioneller Messeveranstalter und Kenner der Branche liefert den Rahmen für

die Veranstaltung und stellt die Organisationsstrukturen bereit. Jedes Jahr gibt es neue Angebote und Services und immer mehr Highlights, die die Messe zum unverzichtbaren Event für Aussteller und Besucher machen. Dass es ohne die PSI nicht

geht, hat vor allem die letztjährige Messe klar vor Augen geführt: Eine ganze Reihe Aussteller, die andere Prioritäten gesetzt und auf die PSI verzichtet hatten, sind in die Düsseldorfer Messehallen zurückgekehrt und haben dies als notwendigen und gewinnbringenden Schritt bezeichnet. Die PSI als junge, zeitgemäße Lifestyle-Show mit hohem Innovations-Potenzial spiegelt eindrucksvoll die Leistungsstärke und Kreativität unserer Branche wieder.

HÄNDLER KOSTENFREI EINLADEN

Einfallreiche Stände mit Innovationen und Klassikern aller Kategorien, Produktpremieren, die auf der PSI ihren allerersten Auftritt haben, aber auch Highlights wie die Fashion-Shows auf dem CATWALK, der Tasting Pavilion GUSTO, das TECHNOLOGY FORUM und die HALLE13 AREA, das Reich der Erfinder, Newcomer und jungen Unternehmen – für Brancheninsider ist das bereits ein gewohntes Bild. Ein buntes, abwechslungsreiches Bild, das eine Branche charakterisiert, die viel mehr kann als „draußen“, außerhalb des PSI, wahrgenommen wird. Man muss die PSI gesehen haben, um ein Gefühl dafür zu bekommen, welche Möglichkeiten das Werbeartikelgeschäft bietet. Deswegen hat PSI bereits vor



Die PSI ist ein Marktplatz der Möglichkeiten: Wer fehlt, ver-säumt viel.

PSI 2016: Die ganze Vielfalt der Werbeartikel auf einer Messe.



zwei Jahren gemeinsam mit Ausstellern eine Einladungsinitiative gestartet, die sehr gut ankam und zu einem Besucherplus von rund 18 Prozent geführt hat.

WENIG AUFWAND, GROSSE WIRKUNG

So haben Aussteller auch in diesem Jahr wieder die Möglichkeit, alle ihre Händlerkunden kostenfrei zur PSI einzuladen – unabhängig von deren Mitgliedschaft im PSI. Diese Chance, bestehende Kundenbeziehungen zu pflegen sowie neue Kontakte auf- und auszubauen, sollte sich kein Aussteller entgehen lassen. Der Einladungsprozess ist dank E-Mail-Vorlagen und Online Service Center (OSC) sehr einfach, zudem können Aussteller auf die Unterstützung von PSI zählen. Es gibt zwei Optionen: Man lädt die Händler mit einer individuellen Einladungs- und Marketingaktion ein. Dabei erhält man von PSI einen Gutschein-Code und Registrierungs-Link, den man in die Einladungen integriert, und verschickt das Mailing an den gewünschten Verteiler. Die zweite Möglichkeit ist die Einladung über das OSC. Hierzu loggt man sich mit seinen PSI-Zugangsdaten im OSC ein, wo ein veränderbarer Muster-Text hinterlegt ist. Gutschein-Code und Registrierungs-Link werden au-

tomatisch eingefügt, die persönliche Datenbank kann hochgeladen werden. Sie bleibt für PSI anonym.

QUALITÄT DER BESUCHER SICHERGESTELLT

Wie es für die Eingeladenen weitergeht, hängt davon ab, ob sie PSI-Mitglied sind oder nicht. Im ersten Falle kann sich der Händler auf www.psi-messe.com im Ticketshop einloggen und mit dem Gutschein-Code sein kostenfreies Ticket bestellen. Ist der eingeladene Händler kein PSI-Mitglied, muss er sich zunächst im PSI Directory of Verified Distributors registrieren. Um sicherzustellen, dass es sich um ein seriöses und professionelles Unternehmen handelt, findet eine Überprüfung durch PSI statt. Denn schließlich soll die Qualität der PSI erhalten bleiben. Wird die Adresse durch das PSI freigeschaltet, steht der Einlösung des Gutschein-Codes im PSI Ticketshop durch den betreffenden Händler nichts mehr im Wege. Er kann nun die PSI einmalig als Nicht-Mitglied besuchen. Interessant für die Messe-Nachbereitung: PSI stellt ein Reporting zur Verfügung, mit dem sich nachvollziehen lässt, wer die Einladung angenommen und die PSI besucht hat. Aussteller können also selbst sehr viel

dazu tun, dass die PSI als Marktplatz für Werbeartikel noch bekannter wird und mit dieser Einladungsaktion zum Messeerfolg beitragen. Auch darüber hinaus gibt es in puncto Marketing weitere Unterstützung von PSI: Drei verschiedene Marketingpakete, Sponsoring und viele Werbemöglichkeiten schaffen Aufmerksamkeit und erleichtern die Kundenansprache. Details hierzu auf www.psi-messe.com.

NEU: SOUVENIR PAVILLON

Ein interessantes neues Angebot, womit Aussteller ihre Kreativität dokumentieren können, ist der Souvenir-Pavillon. Es richtet sich an Aussteller mit Produkten im Portfolio, die prinzipiell als Souvenir zum Einsatz kommen könnten. Damit ist der Souvenir-Pavillon in einem speziell hervorgehobenen Ausstellungsbereich eine attraktive und erschwingliche Möglichkeit, dem PSI-Publikum kreative Produktvarianten zu präsentieren. Das Souvenir-Paket umfasst neben einem Counter inklusive Beschriftung und Ausstattung unter anderem ein Marketing- und Pressepaket und zwei kostenlose Ausstellerausweise. Die Plätze für diese Themen-Präsentation sind begrenzt. Informieren und teilnehmen lohnt sich.



BELIEVE IN BRANDS

Ein Sinn mehr für große Werbewirkung: Post-it® Notes Aroma Pads

Sehen, fühlen und riechen - Botschaften verankern sich tiefer im Bewusstsein, je mehr Sinne das Werbemedium anspricht. Nutzen Sie duftende Original Post-it®s für besonders effektive Werbung, z.B. als Giveaway am POS.

Verbinden Sie Kundenprodukte und repräsentative Sinneswelten mit dem unschlagbaren Nutzen von Original Post-it®s. Durch einfaches Reiben der Post-it® Haftnotiz wird der von Ihnen gewählte Duft freigesetzt und bleibt nachhaltig im Gedächtnis.

Wählen Sie aus über 100 Düften für unzählige positive Assoziationen oder setzen Sie Ihren individuellen Duft ein. Selbstverständlich sind die neuen Post-it® Notes Aroma Pads auch formgestanzt erhältlich.

Fordern Sie noch heute Ihre Produktmuster unter www.promotion.michaelschiffer.com an. Der Vertrieb erfolgt ausschließlich über Werbemittelhändler.



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



Promotional Products



Sie sind brandneu
und haben auf der PSI 2016 ihren
allerersten Auftritt: Die Produktpremieren
des PSI FIRST Club 2016. 50 Produkt-
Geheimnisse warten am 13. Januar in Düsseldorf
darauf, von Ihnen entdeckt zu werden. **NEU:**
Wählen Sie Ihren persönlichen Favoriten als
Kandidaten für den People's Choice Award, die
Auszeichnung für die kreativsten
Innovationen.



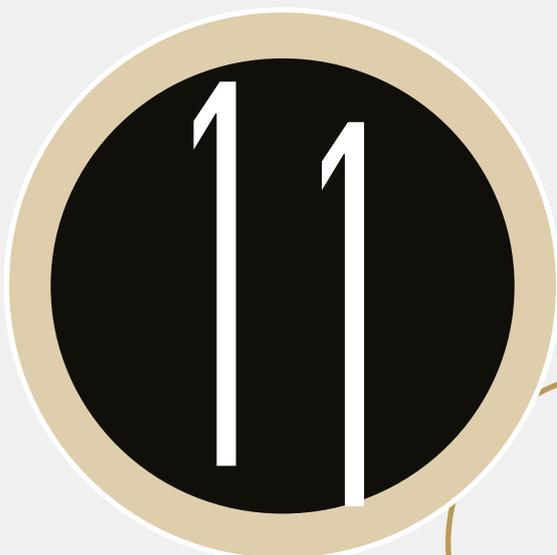
**„Unsere
Schreibgeräte
sprechen eine
unverkennbare
Formensprache.“**



Arno Ritter

Ritter-Pen

Tradition und Qualität heißt für uns auch: aus Tradition Qualität – und dabei immer neue Designs und frische Farben. Von der Entwicklung über die Fertigstellung bis hin zur Werbeanbringung – alles aus einer Hand für den idealen Kugelschreiber in der Hand unserer Kunden, für jeden Geschmack und jedes Budget.





***„Begeisterung
und Leidenschaft ...
ein Lächeln auf
Gesichter zaubern –
das ist unsere
Philosophie“***

MAXX Factory GmbH

Jeder Kunde hat spezielle Anforderungen. Diese Anforderungen sind unser Ziel und unsere Aufgabe. Wir erarbeiten mit unseren Kunden Schlüsselerlebnisse und bringen Farbe ins Spiel. Wenn es um hochwertige und nachhaltige Produkte geht, dann sind wir eine zuverlässige Adresse. Und für 2016 versprechen wir ein neues Highlight zum Thema Nachhaltigkeit.



Dagmar Kornhaas

12



**„TROIKA
passt zum Zeitgeist.
Deshalb passt
TROIKA immer.“**

TROIKA Germany



Lüdger Böll

Werbeträger haben viele Gesichter. Innovationskraft, zeitgemäßes Design und Exklusivität schaffen neue, überzeugende Einsatzmöglichkeiten. Bei TROIKA finden innovative Ideen und qualitativ hochwertige Produkte ihren Ausdruck in einem Leistungsangebot, das Maßstäbe setzt.

13



***„Mit unseren
Taschen möchten
wir vor allem
eines sein:
unverwechselbar.“***

Halfar System

Werbemittel machen Botschaften greifbar. Sie inszenieren sie. Taschen und Rucksäcke von HALFAR sind die Bühne für die Inszenierung vieler großer Marken. Das ist unser ganzer Stolz – und unsere Motivation, mit der wir seit 25 Jahren leidenschaftlich zur Zufriedenheit unserer Kunden entwickeln und produzieren.



Peter Leseberg

14



**„Werbung
trifft Geschmack.
Damit ist das
Wichtigste gesagt.“**

JUNG BONBONFABRIK



Jörg Dennig

Einem anderen die eigene Botschaft richtig schmackhaft machen. Das ist Werbung, die nicht nur durch den Magen geht, sondern auch direkt Herz und Kopf erreicht und viel Sympathie erzeugt. Bei JUNG kommen ausschließlich geschmackvolle Ideen in die Werbetüte. Und nicht nur dorthin.

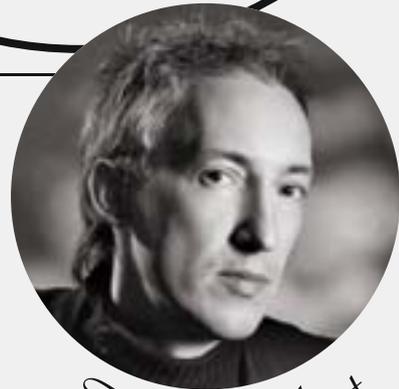
15



***„In einer
Markenwelt zählt
jedes Detail. Hier
gewinnen innovative
Premiumprodukte,
die nachhaltig
wirken.“***

Mahlwerck Porzellan

Form und Funktion der eigens entworfenen Becher und Tassen von Mahlwerck sind genau dafür gemacht, Markenwirkung zu erzielen. Höchst individuell produziert, unterstützen sie die Strahlkraft jeder Marke. Das Mahlwerck »Porzellan der Marken« ist ein funktional unverzichtbares Element der Markenführung.



Tobias Köckert

16



***„Unser Metier
ist der Import.
Wir setzen stets
auf ein Sortiment
mit Sorgfalt.“***



Harald Vöth

team-d Import-Export

Es ist die Mischung, die es macht. Exklusive Designs und Modelle, ideenreiche und sich von der Masse abhebende Produkte gewürzt mit einer kräftigen Prise schwäbischer Zuverlässigkeit. Das ist die Welt von team-d. Die Werbeartikelbranche hat soviel mehr zu bieten als Standardprodukte. Wir sind der Beweis.

17



**„5 CUPS ist
Premiumtee und
dafür gedacht, guten
Geschmack zu
verschenken“**

5 CUPS and some sugar

Mit individuellen Bio-Teemischungen in design-prämierten Verpackungen und mit Wunsch-Branding machen wir Tee zu einem Geschmackserlebnis. Das Besondere sieht und fühlt man sofort.



Eike Pazulla

18



***„Lifestyle in
Luggage – unsere
Trolleys definieren
Fortschritt.“***

TITAN Hamburg



Fortschrittlich denken. Schnell agieren. Intuitiv bedienen. International kommunizieren. Diese Ansprüche verändern die Wahrnehmung der Welt, den Umgang mit Alltäglichem und beschleunigen das Verlangen nach Innovationen aller Art. Als Innovator und Trendsetter ist es unser Anspruch, diesen Ansprüchen gerecht zu werden.

19



***„Unser Beitrag
zum Brauch des
Schenkens? Artikel
so einzigartig wie
möglich.“***

ANDA PRESENT GROUP

Wir verwandeln kreative Ideen in außergewöhnliche Werbeartikel – mit dem überzeugenden Preis-Leistungs-Verhältnis einer wettbewerbsfähigen Produktkollektion. Es ist nicht unser Ziel, Schritt zu halten, sondern das Tempo vorzugeben. Unsere tägliche Mission: erfolgreich zur Entwicklung einer europäischen Werbeartikelkultur beizutragen.



Attila Andras

20



GESUNDHEIT, KOSMETIK, WELLNESS BEGREIFEN UND WOHLFÜHLEN

Zur Gesundheit zählt seit dem Beginn vernünftig denkender wie bewusst fühlender Menschen sowohl das körperliche wie auch das geistige Wohlbefinden. Daraus hat sich ein umsatzstarker Markt entwickelt, zu dem auch die Werbeartikelbranche schöne wie wohltuende Produkte beizusteuern hat.

Galt in früheren Zeiten die Gesundheit noch als höchstes Gut, so gibt man sich in der Moderne längst nicht mehr damit zufrieden. Über das rein physische, psychische und soziale Wohlbefinden hinaus sehnt sich der Mensch nach einem ganzheitlichen Wohlfühlerlebnis, das ihn den Stress und Druck einer von einer Zeit-ist-Geld-Mentalität durchsetzten Gesellschaft besser verkraften lässt. Wellness ist das Zauberwort, natürlich gekoppelt an eine Branche, die damit jährlich Milliarden umsetzt. Zwar klingt es wie eine Erfindung moderner Marketingstrategen, doch der Begriff „Wellness“ ist älter als (vielleicht) gedacht. Er taucht erstmals 1654 in einer Monografie von Sir A. Johnson als „Wealnesse“ auf und wird laut Oxford English Dictionary mit „gute Gesundheit“ übersetzt. Nach modernem Verständnis steht er allerdings für ein ganzheitliches Gesundheitskonzept und ist immerhin schon seit den 1950er-Jahren in den USA Oberbegriff einer seinerzeit neuartigen Gesundheitsbewegung. Was es auf dem Gebiet der Werbeträger Neues zu „Gesundheit, Kosmetik, Wellness“ gibt, zeigt diese Rubrik. <

GENIEßE die GESCHENK SAISON



REINIGT PORENTIEF

Sanders Imagetools folgt kurzfristig dem Ruf des Marktes und bietet ab sofort eine neue, hochwertige Produktserie an: ein konzentrierter, pastöser Profi-Handreiniger, der zuverlässig starke Verschmutzungen wie Öle, Fette, Teer, Bitumen, Druckfarben und natürlich auch einfachen Schmutz besonders hautfreundlich entfernt. Die Doppelwirkung aus Reinigung und Schutz überzeugt: Die neuartig entwickelte Rezeptur reinigt porentief mit hautschonenden Reibekörnchen und einem komplex wirkenden Tensid-System aus nachwachsenden Rohstoffen. Für nachhaltigen Hautschutz sorgen hochwertige Fettstoffe natürlichen Ursprungs. Ob in Industrie, Handwerk, Garten, Werkstatt oder Hobbykeller: Der Profi-Handreiniger ist universell einsetzbar und erfreut jede/-n, denn er ermöglicht einem schnellen Start in den Feierabend: einfach in die trockenen Hände einreiben, bis der Schmutz sich löst. Etwas Wasser zugeben, gründlich waschen und gut abspülen. „Made in Germany“ und eine dermatologisch mit „sehr gut“ getestete Qualität sind selbstverständlich. Die Rohstoffe sind gemäß OECD-Screening-Test biologisch abbaubar. Ob in der Tube (20, 50 oder demnächst sogar 100 ml) oder im praktischen 300 ml Spender mit Langzeit-Werbewirkung: Für jedes Einsatzgebiet hält die Verpackungsvielfalt von Sanders Imagetools eine fantastische Möglichkeit bereit. Die Kommunikation am Produkt wird durch einen fotorealistischen 4c-Print auf höchstem Niveau umgesetzt.

PSI 46551 • Sanders Imagetools GmbH & Co. KG • Tel +49 9401 60798-0
welcome@imagetools.com • www.imagetools.com



SEASONS



Schaue das Video

-Anzeige-

PLUS
Tel. +49 211 321 857 13
info@plus-corporation.com

Camouflage Roller -
Handliche Lösung zum
Schutz persönlicher Daten

NEU: Nanogravur
ebenfalls möglich

Exklusiv bei Avenue
PFCONCEPT.COM



HILFREICHER PILLENSPENDER

Ein neues Patentprodukt aus dem Gesundheits- und Sonderanfertigungsbereich bringt Global Innovations mit dem Pillenspender auf den Markt. Viele Menschen sind auf eine regelmäßige Einnahme von Medikamenten angewiesen. Der Pillenspender bietet eine attraktive Möglichkeit, die Tabletten in dem individualisierbaren Spender jederzeit in greifbarer Nähe (z. B. in der Handtasche) zu haben. Die Funktionsweise ähnelt dem eines Druckkugelschreibers. Beim Drücken des Kopfes wird jeweils genau eine Pille freigegeben. Der Spender sorgt somit für ein unkompliziertes Dosieren ihrer Medikamente. Durch einen leicht austauschbaren Einsatz kann der Spender an unterschiedliche Tablettengrößen angepasst werden. Diese hilfreiche Sonderanfertigung kann ab einer Menge von 5.000 Stück bestellt werden.

**PSI 46626 • Global Innovations Germany GmbH & Co. KG • Tel +49 6502 93086-0
info@globalinnovations.de • www.globalinnovations.de**



EIN BADETRAUM

Einen Wohlgefühl-Gruß hält Multiflower mit den Badetraum-Klappkärtchen parat. Befüllt sind diese mit Orangen-Aroma-Badesalz. Der angenehme Duft des Badesalzes verwöhnt den Körper und inspiriert die Sinne. Platz für den Werbedruck ist auf dem Standardmotiv der Karte. Eine individuelle Gestaltung der Karte ist jeweils bereits ab 250 Stück möglich.

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

VIERMAL WOHLBEFINDEN

Die Massagebürste aus dem Hause Frank Bürsten bedeutet Wellness für zu Hause. Diese Werbegabe bringt gleich viermal Wohlbefinden: sei es durch Massagen zur Entspannung, Hautreinigung, Kreislaufanregung oder gegen Cellulite. Damit tragen Werbende zum Wohlbefinden ihrer Kunden bei und bleiben auch in Phasen der Entspannung in angenehmer Erinnerung. Wahlweise gibt es die Massagebürste mit oder ohne Handschlaufe und/oder abnehmbarem Stiel. Auch bei den Borsten kann zwischen weichen Naturborsten und harten Naturfasern gewählt werden. Das Firmenlogo oder die individuelle Werbebotschaft wird auf die Bürste gedruckt.

**PSI 41853 • Frank Bürsten GmbH • Tel +49 7673 88865-0
info@frank-brushes.de • www.frank-brushes.de**



WIR SIND NOMINIERT



In den Kategorien
Sustainable Product 2015
Economic Excellence 2015



EXKLUSIVE WEIHNACHTSPRÄSENTE



PREMIUM ADVENTSKALENDER

Süße Weihnachtspresents für Kunden und Mitarbeiter!



Weihnachtsmann von Lindt & Sprüngli (40 g)



Präsent „Himmliche Weihnachtszeit“



HELLO Xmas Santa (140 g)



TOBLERONE Dreieckstafel

INDIVIDUELLE WEIHNACHTSPRÄSENTE FÜR JEDES BUDGET!

„Schenken heißt, einem anderen etwas geben, das man am liebsten selbst behalten möchte“. Dieses Zitat der Schriftstellerin Selma Lagerlöf trifft es auf den Punkt. Mit einem schönen Weihnachtspresent drücken Sie gegenüber Kunden, Mitarbeitern und Geschäftspartnern Ihre Wertschätzung aus. Lassen Sie sich von unseren individuellen Präsentideen begeistern und fordern Sie gleich den neuen Katalog unter www.cd-lux.de bzw. info@cd-lux.de an.



Die Adventskalender-Experten:

Europas breitestes Adventskalender-Programm!

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



DIE ADVENTSKALENDER EXPERTEN



SPIEGELNDE EULENBANDE

Troika hält mit dem edlen Taschenspiegel „Eulenbande“ ein Must-have für jede Handtasche bereit. Das adrette Utensil überzeugt innen mit ein- und zweifach vergrößerndem Spiegelglas, außen mit einem unverwechselbaren Design. Dazu gibt's den Troika Kombitipp: Mit passendem Kartenetui und Taschenhalter ist der „It-Look“ perfekt. Ein ganzes Nest voll fröhlicher Mini-Eulen, poppig-bunt und gut gelaunt. Diese Bande kann man nur ins Herz schließen. Eine Werbeanbringung ist mittels Druck und Gravur auf Vorder- oder Rückseite möglich. Die Gravur wird ab 100 Stück nicht berechnet.

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

-Anzeige-

DA WERDEN SIE > PSI
AUGEN MACHEN!

Die neue
PSI Network Seite
geht noch diesen
Herbst online.

www.psi-network.de

Reed Exhibitions



GESUNDER START MIT EARLY BIRD

Mit dem dreiteiligen Set namens „Early Bird“ beginnt jeder Tag mit einem gesunden Wellness-Moment – ein Set für alle, die schon morgens Wert auf Wellness und gesunde Ernährung legen. Wer lieber Orangen zu seinen Cerealien mag, kann auf die Hilfe der flotten Schnecke „Emma P.“ vertrauen. Die kleine Klinge schneidet mühelos in die Schale, ohne das Fruchtfleisch zu berühren. Der Saft bleibt in der Orange und die Finger bleiben sauber. Mit „Pink“ sind Grapefruits einfach ein Genuss. Der gezahnte Löffel erleichtert das Herauslösen des Fruchtfleisches. „Kiwi“ ist weit mehr als nur ein Löffel. Mit ihm lassen sich die Früchte auch öffnen. Mit der Schnabelspitze wird die Kiwi rundum eingeritzt und beide Hälften werden einfach gegeneinander gedreht. Die „Leaf“-Müslischale liefert zum Frische-Snack das perfekte Design. Beim Produktmaterial achtet Koziol auf höchste Qualität. Verarbeitet sind hier ausschließlich thermoplastische Kunststoffe, die zu 100 Prozent recycelbar sind und keinerlei Weichmacher enthalten. Die Farbpigmente werden ausschließlich in Deutschland angefertigt. Alle verwendeten Farben und Materialien sind zertifiziert und physiologisch unbedenklich.

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

SCHOKOLADEN - MÜNZEN

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



Holland Gebäck GmbH u. Co. KG
Robert-Bosch-Straße 14
41844 Wegberg
Telefon 0049 - 2431 - 5094
Telefax 0049 - 2431 - 72765
www.stereo-holland-gebaeck.de

Bottle
Promotions

Shanti

A bottle with a twist



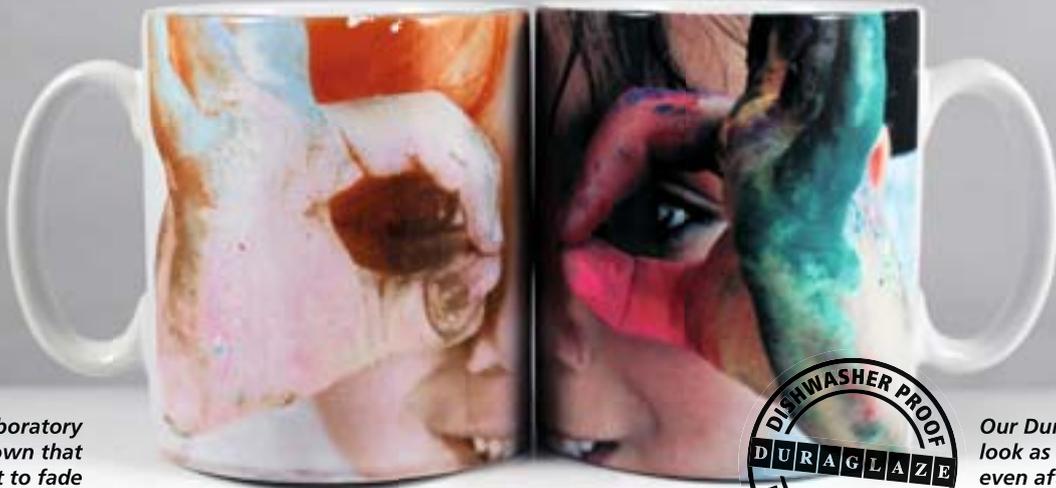
Designed and produced in the Netherlands
www.bottlepromotions.com | joy@tacx.nl

Shiva bottle with Shanti membrane lid
Unique drinking sensation with improved membrane lid. No messing with pull lids. Always ready to quickly hydrate you on the go! Just aim and squeeze.

It's simple.

DURAGLAZE

doesn't fade...



Independent laboratory tests have shown that other mugs start to fade after just 50 washes.

...Ever.



Our Duraglaze mugs still look as good as new, even after 2000 washes! Protected by patent.

Europe's premier promotional products manufacturer
Tel: +44 (0) 1553 818 818 | Email: sales@listawood.com | www.listawood.com

LISTAWOOD
PROMOTIONAL PRODUCTS



KREATIVER BIO-PREMIUMTEE

Wie man guten Geschmack verschenkt, zeigt 5 CUPS and some sugar. In der Berliner Teemanufaktur werden hochwertige lose Teeblätter zu edlen Teemischungen verarbeitet und in designprämierten Verpackungen täglich frisch versendet. Die Zutaten sind zumeist in Bioqualität und dürfen frei ausgewählt werden. Nicht nur der exzellente Geschmack, sondern auch ein individuell bedruckter Anhänger an den 50 g oder 100 g großen Premium Packs machen 5 CUPS Tee zu einem Geschenk, das für „Aahs“ und „Oohs“ sorgen wird. Die kreativen Tee-Experten beraten sorgfältig zu passenden Teesorten, sorgen für ein eindrucksvolles Wunsch-Branding und übernehmen den Versand der hübsch verpackten Kostbarkeiten, auf Wunsch mit beigelegten Grußkarten. Knusperkekse, Zucker, Honig, Teegläser – alles ist möglich bei 5 CUPS.

PSI 49619 • 5 CUPS and some sugar GmbH • Tel +49 30 609813-320
sales@5cups.de • www.5cups.de/firmenkunden

SPIEGLEIN, SPIEGLEIN ...

An der Wand, zeig mir die schönsten Aktionen im Land! Ein Beispiel für eine sehr gelungene ist die Sonderedition der Schminkschule 10-Minuten-Make-up von Star-Make-up-Artist Boris Entrup, die der Münchner DK Verlag zusammen mit Maybelline herausgebracht hat. Das Original-Buch wurde bereits in mehrere Sprachen übersetzt und ist zum internationalen Bestseller avanciert. Hinzu kam: Der Autor hatte bereits eine langjährige und äußerst erfolgreich laufende Zusammenarbeit mit Maybelline. Was lag also näher, als diese geballte Kompetenz zusammenzubringen? Der DK Verlag produzierte eine Sonderausgabe des Buches, abgestimmt auf eine Mascara und den besten Schminktipp dazu. Kundinnen, die im Aktionszeitraum eine Mascara kauften, bekamen das – sehr hochwertig daher kommende – Buch als Geschenk dazu. Weitere Inspirationen liefert das DK Team gerne.

PSI 48489 • Dorling Kindersley Verlag GmbH • Tel +49 89 442326-228
sondervertrieb@dk-germany.de • www.dorlingkindersley.de



ELEGANT ERFRISCHEN

Auch klares, pures Wasser kann für großes Wohlbefinden sorgen. Wasser in besonders eleganter Form spendet die Metmaxx Wasserkaraffe „PureAqua“ aus dem Sortiment der Spranz GmbH. Der durchlässige Edelstahlschraubverschluss erleichtert das tropfenfreie Eingießen und das „Anreichern“ des Wassers, etwa mit Eiswürfeln, Zitronenscheiben oder anderen aromatischen Ingredienzen. Dank des „Tempered Glas“ eignet sich die Karaffe auch perfekt für das Einfüllen heißer Getränke. Das Volumen beträgt ein Liter.

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



SO KLAPPT DAS SCHENKEN

Aufklappen, zuklappen, aufhängen, hinstellen: Das Reise-necessaire „Tour“ von Halfar lässt alle Freiheiten. Auch darum ist es ein ideales Weihnachtswerbemittel oder Fest-Präsent für verschiedene Zielgruppen und Absender. Die Tasche aus schön strukturiertem Mini-Ripstop begeistert als ideale Ergänzung zum gern verschenkten Parfüm, als Prämie zur Kosmetikserie oder als Merchandising rund um Stadt, Land und Reise. Zu haben ist die sportlich kompakte Tasche in Schwarz, Marine, Rot und Beige. In jedem Fall bietet sie in ihrem geräumigen Hauptfach genügend Platz für Shampoo, Bürste, Duschgel, Zahnpasta und Co. Dank einer Polsterung sind auch Flakons, Tiegel und empfindliche Inhalte bestens geschützt. Für extra Ordnung sorgen die insgesamt drei Reißverschluss-Einsteckfächer, passend für Taschentücher, Rasierklingen und die wichtigen Kleinigkeiten des Lebens. Der besondere Clou ist der Aufhängemechanismus, der alles griffbereit präsentiert – fast wie ein kleiner Badezimmer-schrank zum Mitnehmen. Veredeln lässt sich die vielseitige Kulturtasche per Siebdruck oder Stick.

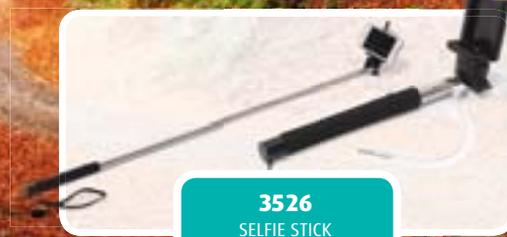
PSI 45666 • Halfar System GmbH • Tel +49 521 98244-0
info@halfar.com • www.halfar.com



Selling together!



4919
POWERCHARGER 2000 WOOD



3526
SELFIE STICK



5686
SILVERLINE WASSERFLASCHE

CLIPPER EXTRA, VOLLER NEUER ARTIKEL, AB JETZT!

MÖCHTEN SIE DIE
NEUE CLIPPER
EXTRA-BROSCHÜRE
ERHALTEN? **BITTE
KONTAKTIEREN
SIE UNS:**





FERNÖSTLICHES FLAIR

Die exklusive niederländische Wellness-Marke „Rituals“ wird auch im übrigen Europa immer beliebter. Rituals entwickelt jeden Oktober eine große Auswahl an neuen, attraktiven „Trendy Wellness Sets“. Die verschiedenen Sets sind alle in eigenen Farbversionen verpackt. Inspiriert von alten, fernöstlichen Traditionen erzählt jedes Produkt eine eigene Geschichte. Bei der Herstellung werden sorgsam ausgewählte Inhaltsstoffe mit modernsten Technologien kombiniert, damit der Empfänger zu Hause diese Traditionen genießen kann – ob im privaten „Hamam“, durch die Balance zwischen Yin und Yang mit „Tao“ oder mit Tee, Körperpeelings und aromatischen Ölen aus der Welt der „Ayurveda“-Philosophie. Die „Laughing Buddha“-Tradition inspirierte zu einer Kollektion mit anregenden Produkten. Durch organische Mandarine und die vitalisierende Kraft von Yuzu sorgt die Laughing Buddha-Kollektion für mehr Glückseligkeit im Alltag. „Sakura“ markiert den Beginn des Frühlings, symbolisiert, dass Schönheit flüchtig ist und man das Leben genießen muss. Inspiriert durch diese Tradition lässt die Sakura-Kollektion jeden Tag wie einen Neubeginn erscheinen. Japanische Samurai-Krieger waren der Überzeugung, dass ein makellostes Erscheinungsbild dazu führte, das Schicksal auf dem Schlachtfeld günstig zu stimmen. Perfekte Körperpflege wurde zur Kunst, um Vertrauen, Stärke und Kontrolle zu steigern. Diese alte Weisheit ist die Grundlage für die Kollektion „Ancient Samurai“. Trendfactory BV ist zuständig für die Lieferung der Rituals-Sets an Wiederverkäufer.

PSI 41941 • Trendfactory B.V. • Tel +31 25 26222-33
 info@trendfactory.eu • www.trendfactory.eu



SCHÖNES FÜR DIE SCHÖNHEIT

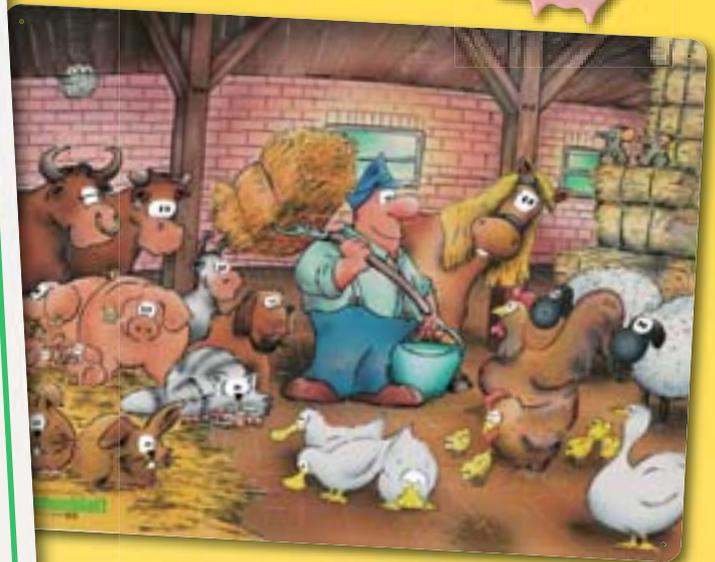
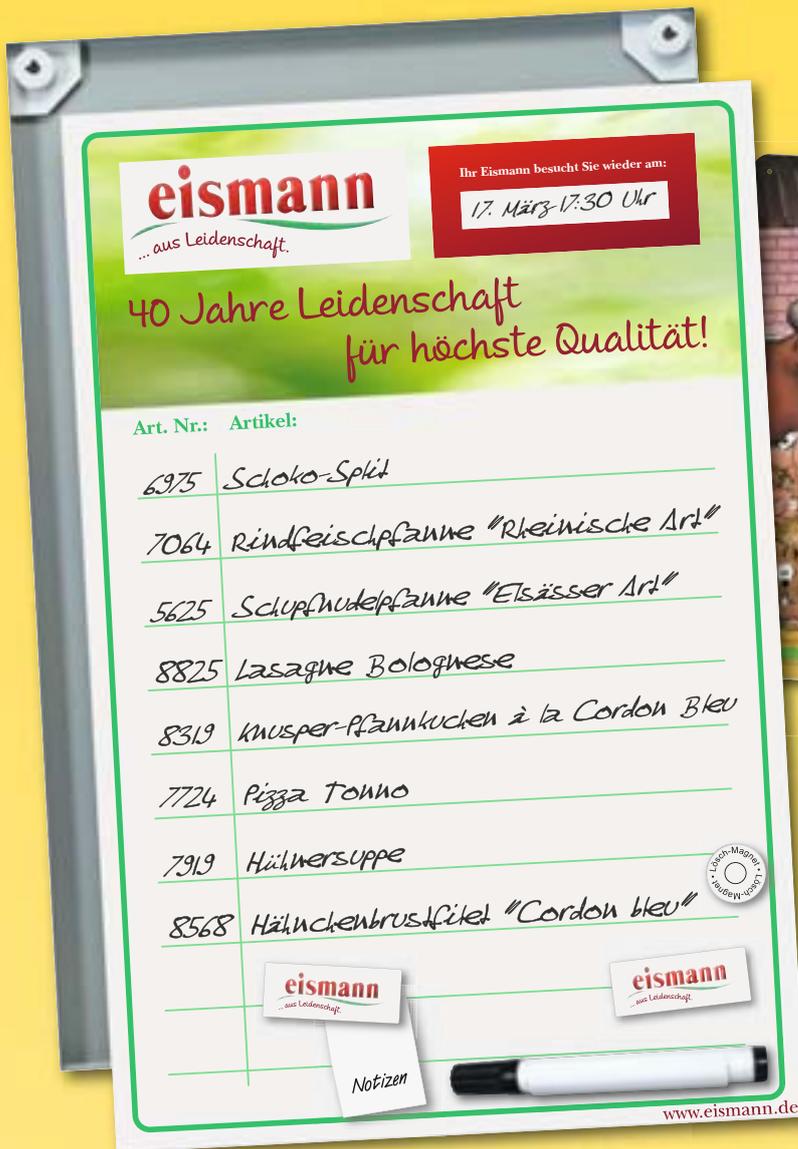
Rubis Kosmetik-Instrumente sind bei Kennern beliebt wegen ihrer herausragenden Qualität und ihres wegweisenden, mehrfach ausgezeichneten Designs. Kein Wunder, dass auch die weltweit erste Pinzette aus nahtlos gezogenem Aluminium vom Schweizer Unternehmen Rubis stammt – für den Werbeartikelmarkt vertrieben von Victorinox. Das in den Farben Purple, Tiffany Blue, Silber, Gelb und Grün erhältliche Lifestyle-Produkt ist wunderbar leicht, liegt gut in der Hand und ist aufwändig verarbeitet. Eine hochpräzise, schräge Pinzettenspitze zieht mühelos und sicher das feinste und kürzeste Härchen. Die clevere Verpackung – eine transparente Kunststoffhülle – rundet das stimmige Angebot ab.

PSI 44281 • Victorinox • Tel +41 41 8181211
 b2b.ch@victorinox.com • www.victorinox.com

Magnet-Memoboards mit Zubehör

„Werbung die haften bleibt“

Made in Germany
garantiert kurze Lieferzeiten!



Wand-Magnettafel

Löschmagnet

Standardmagnet

Boardmarker mit
Stiftablage



Sonderform-Magnete

Whiteboard in optischer Blockausführung

Im Baukastensystem kann aus einem vielfältigen Produkortiment an Magnet-Tafeln und Magneten ein individueller Promotionartikel zusammengestellt werden.



Standard-Magnete in vielen Größen und Formen



Tisch-Memoboard

adamo design[®] gmbh

Konzeption und Herstellung von Kunststoff- und Metallwaren
Bundesstr. 13c • D-32694 Dörentrup • Tel. +49 (0) 52 65 / 74 74
www.adamo-design.de • info@adamo-design.de



PARADIESISCHER DUFT

Das kommt bei jedem Kunden wohltuend an: ein Kokos-Badeset mit paradiesischem Duft, bestehend aus einer Bodylotion, einem Fläschchen Badeschaum, einem Fläschchen Duschgel und zwei Badeblüten für himmlisches Badevergnügen. Die Werbung druckt Lieferant Macma digital (mehrfarbig) auf ein Etikett, das auf der gewünschten Stelle der Einzelverpackung aufgebracht wird.

PSI 40909 • Macma Werbeartikel oHG • Tel +49 911 9818133

verkauf@macma.de • www.macma.de



VOLLE FRUCHT-FRISCHE

Den vollen Geschmack frischer Früchte genießen. Das gelingt mit dem turboschnellen GourmetMaxx Smoothie-Maker „To Go“ nahezu perfekt. Der Mixer zaubert aus Bananen, Beeren, Mangos und allen anderen Früchten einen wahren Frische- und Vitaminkick. Einfach Früchte einfüllen, Deckel schließen, einschalten und schon wird alles im Nu gleichmäßig püriert. Dank des praktischen verschließbaren „To Go“-Bechers können die Smoothies auch gleich mitgenommen und unterwegs genossen werden. Auch Milchshakes, Desserts, Saucen und Dips lassen sich mit dem kompakten Mixer schnell und einfach zubereiten. Alle Teile sind rasch und leicht zu reinigen, alle abnehmbaren Teile sind spülmaschineneignend.

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

- ANZEIGE -

1 ADRESSE. TAUSEND KONTAKTE.

PSI DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE DER WERBEARTIKELINDUSTRIE
13. - 15. JANUAR 2016 DÜSSELDORF

**JETZT
TICKET BUCHEN!**

Reed Exhibitions www.psi-messe.com/ticket



DIAGNOSE MITTELS „NOVA“

Die Spezialisten des Unternehmens R. Cermak stellen ihre Minitaschenlampe „Nova“ mit patentierter Schaltung vor. Nova leuchtet mittels gelber LED und ist deshalb für die Augen- und Rachendiagnostik bestens geeignet. R. Cermak steht für haltbare Produkte in hoher Qualität „Made in Germany“. Alle Produktionsprozesse werden nach umweltfreundlichen Maßstäben durchgeführt.

PSI 44668 • R. Cermak – Mini-Taschenlampen • Tel +49 7231 106105
info@penlights.de • www.penlights.de



HANDLICHES PFLEGESET

Das sollte auf keiner Reise fehlen: Das Maniküreset „Pocket“ aus dem Sortiment von Giving Europe beinhaltet mit Pinzette, Nagelschneider, Feile und Nagelreiniger alle wichtigen Utensilien, die zur Pflege der Hände benötigt werden. Gefertigt aus stabilem und komfortablem Material (Metall und Kunststoff) findet es mittels Kette wahlweise auch Platz am Schlüsselbund. Werblich in Erinnerung bleibt es per Tampondruck.

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



1955 1965 1975 1985 1995 2005 2015

Bleibende Freude

von den Neunzigern bis heute!

Mit einem exklusiven Taschen- oder Stockschild als Weihnachtspräsent schenken Sie eine besondere Freude, die das Fest überdauert. Hochwertig veredelt, chic verpackt und individuell personalisiert bleibt Ihr Geschenk bei Freunden und Geschäftspartnern lange in bester Erinnerung. Kollektionen mit Kult-Charakter finden Sie beim FARE Schirmwerk.



FARE – Guenther Fassbender GmbH

42899 Remscheid | Germany | Tel +49 2191 60915-0
facebook.com/FARE.Schirmwerk



ZWEI STERNE AM WERBEHIMMEL

Die Utensilien-Tasche „Star Dust“ von Inspirion macht Kunden zu kleinen Stars. Starallüren kennt die Filztasche mit der schönen Sternapplikation auf der Front allerdings nicht. Denn das großzügige Hauptfach mit Reißverschluss kann einiges wegstecken. Hier finden Pflegeartikel wie Handcreme, Lippenstift, Puder und Blasenpflaster ausreichend Platz. Die Tasche lässt sich aber genauso gut mit Stiften und Büroaccessoires befüllen. Und da ein Stern am Werbehimmel noch nicht viel Aufsehen erregt, ist auch der gleichnamige Shopper mit einem Stern-Motiv ausgestattet. Dank der langen Schultergurte und dem geräumigen Klettverschluss-Hauptfach erweist sich die Umhängetasche als idealer Shoppingbegleiter. Eines ist sternenklar: Mit den Filztaschen von Inspirion steht Kundenwerbung unter einem guten Stern.

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

PERFEKT TEMPERIERT

Ob kühlen oder wärmen: Dieses Gelkissen von elasto form kann beides. Im Gegensatz zu herkömmlichen Gelkissen dient es nicht ausschließlich zum Wärmen, sondern kann auch ganz einfach einen kühlen Kopf verschaffen. Dank integrierter Gelperlen kann das Kissen neben Wärme auch Kälte speichern und wieder langsam nach außen abgeben. Das Gelkissen besteht aus PVC, das eine einfache Verformung erlaubt, aber dennoch einen sicheren Schutz vor Austreten der Gelperlen gewährleistet. Das Kühl-/Wärmekissen „Bead“ ist für die Wärmefunktion in einigen Augenblicken einsatzbereit: Einfach für ca. 10 Minuten in 60 °C warmes Wasser legen und zum Kühlen bis zum Einsatz im Kühlschrank aufbewahren. Der Artikel kann in zwei verschiedenen Versionen geliefert werden: Neben der runden Edition gibt es auch eine etwas kleinere, ovale Version.

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





**URGENT
CLEAN
WATER
APPEAL**

A simple drink of water kills a child every 20 seconds in the developing world. With no supply of clean water, they have no option but to take their chances.

But by giving just £5 to Just a Drop, you can help stop these needless deaths from waterborne diseases – and bring life-saving water to children like Eva. We've already helped over a million people, but millions more need us.

Please make the next 20 seconds count – donate £5 to Just a Drop.

SAVE A LIFE NOW

Text **JADH20 £5** to **70070** to donate today.

Or call **020 8910 7981**

Or visit **www.justadrop.org**

**Just a
drop**
Safe Water = Saved Lives

Serv. are charged at your mobile phone operator's standard rate. The charity will receive 100% of your donation. You must be 16 or over and please ask the bill payer's permission. For full terms and conditions and more information, please visit: www.justgiving.com/info/terms-of-service

Registered Charity Number: 1100026

Ssssspeaker

BLUETOOTH - LAUTSPRECHER

FEEL THE
Music

Aus Silikon und Kunststoff, kompakt, zusammenfaltbar

Bluetooth Funktion

Farbige LED Hintergrundbeleuchtung

Inkl. USB Ladekabel

Drei verschiedene Soundtypen

Aufspielen eines eigenen Welcome-Tracks möglich

Silikon und Logofläche ähnlich jeder Pantonefarbe

Individualisierung durch Logodruck- oder Gravur



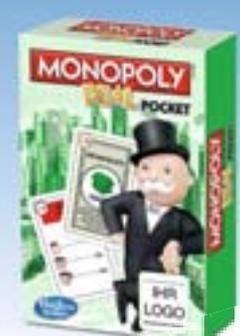
4c Verpackung
im individuellen Design

nolimits Promotion GmbH
Industriestrasse 13
56307 Daufenbach
Tel. +49 26 84 / 95 70 24
info@nolimits-gmbh.de
www.nolimits-promotion.de



GROSSE WERBEWIRKUNG MIT HASBRO-MARKEN

Punkten Sie mit bekannten
Spieleklassikern auf Karten



Spielkartenfabrik Altenburg GmbH
Leipziger Str. 7 · 04600 Altenburg
Tel.: 0 34 47/582 - 0 · Fax: 0 34 47/582 - 109 · www.spielkarten.com



© 2015 Hasbro. All rights reserved.



ENTSPANNT DURCHATMEN

Gute und saubere Luft ist eine wesentliche Voraussetzung für die menschliche Gesundheit. Der Luftgüte-Monitor WL 2000 von Technoline überwacht rund um die Uhr die Raumlufthqualität und erinnert im richtigen Moment ans Lüften. Dank des eingebauten Sensors können bis zu 5000 belastende Substanzen in der Luft erkannt werden. Darüber hinaus zeigt das Display die Uhrzeit sowie die aktuelle Temperatur und Luftfeuchtigkeit an. Egal ob Zuhause oder im Büro, mit seinem schicken Design und einer Werbeanbringung schmückt der Luftgüte-Monitor jeden Ort und hilft dabei, die Lebensqualität der mit dem Produkt bedachten Kunden zu verbessern. Der WL 2000 ist auch im Set mit einem Gateway verfügbar, wodurch die Daten des Monitors weltweit und dauerhaft kostenlos per App abgerufen werden können.

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



NIE DIE DETAILS VERGESSEN

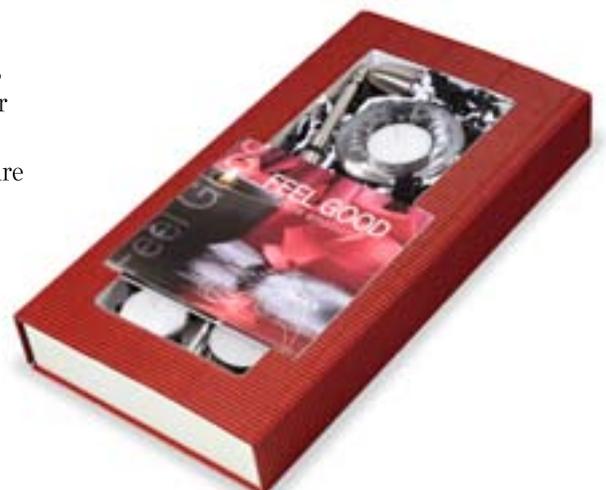
Gepflegte Nägel und saubere Hände sind genauso wichtig wie angemessene Kleidung und professionelles Auftreten im Arbeitsumfeld. Mit anderen Worten: Jedes Detail zählt. Das fünfteilige Maniküre-Set von Reda mit dem Namen „Flowie“ beinhaltet Schere, Nagelknipser, Nagelreiniger, Nagelhaut-Trimmer und Nagelfeile. Die Werkzeuge sind aus dauerhaftem, rostfreiem Stahl gefertigt und werden von Reda per Tampondruck individualisiert. So ist das gewünschte Logo bei jedem Gebrauch des Maniküre-Sets im Blickfeld.

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

WAHRE ENTSPANNUNG

Sanft entspannen und Energie tanken. Eintauchen in wohltuende und harmonische Klänge. Kostbare Regeneration und Wohlbefinden für Körper, Geist und Seele, dies bewirkt jedes einzelne der vier Entspannungs-Sets aus der stilvollen micx Wohlfühl-Kollektion. „Feel Good pur emotion“, „Meditation in harmony“, „Relaxation in nature“ oder „Wellness pure sensitive“, sorgen für pure Entspannung mit auffallendem Wohlklang und stimmungsvolle Werbewirkung. Weitere Information zur Entertainment-Presentcollection finden sich auch unter www.mediasets.de und direkt bei micx-media.

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



HIGH VISIBILITY



Mach auf Dich aufmerksam!

Ob in der Dämmerung, bei schlechten Sichtverhältnissen oder nachts, Textilien mit einer hohen Sichtbarkeit lassen Dich nicht nur besser aussehen sondern sorgen auch dafür daß Du gesehen wirst!

Unsere High Visibility Kollektion macht Dich zum High-Light.

020964 HARDY REFLECTIVE JACKET

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

ÖSTERREICH:
info@newwave-austria.at
Tel.: +43(0)5373 200 60 0
www.newwave-austria.at

NewWave[®]
your complete promowear supplier

FÜR OUTDOORFANS

Leicht und atmungsaktiv, kuschelig warm, modisch funktionell: Die Auswahl an neuen Fleecejacken von Stedman Active aus innovativen Materialien weckt in jeder/-m den Outdoor-Fan. Die Stedman Active Knit Fleece Jackets bestehen durch ihre hochwertige Strick-Optik. Das Polyester-Strickfleece-Material (280 g/m²) ist elastisch, wasserabweisend und sehr strapazierfähig. Reißverschlüsse in sportlichen Kontrastfarben und die stylische Taucher-Kapuze bei Damen verleihen diesem Style das gewisse Etwas. Auf der Innenseite ist das weich gekämmte, hautwärmende Fleece zu fühlen. Die Active Knit Fleece Jackets eignen sich bestens als smarte Sportbekleidung und bieten großartige Wärmeisolierung bei geringem Gewicht. Die Herren-Jacken gibt es in Light Grey Melange und Dark Grey Melange von S bis 2XL. Die Frauen-Jacken in Light Grey Melange und Purple Melange von S bis XL haben zusätzlich eine wärmende Taucher-Kapuze und Stehkragen. Die Stedman Active Power Fleece Jackets sind Allrounder mit mittlerem Gewicht. Ihre hervorragende Wärmeisolierung verdanken sie dem dickeren Material aus Polyester mit Anti-Pilling-Ausrüstung (280 g/m²). Diese Fleece-Jacken sorgen für behagliche Wärme und einen modernen Look. Zusätzlich schützt die Taucher-Kapuze mit Stehkragen vor Kälte: Als Extra-Schicht verhindert sie, dass der Kopf auskühlt.

PSI 45383 • Stedman • Tel +49 241 705020
support@stedman.eu • www.stedman.eu



RUNDE SACHE

Das Kleinmengen bei personalisierten Wellnessprodukten auch möglich sind, beweist das holländische Unternehmen Premo b.v. Die Spraysticks von Premo sind befüllt mit Sonnencreme oder Handreinigungsspray und bereits ab 100 Stück mit einem 360-Grad-Rundumdruck oder mit 4c bedrucktem Etikett erhältlich. Auch Tuben mit Sonnencreme und Aloe Vera Handcreme, die wie die Spraysticks aus europäischer Herstellung stammen, werden bereits ab 100 Stück mit Personalisierung angeboten.

PSI 44119 • Premo b.v. • Tel +31 546 581212
sales@premo.nl • www.premo.nl

- ANZEIGE -

1 ADRESSE. TAUSEND KONTAKTE.

PSI DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE DER WERBEARTIKELINDUSTRIE
13. - 15. JANUAR 2016 DÜSSELDORF

JETZT
TICKET BUCHEN!

Reed Exhibitions www.psi-messe.com/ticket

RENAISSANCE DER GEFÜHLE

Im Weihnachtssortiment der emotion factory erfahren die guten alten Filzpantoffeln als stimmungsvolles Give-away eine echte Renaissance. Denn die Botschaft heißt wohlfühlen und aufwärmen, und damit stimmen „Finchen’s Filzpantoffeln“ perfekt auf die Vorweihnachtszeit ein. Eingehftet zwischen beiden Pantoffeln liegt die Werbekarte, die im Digitaldruck ab 100 Stück auch individuell bedruckbar ist.

Den perfekten Einsatz erfährt der Pantoffel als Türöffner beim Außendienst, der dafür sorgt, dass sich Kunden im Büro Schritt für Schritt wohlfühlen.

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



Ihr Logo.
Ihre Zielgruppe.
Genau Ihre Tasche.



HALFAR
Starke Taschen.

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



EXKLUSIVES VERWÖHNSET

Ein wohltuendes Bad entspannt Körper und Geist, ganz besonders in der kalten Jahreszeit. Dieses stilvolle, in zartem Weiß gehaltene Verwöhnset verwandelt jedes Bad in eine reine Wellness-Oase. Das Set besteht aus jeweils 250 g Bodylotion und Duschgel, 175 g Badesalz in einen ansprechenden Satin-Beutel gefüllt, einer ästhetischen Kerze und zwei prickelnden Badekugeln. Das Set verbreitet einheitlich einen beruhigenden, angenehmen Duft nach Baumwolle. Damit verhilft der Überbringer dem Kunden zu einem relaxten und besinnlichen Bade-Erlebnis. Um diesen eleganten Werbeartikel abzurunden, bietet Yink die Möglichkeit, ein Logo oder eine Werbebotschaft auf der mitgelieferten Geschenkverpackung anzubringen.

PSI 48779 • Yink – sprd.net AG • Tel +49 341 3929440
service@yink.com • www.yink.com



FARBENFROH FEILEN

Er ist ein absolutes „Must-have“: der Nagelfeilenfächer „4Beauty“. In seiner haptisch angenehmen Ausführung ist 4Beauty sechs Zentimeter lang und passt bequem in die Hand, so dass die vier Feilflächen einfach und schnell einsetzbar sind: drei unterschiedliche Oberflächen zum Kürzen und Feilen und eine High-Tech-Polierfläche für ein glänzendes Finishing. Logos und Werbebotschaften lassen sich mittels Digitaldruck bis zu 4-farbig auf der Vorder- und Rückseite platzieren.

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

VERWÖHN-MOMENTE FÜR DAHEIM

Die neuen Seasons-Geschenkideen der „End of Year“-Kollektion von PF Concept sind exklusiv über Avenue erhältlich und verwandeln die eigenen vier Wände in eine Wohlfühloase. Mit dem Milton Verwöhn-Set, bestehend aus einem flauschigen Handtuch, einer hölzernen Nagelbürste und einer duftenden Massageseife, bekommt jeder Teil des Körpers von Kopf bis Fuß seine wohlverdiente Aufmerksamkeit. Das angenehm weiche Mikrofaserhandtuch und die dazu passenden Pantoffeln aus dem Carlton Komfort Geschenk-Set bringen das luxuriöse „Hotel-Feeling“ nach Hause und lassen den Beschenkten den Alltag für einen kurzen Augenblick vergessen. Auch neu in der „End of Year“-Kollektion sind die kuscheligen Seasons-Decken, die nach einem entspannenden Bad zum gemütlichen Nichtstun auf der Couch einladen.

PSI 40660 • PF Concept Deutschland GmbH • Tel +49 2822 960-0
info@de.pfconcept.com • www.pfconcept.com



DER HERBST WIRD

HEISS



www.psi-network.de

Die PSI Network Seite, der PSI Product Finder und der PSI Webshop erscheinen im neuen Look und mit verbesserten Features.

PSI

**DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE
DER WERBEARTIKELINDUSTRIE
13. – 15. JANUAR 2016 DÜSSELDORF**

**JETZT TICKET
BUCHEN**

Da wird ja die Giraffe verrückt!

**WORK
LIFE
FUN
2015**

Bevor auch Sie
verrückt werden:

Die Nackenrolle
sorgt für optimale
Anschmiegsamkeit
und Schlafkomfort.



TURN OVER | 56-060 7000



**Unser WORK-LIFE-FUN-Versprechen:
Ihre Kunden werden Ihnen um den Hals fallen.**

Tolle Neuheiten zum Jahresendspurt finden Sie im neuen
Christmas Special 2015. • Bestellen Sie jetzt.

Tel.: +49 421-5227-0 • Fax: +49 421-5227-403 • Oder unter www.promotiontops.com anfordern!

INSPIRION
▶ TRADING IDEAS

TOPICO



SPASS BEIM ZÄHNEPUTZEN

Nach dem großen Erfolg des singenden und leuchtenden Zahnputzbechers im Werbebereich und im Einzelhandel konnte Global Innovations eine neue, optimierte Variante des bunten Kinder-Hygieneprodukts entwickeln. Das komponierte Zahnputzlied belehrt die Kinder spielerisch, ihre Zähne in der richtigen Weise zu putzen. Neues Highlight ist der integrierte Mini-USB-Anschluss, mit dem nun zusätzlich bis zu zehn Wunschlieder selbst aufgespielt werden können. Standardmäßig sind bereits einige Lieder integriert. Möglich sind auch schon vorab aufgespielte Lieder in unterschiedlichen Sprachen oder z. B. festliche Weihnachtsmusik (inklusive europaweiter Schutzrechte). Die Mindestbestellmenge für dieses Badezimmerhighlight liegt bei 3.000 Stück.

PSI 46626 • Global Innovations Germany GmbH & Co. KG

Tel +49 6502 93086-0

info@globalinnovations.de • www.globalinnovations.de

NAGELPFLEGE LEICHT GEMACHT

Die hochwertigen Solinger Scheren der Marke Ruderer von Walter Broch Nachf. GmbH & Co. KG entstehen auch heute noch zum großen Teil in Handarbeit. Handgeschliffene Scherenblätter und durchgehärtete Schneiden erzeugen langanhaltende Schärfe. Präzise Verarbeitung ist für den gleichmäßigen Gang der Schere unerlässlich. Hochwertige Materialien und langjährige Fachkenntnisse führen zu erstklassigen Produkten. Das Traditionsunternehmen bietet Haut- und Nagelscheren in diversen Modellen – mit oder ohne Manikürspitze. Auch Spezialmodelle für Diabetikernägel sind kein Problem. Die Scheren sind in verschiedenen Ausführungen erhältlich. Beispielsweise in vernickelt, vernickelt strichmattiert, mattchrom und rostfrei matt. Besonders interessant für die Werbung ist ein Spezialdruckverfahren, mit dem individuelle und bunte Muster auf dem Scherengriff möglich sind. Der Gestaltung sind hier kaum Grenzen gesetzt.

PSI 43717 • Walter Broch Nachf. GmbH & Co. KG • Tel +49 212 338175

info@broch-nachf-solingen.de • www.broch-nachf-solingen.de



-Anzeige-

SO MACHT DAS EINKAUFEN SPASS! ▶ PSI

Der neue PSI Webshop geht noch diesen Herbst online.

www.psi-webshop.de

Reed Exhibitions

Centsationell.

Unsere günstigen Preise sind die beste Werbung. Für uns und für Sie.



Innovativ, praktisch, nachhaltig. Und das alles zu einem centsationellen Preis! Unsere Notizwerbe-mittel sind in vielerlei Hinsicht beeindruckend anders. Lassen Sie sich überzeugen.

1 ADRESSE. TAUSEND

▶ PS



SPORTLER.

1

**DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE
DER WERBEARTIKELINDUSTRIE**
13. – 15. JANUAR 2016 DÜSSELDORF



www.psi-messe.com

LM ACCESSOIRES

WEITERE PERSONELLE ZUWÄCHSE

Seit Sommer macht sich Janine Busser für LM Accessoires auf den Weg zu den Kunden in den Niederlanden. Die neue Außendienstlerin beim Kölner Unternehmen ist in der Branche bereits ein bekanntes Gesicht und schon seit vielen Jahren in



Janine Busser

Sachen Werbeartikel unterwegs. „Der direkte Umgang ist etwas Besonders. Ein persönliches Gespräch ist durch nichts zu ersetzen. Man könne sofort reagieren und auf die Wünsche, Vorstellungen und auch auf Kritik bestens eingehen“, so Janine Busser. Zudem macht sich Salvatore Laudanis für den Kölner Werbeartikel auf den Weg durch Deutschland und Österreich. Der individuelle Kundenkontakt ist seine tägliche Motivation: „Nirgends erfährt man soviel über die Bedürfnisse, Wünsche und Sorgen der Kunden wie im persönlichen Gespräch, für das ich mir selbstverständlich viel Zeit nehme“, sagt er. Mit Frederik Probst wurde darüber hinaus der Vertrieb weiter verstärkt. Der Werbeartikelprofi kennt LM Accessoires auch von der Einkaufsseite gut und freut sich, sein Wissen für die Kunden gewinnbringend einzusetzen. Last but not least



Salvatore Laudanis



Frederik Probst



Florian Keuten

stößt Florian Keuten als Auszubildender zum Team und wird in der Grafikabteilung in die Gestaltung vielfältiger Werbemedien eingeführt. www.lm-accessoires.com <

KARLOWSKY FASHION

DRACHEN ZÄHMEN LEICHT GEMACHT

Diesen Sommer hat das Team der Karlowsky Fashion GmbH sich ans Drachenzähmen gemacht. Mit Teamgeist und Motivation haben alle Mitarbeiter des Spezialisten für trendige Berufsmode an die Paddel gegriffen und beim Drachenboot Teamevent bewiesen, dass sie das Motto „Wir sitzen alle in einem Boot und nur gemeinsam erreichen wir unser Ziel!“ nicht nur im Unternehmen bestens umzusetzen wissen. So blieb die eingespielte Mannschaft rund um Thomas und Niels Karlowsky bei ihrer Drachenboot-Challenge auch auf ungewohntem Terrain auf geradem Kurs und kam erfolgreich ins Ziel. www.karlowsky.de <



Das Karlowsky-Team pflügt zielbewusst durchs Wasser.

IN MEDIAS WERBEMITTEL

DIE SUCHE HAT SICH GELOHNT

Gleich zwei neue Mitarbeiterinnen verstärken seit Anfang Juli 2015 das Team bei der „in MEDIAS werbemittel“ aus Eggolsheim. Evelyn Wabra, diplomierte Kommunikationswirtin (BAW) und Art Director, unterstützt die Grafik in den Bereichen Konzeption, Fotoregie, Retusche



Evelyn Wabra (l.) und Tina Kröner.

und Reinzeichnung. Tina Kröner, diplomierte Kommunikationswirtin (BAW), bringt kreativen Schwung und frische Ideen sowie Erfahrung im Bereich Entwurf, Design und Marketing mit. „Durch die Impulse der neuen Kräfte können neue originelle Produkte für in MEDIAS Kunden verwirklicht werden“, sagt Inhaberin Heidi Martin. www.in-medias.de <

KHK GMBH

LABORVERSTÄRKUNG

Neu im Team des Kosmetikspezialisten KHK aus Köln ist Diplom-Biologin Dr. Tatjana Levey. Sie ist für das komplette Qualitätsmanagement verantwortlich und



Dr. Tatjana Levey

bereitet die ISO 9001 Zertifizierung vor. Tatjana Levey ist vom TÜV Rheinland zertifiziert und unter anderem für die Umsetzung der äußerst wichtigen Kosmetik GMP (Good Manufacturing

Practice) zuständig. Im perfekt ausgestatteten, hauseigenen Labor werden die Rezepturen der KHK-Pflegeprodukte ständig weiterentwickelt und auch individuelle Kundenwünsche realisiert. www.lipcare.de <

QUALITÄTSMANAGEMENT

HALFAR NACH DIN ZERTIFIZIERT

Sicherheit, Qualität, Verlässlichkeit und Berechenbarkeit sind Kriterien, auf die viele Kunden besonderen Wert legen, wenn es um die Beurteilung von Lieferanten geht. In diesem Bereich setzt der Taschen-spezialist Halfar System GmbH schon seit Langem Maßstäbe bei seinen Handelspartnern. Mit der erfolgreichen Zertifizierung nach der Qualitätsnorm DIN ISO 9001:2008 wurde nun der nächste Meilenstein erreicht. „Für Halfar bedeutet das auch, dass relevante Prozesse von A-Z nochmals analysiert wurden und viele Verbesserungen für den Augenblick, aber auch für die Zukunft definiert werden konnten. Außerdem wurde damit belegt, dass kreatives Arbeiten und Flexibilität nicht im Widerspruch zum Konzept der Qualitätsnorm stehen müssen“, so Peter Leseberg, Leitung Vertrieb und Marketing des Geschäftsbereichs Promotiontaschen bei Halfar. www.halfar.com

KALFANY SÜSSE WERBUNG

NEUZUGÄNGE

Kalfany Süße Werbung hat sich verstärkt. Dominique Cadin übernahm die Position als Area Sales Managerin im Bereich Süße Werbung Export. Cadin verfügt über fundierte Kenntnisse im Bereich Vertriebs-



Dominique Cadin (l.) und Pascale Amrhein.

und Produktmanagement innerhalb Europas. Um eine gezielte Kundenbetreuung des französischen Marktes zu gewährleisten, unterstützt Pascale Amrhein das Team des Customer Service Export. Sie hat ihr Bachelorstudium mit Schwerpunkt International Management erfolgreich abgeschlossen. www.suesse-werbung.de

NEUSTRUKTURIERUNG

REEKO DESIGN JETZT BEI CARSTENSEN

Reeko design, Werbeartikelimporteure aus Quickborn bei Hamburg, hat sich dem Unternehmen Carstensen Import-Export Handelsgesellschaft mbH aus Ellerau angegliedert. Reenald Koch, Geschäftsführer von reeko, kommentiert: „Nach mehr als 25 Jahren in unserer Branche will ich die Geschäfte zur Stärkung der Marktposition in eine größere Struktur überführen.“ Koch, der 1996 mit Röder & Co. einen der ältesten Werbeartikelimporteure Deutschlands übernommen und 2000 wieder an Antalis veräußert hatte, gründete nach weiteren Jahren als General Manager der neuen Unit Antalis Promotional Products 2003 mit der reeko design sein eigenes Werbeartikel-Importunternehmen, das er zum erfolgreichen Player am Markt entwickelte. Schon in dieser Zeit war Carstensen Import-Export mit Büros in Bangkok, Hong Kong, Jakarta und Shanghai ein wichtiger reeko-Partner. Die langjährigen guten Kontakte waren nun auch ausschlaggebend für die Eingliederung von reeko design bei Carstensen. Koch sieht hierbei „zukünftig noch bessere Ansätze für gemeinsame Sondergeschäfte“. Reenald Koch und das reeko-Team bleiben auch in den kommenden Jahren Ansprechpartner für den gewachsenen Kundenstamm. Die verhandelten Konditionen werden für die Geschäftspartner weiterhin bestehen bleiben, heißt es aus Quickborn. Nur die Firmierung und die Kontaktdaten sind neu:

**reeko design – a division of
Carstensen Import-Export Handelsgesellschaft mbH
Werner von Siemens-Str. 3-7
D-25479 Ellerau
Tel. +49 4106 79950571
www.reeko.com**



Reenald Koch, Geschäftsführer von reeko

SPRANZ GMBH

DEN STANDORT RUNDUM VERSTÄRKT

Das Team der Spranz GmbH vermeldet weitere Neuzugänge: Neben dem neuen Verkaufsleiter und erfahrenen Branchenkenner Kevin Frantz, der bereits seit letztem Jahr erfolgreich in die Kundenbetreuung eingestiegen ist, wurde die Office Crew mit den Key Account Sachbearbeiterinnen Katja Zirwes für das Team Mitte und Katrin Kraus für das Team Nord verstärkt. In der Tradition eines ausbildenden Betriebes wurden zudem zwei neue Auszubildende für das Frontoffice eingestellt: Angelika Nekrasov und Lena Busch sowie Robin Konrad als weiterer Auszubildender für Lagerlogistik. Zum hauseigenen Produktions- und Veredelungsteam stieß mit Etienne Christmann im Zuge des Umbaus auf ein EDV gestütztes PPS System eine weitere Fachkraft hinzu. Die von Spranz praktizierte Geschäftspolitik, ausschließlich den Handel zu unterstützen und am Standort Deutschland zu veredeln, wird damit fortgeführt und optimal unterstützt, heißt es aus dem in Koblenz ansässigen Lieferanten von Designartikeln für den Werbeartikelmarkt. www.spranz.de



Erfolgreich in die Kundenbetreuung eingestiegen: Kevin Frantz.

FISCHERTECHNIK GMBH

GROSSE GEBURTSTAGSPARTY

Über 2.000 Kinder, Jugendliche, Eltern und begeisterte fischertechnik Fans feierten beim neunten fischertechnik Fan-Club-Tag das 50-jährige Bestehen von fischertechnik – so viele Besucher wie nie zuvor. Geboten wurde ein kurzweiliger Mix aus Informationen, Unterhaltung und Mitmach-Aktionen. Im Mittelpunkt standen die Kreationen der fischertechnik Fans, die Neuheiten und auch eine Auswahl historischer Baukästen. Über 100 fischertechnik Fans aus Deutschland und den Niederlanden stellten phantasievolle Modelle aus. Besonders gespannt waren die Fans auf die Präsentation der neuen Baukästen. Die neuen Robotics Mini Bots waren stets dicht umlagert. Und das Erfolgsthema Kugelparcours wird 2015 mit der neuen Linie Dynamic fortgeschrieben. fischertechnik präsentierte zudem die kompakten Baukästen Profi Pneumatic Power und Profi Solar Power. Ein weiteres Highlight war die historische Baukastenausstellung am Standort Salzstetten, die so manche Kindheitserinnerungen weckte. Interessierte Besucher konnten zudem die Konfektionierung von fischer TiP und fischertechnik besichtigen sowie einen Jubiläumsbaukasten selbst bestücken.

www.fischertechnik.de



Beim neunten fischertechnik Fan Club Tag bewunderten die Fans die phantasievollen Modelle.

MOOD ROOMS E.K.

EINFACH UND SCHNELL MARKEN VERKAUFEN

Das Unternehmen mood rooms e.K. präsentiert jetzt seine Markenvertretungen gebündelt in einem B2B-Katalog. Auf 56 Seiten werden 13 Erfolgsmarken mit ihrem B2B-Sortiment übersichtlich präsentiert. mood rooms spricht von einem „innovativen Konzept, um Industriekunden von der Stärke und Aussagekraft eines Markenartikels nachhaltig zu überzeugen“. Die Verkaufsunterlage ist neutral gehalten, mit Industriepreisen versehen und kann somit direkt an den Industriekunden weiter gegeben werden. Bereits ab einer Menge von 100 Stück bietet mood rooms Händlern auch einen eigenen Einband an. Das Portfolio des Katalogs zeigt folgende starke Marken: AdHoc, blomus, bobble, carus, Holmegaard, iittala, KAI, magisso, MENU, Microplane, mood bikes, Rosendahl, Wüsthof. Der B2B-Katalog kann bestellt werden unter:

info@mood-rooms.de – www.mood-rooms.de



BOFA-DOUBLET GMBH

FRISCHE VERSTÄRKUNG

Die Bofa-Doublet GmbH, Spezialist für Beflagung, Innen- und Außenkommunikation und Events aus Bonn, freut sich über den Einstieg der ehemaligen Auszubildenden Lisa Klinkhammer. Sie verstärkt nun das Vertriebsteam der Bofa. Auch in



Lisa Klinkhammer (l.) und Anika Dreifke.

diesem Jahr begrüßt das Unternehmen wieder eine neue Auszubildende. Anika Dreifke absolviert seit August ihre Ausbildung zur Industriekauffrau bei der Bofa.

www.bofa.de

SOL'S

NACHHALTIGES MITGLIED

SOL'S, die französische Marke für Promotiontextilien und Accessories, ist nun auch Mitglied der Sustainable Apparel Coalition (SAC). Mit seiner Mitgliedschaft wird SOL'S das SAC-Tool zur Messung von Nachhaltigkeit – den Higg Index – für die gesamte textile Wertschöpfungskette nutzen. Mit seinem Beitritt wird SOL'S Mitglied einer Gruppe aus über 160 Marken, Händlern und Produzenten, die sich mittels der SAC, der Optimierung der Wertschöpfungskette und der Nachhaltigkeit in der Textil- und Schuhindustrie verschrieben haben. Das stetige Streben von SOL'S nach Optimierung seiner Prozesse in Produktion und Supply Chain unterstrich die Marke mit ihrer ISO 9001:2008 Zertifizierung für Qualitätsmanagement. Ein weiteres Zertifikat stammt von der Fair Wear Foundation. SOL'S Mitgliedschaft bei der FWF wurde nach den ersten sechs Monaten bei einem Audit als „gut“ bestätigt.

www.sols-europe.com

BAGSTAGE

10-JÄHRIGES JUBILÄUM MIT TASCHENFILM

An Witz und Ideen hat es Bagstage noch nie gemangelt und so fiel im September 2015 der offizielle Startschuss zu der rund einjährigen Kampagne „10 Jahre Bagstage“ mit Gewinnaktionen und dem Launch von Bagstage – Der Tragetaschenfilm. Die Internet- und YouTube-Kampagne „Bagstage – Der Tragetaschenfilm“ ist auf allen bekannten Social-Media-Kanälen und natürlich auf der Website www.bag-stage.de zu sehen. Hier werden die verrücktesten Tragetaschen auf surreal-überhöhte Weise gezeigt und die Tragetaschen von morgen vorgestellt. Alle Tragetaschen sind im Onlineshop von Bagstage zu sehen.

www.bag-stage.de/bagstage-der-film.html <

INSPIRION GMBH

NEUES VERTRIEBSBÜRO

In Belgrad hat Inspirion ein neues Vertriebsbüro eröffnet. Der Kollege dort heißt Vladimir Rajak, der zusätzliche Unterstützung von der kroatischen Inspirion-Niederlassung in Zagreb erhält. „Für uns ist es wichtig, dass wir die Kunden in Serbien jetzt direkt aus deren Hauptstadt betreuen können“, erklärt Marinko Leskur, der als Manager von Inspirion Adria (Kroatien) auch das Geschäft in Serbien verantwortet. Die serbischen Kunden profitieren nun von einem auf sie zugeschnittenen Service. „Die Beziehungen zwischen Serbien und der Europäischen Union sind deutlich enger geworden. Von den wirtschaftlichen Möglichkeiten in diesem jungen, dynamischen Land wollen wir profitieren“, sagt Inspirion-Chef Sönke Hinrichs. www.inspirion.eu <



Vladimir Rajak

<

PF CONCEPT

PARTNERSCHAFT MIT OPPENHEJM & JANSSON

Der Multispezialist für Werbeartikel, PF Concept, geht eine Partnerschaft mit dem Hersteller von Pflaster, Erste Hilfe-Produkten und Reflektoren, Oppenheim & Jansson (O&J) ein. Ab sofort übernimmt PF Concept exklusiv den Vertrieb des umfassenden Sicherheits-Produktportfolios innerhalb des gesamten Werbeartikelmarktes in Europa. „PF Concept verfolgt mit dieser Kooperation das strategische Ziel, ein kreatives Netzwerk spezialisierter Lieferanten attraktiver Produkte aufzubauen, die PF Concept derzeit nicht oder nur ausgewählt in seinem Liefersortiment anbieten kann“, erläutert Ralf Oster, CEO von PF Concept. Die Partnerschaft mit O&J ist die erste dieser Art, weitere Kooperationen sollen folgen. Dazu Ralf Oster: „PF Concept ist offen für eine ausgeweitete Perspektive, um als Plattform für alle möglichen, erfolgversprechenden Produkte in dieser Industrie zu agieren.“ Ulrich Oppenheim, Gründer, kreativer Kopf und Produktentwickler von O&J, unterstreicht: „Wir freuen uns sehr, mit PF Concept einen starken Partner für



Freuen sich über die neue Kooperation: (v.l.) Ulrich Oppenheim (Oppenheim & Jansson) Pieter Boonekamp und Lars Bakker (beide PF Concept)

Vertrieb und Marketing im wichtigen Werbeartikelmarkt gefunden zu haben. Bei ihm sind unsere Produkte nicht nur in vertrauenswürdigen, erfahrenen Händen, er hat zudem die Bekanntheit und Stärke, unser Produktsortiment zu vertreiben, zusätzliche attraktive Marktsegmente für uns zu erschließen und die Händler professionell zu unterstützen.“ <

PROMOTION MÄSSAN

LEICHT RÜCKLÄUFIGES ERGEBNIS

Die zweite von zwei Jahresveranstaltungen der schwedischen Werbeartikelmesse Promotion Mässan ist am 20. August auf dem Gelände der Kista/Stockholm mit einem erneut leicht rückläufigen Ergebnis zu Ende gegangen. Die Veranstalter der Messe, die von der Artexis-Gruppe in Partnerschaft mit SBPR (Svensk Branschförening Profil- och Reklamartikel) und PWA (Promotion Wholesales Association) durchgeführt wurde, zählten an drei Messetagen insgesamt 2186 Fachbesucher. Das entspricht nach offiziellen Angaben einem Rückgang von 15 Prozent zur letztjährigen Sommerveranstaltung. 146 Aussteller zeigten ein vielschichtiges Spektrum neuer Promotionsprodukte. Die deutschen Aussteller waren größtenteils sehr zufrieden. Zu den Stammaustellern Inspirion, uma, Mahlwerck und PSI gesellten sich die Geiger-Notes AG, LM Accessoires GmbH, Post-it Michael Schiffer Promotion und WIL Langenberg. Die nächste Promotion Mässan findet vom 19. bis 21. Januar 2016 statt. www.promotion-massan.com <



CYBER-WEAR UND FORD OF EUROPE

NEUES LEVEL DER ZUSAMMENARBEIT

cyber-Wear hat personell aufgerüstet und damit einen weiteren Meilenstein in der seit 2010 stetig enger werdenden Zusammenarbeit mit Ford of Europe gesetzt. Ein neuer Key Account Manager mit Arbeitsplatz am Unternehmenssitz von Ford in Köln verzahnt die Partnerschaft von Autohersteller und Agentur noch enger.

Cyber-Wear hebt die Zusammenarbeit mit Ford of Europe auf ein neues Level: Axel Schmidt (35) verstärkt seit 17. August das bislang 5-köpfige Team Ford in Wipperfürth und betreut den Autohersteller zukünftig als neuer Key Account Manager. Seinen Haupt-Arbeitsplatz wird der Neuzugang dabei direkt bei Ford in Köln haben, um den Zusammenhängen und dem Zusammenwirken von Fahrzeugen und dem Bereich Zubehör, zu dem die von cyber-Wear verantwortete Ford Lifestyle Collection gehört, besser gerecht zu werden.

ANSPRECHPARTNER FÜR

MERCHANDISING UND WERBEMITTEL

Axel Schmidt ist vom europäischen Ford Headquarter aus der Ansprechpartner für Merchandising und Werbemittel für alle europäischen Länder bzw. Märkte. Er kommuniziert direkt mit den jeweiligen National Sales Companies und bringt ihnen die Vorzüge des flankierenden Einsatzes von Merchandising- und Werbemitteln näher. Seit einigen Jahren schon konzipiert und entwickelt cyber-Wear die Artikel der Ford Lifestyle Collection in enger Abstimmung mit Ford Design. Dahinter steckt die Vision eines ganzen Ford Lifestyles, der über die Fahrzeug-Wahl hinausgeht und sich durch verschiedenste Stilentscheidungen und Affinitäten manifestiert. Mit dem Ar-



Axel Schmidt ist neuer Key Account Manager bei cyber-Wear für den Kunden Ford. Er arbeitet direkt im europäischen Ford Headquarter in Köln. Seit 2010 konzipiert und entwickelt cyber-Wear die Artikel der Ford Lifestyle Collection in enger Abstimmung mit Ford Design.

beitsplatz bei Ford bekommt der neue Key Account Manager von cyber-Wear jetzt noch bessere Einblicke in Prozesse und Strukturen des Automobilproduzenten, kann direkt reagieren und das Zusammenspiel von Fahrzeugen, Zubehör und Werbemitteln sinnvoll optimieren.

BRANCHENERFAHRUNG UND KOMPETENZ

Für diese verantwortungsvolle Aufgabe konnte cyber-Wear mit Axel Schmidt einen kompetenten Mitarbeiter mit fundierten Branchenkenntnissen gewinnen. Der 35-jährige Betriebswirt (IHK) arbeitet bereits seit zehn Jahren auf Lieferantenseite im Werbemittelbereich: Sieben davon bei der Richartz GmbH, Produzent hochwertiger Messer und Multi-tools, die letzten drei Jahre bei Herzog Products, Hersteller von USB-Sticks und elektronischen Werbemitteln, die unter der Marke zoggi vertrieben werden. Hier verantwortete Schmidt den Außendienst für Norddeutschland. Beide ehemaligen Arbeitgeber von Axel Schmidt sind Zulieferer von cyber-Wear. „Wir stehen vor etlichen zeitintensiven und komplexen Aufgaben“, sagt Steven Baumgärtner, Geschäftsführer von cyber-Wear. „Es geht um die weitere Entwicklung attraktiver Angebote für Ford-Fans und -Händler in ganz Europa. Vor allem liegt der Fokus darauf, die Ford Lifestyle Collection noch bekannter zu machen und sie über möglichst viele Autohäuser in allen Märkten zu vertreiben. Händler sollen verstehen lernen, wie sich der Absatz von Fahrzeugen und Merchandising gegenseitig befruchten, so dass die Marke ganzheitlich gestärkt wird. Wir freuen uns, dass uns unser neuer Key Accounter dabei entscheidend unterstützen wird.“



Grundversorgung frei Haus.

W&V ist seit über 50 Jahren das führende wöchentliche Fachmagazin* für Marketing, Medien und Werbung. Es ist sowohl Analyst als auch Ideengeber für die Kommunikationsbranche. W&V greift nicht nur Themen auf, W&V setzt Themen.

Das Magazin fokussiert und beleuchtet die wichtigen Strömungen und Ereignisse der Zeit und bietet seinen Lesern damit Orientierung in der täglichen Nachrichtenflut.

Gratisheft zur Viscom unter: www.wuv.de/viscom

A red mailbox is visible in the lower half of the image, set against a dark, textured background. The mailbox is slightly worn and has a small keyhole on the left side.

TESTEN SIE
W&V ZUR VISCOM!
1x gratis



Die Sieger der 8 Kategorien im Rahmen der PSI Sustainability Awards: Sie haben Nachhaltigkeit in ihren Unternehmen in verschiedenen Zusammenhängen umgesetzt.

TREND 2015

GLAMOURÖSER ABEND MIT VIELEN PREMIEREN

Es war eine Trend-Abendveranstaltung der etwas anderen Art und vor allem der Premieren: Zum ersten Mal unter der Schirmherrschaft des neu gegründeten Einheitsverbandes GWW und erstmals konzipiert als Galadinner. Eingebettet in den glamourösen Abend war die Verleihung der ersten PSI Sustainability Awards, die die glücklichen Gewinner aus den Händen des amtierenden GWW-Vorsitzenden Patrick Politze und PSI-Geschäftsführers Michael Freter in Empfang nahmen. Die Preise unterstrichen, was Michael Freter mit den Worten umschrieb: „Die Branche kann Nachhaltigkeit“.



„Verantwortung und nachhaltige Markenführung sind auch in der Werbearbeitungsbranche die Herausforderungen der Zukunft“, sagte Michael Freter in seiner Begrüßungsansprache.



Auftakt der Abendveranstaltung in der Classic Remise vor spektakulärer Kulisse: Im Düsseldorfer Handels- und Servicezentrum konnten die Gäste Fahrzeugklassiker verschiedenster Epochen bewundern.



Die Gewinner

67 teilnehmende Unternehmen mit über hundert Einreichungen der unterschiedlichsten Ausprägungen bewarben sich im Vorfeld beim PSI. Vergeben wurden die PSI Sustainability Awards in acht Kategorien an folgende Gewinner:

Kategorie 1: Economic Excellence 2015

Gewinner: **Walter Medien GmbH**

Kriterium: Zertifikate zum Qualitätsmanagement eines Unternehmens sowie zum Qualitäts- oder Sicherheitsmanagement von Produkten.

Kategorie 2: Environmental Excellence 2015

Gewinner: **Kahla Thüringen Porzellan GmbH**

Kriterium: Zertifikate zum Umweltmanagement eines Unternehmens sowie zu aus ökologischer Sicht nachhaltigen Produkten.

Kategorie 3: Social Excellence 2015

Gewinner: **Brand Addition**

Kriterium: Zertifikate zu den Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten eines Unternehmens.

Kategorie 4: Environment Initiative 2015

Gewinner: **Halfar System GmbH**

Kriterium: Eigene Umwelt-Initiativen eines Unternehmens oder selbstentwickelte Umweltstandards.

Kategorie 5: Social Initiative 2015

Gewinner: **uma Schreibgeräte Ullmann GmbH**

Kriterium: Eigene soziale Initiativen eines Unternehmens oder selbstentwickelte Sozialstandards.

Kategorie 6: Sustainable Product 2015

Gewinner: **Fair Squared GmbH**

Kriterium: Zertifikate zu aus ökologischer Sicht nachhaltigen Produkten eines Unternehmens.

Kategorie 7: Sustainable Campaign 2015

Gewinner: **Michael Schiffer Promotion GmbH & Co. KG**

Kriterium: Eine Marketingkampagne, in der ein ökologischer Werbeartikel ein Bestandteil von mehreren aufeinander abgestimmten Kommunikations- und Werbemaßnahmen ist.

Kategorie 8: Sustainable Company of the Year 2015

Gewinner: **Walter Medien GmbH**

Kriterium: Der Gewinner der Kategorie 8 ergab sich automatisch aus der Addition der erreichten Punkte in den Einzelkategorien 1 bis 7.



Die Premiere der Award-Verleihung war ein festlicher Abend. Namenssponsor und Förderer der PSI Sustainability Awards ist James & Nicholson.



Die Gewinner der PSI Sustainability Awards wurden von den rund 400 Anwesenden gefeiert.



PSI-Geschäftsführer Michael Freter und GWW-Vorsitzender Patrick Politze übergaben abwechselnd die Auszeichnungen. Hier mit Adelfo Marino, Geschäftsführer Brand Addition. (v.l.)



10 JAHRE PSI DESIGN FORUM

ERFOLG DURCH DESIGN

Im Jahre 2005 startete das PSI mit einem neuen Service für seine Mitglieder, dem PSI Design Forum. „Warum sind denn Designer auf dieser Messe?“ fragte man sich damals. Inzwischen weiß jeder: Das Team aus vier erfahrenen Produktdesignern fungiert als kreativer Ratgeber und Partner rund um das Thema formschöne und wirkungsstarke Werbemittel.

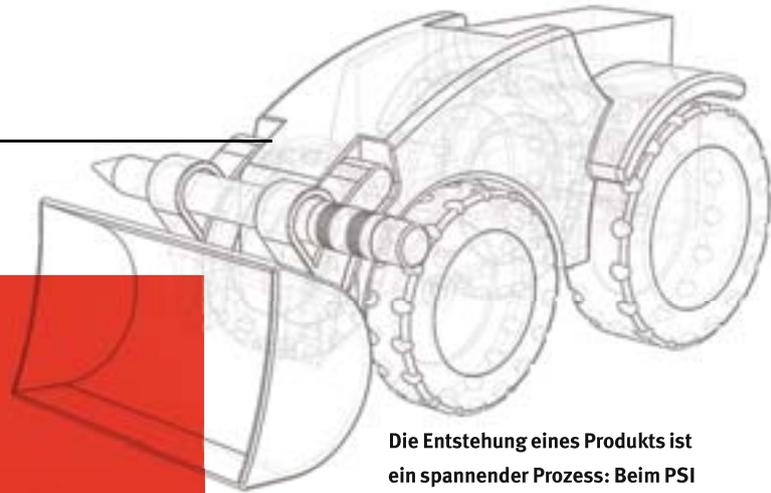
Innnerhalb eines Jahrzehnts ist der Stand des PSI Design Forums zur festen Größe der PSI Messe geworden, denn hier bekommen Besucher gebündelt Neuheiten zu sehen. Und sie wissen: Individuelles Design schafft Mehrwert und unvergleich-

bare Produkte. Und so ist das PSI Design Forum zu einer sich ständig fortschreibenden Erfolgsgeschichte geworden, letztlich auch deshalb, weil die Grundlagen schon damals besonders sorgfältig gelegt wurden. So wurden nur Designer in das

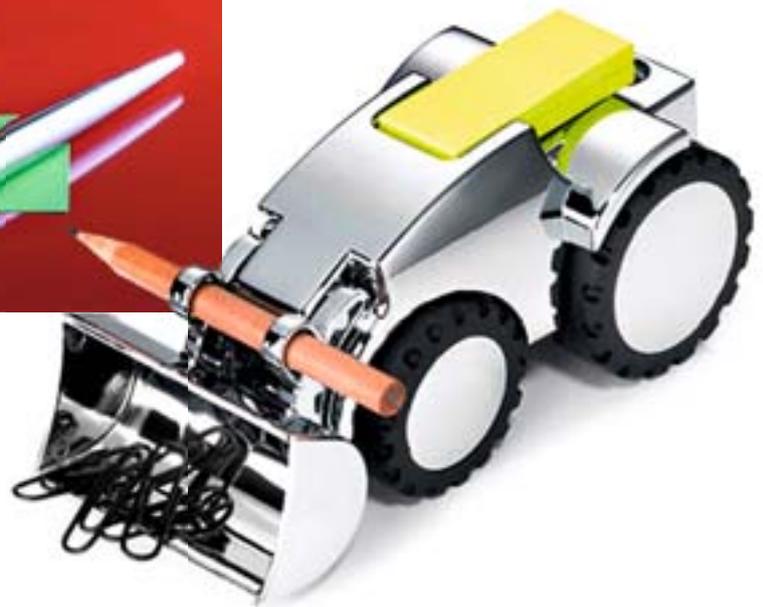
PSI Design Forum berufen, die schon auf eine erfolgreiche Karriere im Bereich der Entwicklung von Werbeartikeln zurückblicken konnten.

DESIGNER MIT LANGJÄHRIGER ERFAHRUNG

Die Tendenz zu mehr Qualität und unverwechselbaren Produkten, gerade bei Werbemitteln, erfordert intelligentes Design und professionelle Produktentwicklung. Daher bietet das PSI seinen Mitgliedern die Beratung durch kompetente Kreative mit langjähriger Erfahrung im Werbeartikel-Design. Dabei muss ein guter Werbeartikel nicht teuer sein. Wichtig ist, dass er die richtige Sprache spricht. Tatsache ist: Weder Chef, Marketingleiter, Verkäufer an der Front noch sonst jemand kommuniziert direkter und überzeugender mit



Die Entstehung eines Produkts ist ein spannender Prozess: Beim PSI Design Forum ist von der ersten Skizze bis zum fertigen Entwurf alles in einer Hand.



seinem Kunden als das Produkt selbst. Alle genannten Personen sprechen nur über das Produkt, doch nichts erzeugt mehr Meinung über die Produkte als die Produkte selbst. Das erklärt, warum man das werbende Produkt gezielt gestalten und seine Botschaft formen sollte. Hilfestellung dabei liefert das PSI Design Forum.

DESIGN MACHT DEN UNTERSCHIED

Produkte werden erst dann wirklich erfolgreich, wenn sie gut gestaltet sind. Funktionserfüllung reicht nicht aus, denn die Kunden wollen mit allen Sinnen angesprochen werden. Das Konzept, PSI-Mitgliedern im Rahmen der PSI-Messe die Möglichkeit der unkomplizierten Kontaktaufnahme und das intensive Beratungsgespräch mit Designern zu bieten, hat sich als tragfähig herausgestellt. Das zeigen die vielen hundert Gespräche, die inzwischen auf den Messen geführt wurden. Viele Unternehmen haben in den letzten zehn Jahren die Chance zur Differenzierung ihrer Produktpalette über eigenständiges Design bereits genutzt, sie haben sich damit Wettbewerbs-

vorteile geschaffen und das Image ihres Unternehmens gestärkt. Viele neue Werbeartikel sind in dieser Zeit entstanden – teils aus der eigenen Entwicklungsarbeit und dem großen Ideenfundus der Designer, teils in Zusammenarbeit mit dem Kunden.

TENDENZ ZU MEHR QUALITÄT

Die Tendenz zu mehr Qualität bei Werbeartikeln ist ungebrochen. Wer heute Kunden gewinnen und halten will, kann sie nicht mit Werbeartikeln von der Stange abspeisen. Wie oft haben wir alle uns schon über einen billigen oder schlecht funktionierenden Werbeartikel geärgert, der nicht hält, was er verspricht. Nur ein guter Werbeartikel ist ein nachhaltig wirksamer Werbeartikel, der zum positiven Image des werbenden Unternehmens beiträgt. Lieferanten, Händler und Industriekunde verkennen oftmals die Tatsache, dass erhöhte Aufmerksamkeit, eine gute Rendite und zufriedene (Stamm-)Kunden jedoch nur mit Hilfe in-

dividueller Produkte erzielt werden. Dies macht zwangsläufig einen verstärkten Einsatz von Design und Produktentwicklung erforderlich. Industriekunden verlangen immer häufiger Vergleichsangebote, deren Kalkulation Zeit bindet und zudem oft eine negative Preisspirale in Gang setzt. Auch hier gilt: Wer immer das günstigste Angebot abgibt, gibt bald gar keines mehr ab. Individuelle, nicht vergleichbare Produkte sind eine echte Alternative zum Import von Standardartikeln. Designprodukte leisten in jeder Hinsicht mehr und das lohnt sich letztlich auch.

HERZEN GEWINNEN, UMSATZ STEIGERN

Design ist ein wichtiges Glied in der Wertschöpfungskette eines erfolgreichen Werbeartikels. PSI Mitglieder, die auf Design setzen und den Service erfolgreich nutzen, bereichern mit den eigens für sie entworfenen und entwickelten Produkten ihr An-

gebot wirkungsvoll und positiv. Denn Produkte können Meinung machen, Herzen gewinnen, Umsatz steigern. Man sollte sich also gut überlegen, ob man in beliebige Artikel investiert und sich dem Kunden damit als austauschbar präsentiert. Weitaus mehr Erfolg verspricht die andere Strategie: Vorsprung durch Innovation – auch beim Werbeartikel. Nur Innovation sichert die Marktanteile von morgen.

INNOVATION GEGEN AUSTAUSCHBARKEIT

Unter dem Stichwort „Design macht den Unterschied“ erleben Messebesucher beim PSI Design Forum immer neues Werbeartikel-Design, von der ersten Idee bis zum fertigen Produkt. Man erfährt hier, wie Ideen entstehen, und kann im persönlichen Gespräch individuellen Möglichkeiten der Produktentwicklung nachspüren. Dieser kostenlose Service des PSI verschafft einen Einblick in die Themen rund um Werbeartikeldesign, Werbeartikelentwicklung und Produktsicherheit. Produktentwicklung benötigt Erfahrung. Deshalb ist es wichtig, auf diesem Gebiet kompetente Partner zu finden, die wissen, worauf es ankommt: Kreativität und Ideen, Marktkenntnis, Entwicklungserfahrung, Wissen um die aktuellen Designrends, technisches Know-how und designrechtliches Verständnis.

INVESTITION, DIE SICH AUSZAHLT

Natürlich kostet individuelles Design Geld, letztendlich aber ist es eine Investition, die sich auszahlt. Design kostet meist nur einen Bruchteil der Werkzeugkosten, bringt aber einen deutlichen Mehrwert, den der Kunde anerkennt. Und der Gewinn wird ein Mehrfaches der Designkosten sein. Auch in puncto Produktsicherheit lässt professionelles Produktdesign die Probleme erst gar nicht aufkommen: Denn die Designer entwerfen und konstruieren Produkte

so, dass sie gleichzeitig den gesetzlichen Ansprüchen genügen. Wenn die gängigen Sicherheitsstandards bereits im Designprozess berücksichtigt werden, besteht auch später die Möglichkeit, problemlos CE Dokumentationen oder GS Zertifizierungen durchzuführen. Zur Sicherheit von



Die Designer:
Lutz Gathmann, Henrich Piltz, Manfred Makedonski und Franz Hohenthaner.
(v.l.oben)

Produkten gehören auch die Gebrauchs- und Bedienungsanleitungen, die Verpackungshinweise sowie die richtige Kennzeichnung auf dem Produkt. Die erfahrenen, in Produktsicherheit besonders qualifizierten Designer des PSI Design Forums kennen sich in allen gesetzlichen Anforderungen bestens aus, so dass der Kunde jederzeit auf der sicheren Seite ist. Dieser hohe Sicherheits- und Qualitätsstandard ist bei Importprodukten nicht unbedingt gewährleistet. Im schlimmsten Fall können Sicherheitsmängel zu imageschädigenden Produktrückrufen oder zu Schadensersatzansprüchen, zumindest aber zu oft teuren Nachrüstaktionen führen.

NUTZEN SIE DAS PSI DESIGN FORUM

Die Designer vom PSI Design Forum freuen sich auch während der PSI 2016 über jeden Besuch an ihrem Stand. Hier gibt es Informationen zum Ablauf des Designprozesses, zur Auswahl des richtigen Designers, zu Honorar- und Vergütungsformen aber auch zu technischen und rechtlichen Rahmenbedingungen. PSI-Mitgliedern steht der Service des PSI Design Forums nicht nur während der Messe, sondern über die Webseite www.werbeartikel-design.info zur Kontaktaufnahme das ganze Jahr über zur Verfügung.



Designprodukte sind pfiffig, aussagekräftig und haben eine hochwertige Anmutung. Das macht ihren Erfolg aus.



Ablagesystem mit Preisen:
Eleganz und Funktionalität: Preisgekröntes Design.



Erfolg durch Design: Der Rollcontainer für den Schreibtisch erzielte den Spitzenplatz des PSI First Awards. Ein Beispiel besonders gelungener Zusammenarbeit zwischen Auftraggeber und Designer.





SONDERANFERTIGUNGEN

WÜNSCH DIR WAS

Einige der älteren (deutschen) Fernsehzuschauer werden die Sendung noch kennen: „Wünsch Dir was“ war eine Spielshow mit interaktiven Elementen. Was die Werbeartikel betrifft, zeigen die folgenden Seiten, wie spielerisch leicht Produkte auf Wunsch daherkommen können.

Produkte vom Fließband sind das eine. Sie entfalten als Werbeträger meist klein und relativ kostengünstig ihren Zweck in der Breitenwirkung in der Rolle von sogenannten Streuartikeln. Sie machen wohl auch einen Großteil der von Unternehmen in der Kundenkommunikation eingesetzten Promotionsprodukte aus. Auf der anderen Seite stehen die als Sonderanfertigungen bezeichneten Erzeugnisse, die ganz auf die individuellen Bedürfnisse des werbenden Kunden zugeschnitten sind. Wie die Auswahl auf den Seiten dieser Rubrik dokumentiert, sind die Potenziale unserer Branche auch auf diesem Gebiet weit gefächert und zeigen einmal mehr, wie kreativ und flexibel in den Ideenschmieden der Werbeartikelwirtschaft gewerkelt wird. Und es zeigt sich zudem, dass individuelle wie originelle Kundenansprache nicht teuer und trotzdem gut und schön sein kann. Nehmen Sie sich die Zeit und blättern Sie in Ruhe durch diese kleine Kompendium in jedem Fall ‚besonderer‘ Produkte – Sie werden sicher fündig werden. <



PRÄZISIONSARBEIT

Ravensburger Puzzles bieten inhaltlich und materiell Premium Qualität, die überzeugt. Die Einzelteile sind so präzise gestanzt, dass sich beim Zusammenstecken ein förmliches Klicken vernehmen lässt – die Ravensburger Softclick Technology. Puzzles garantieren eine intensive Beschäftigung und können den Anforderungen ihrer Zielgruppe bezüglich Motiv und Schwierigkeitsgrad angepasst werden. Je nach Ausführung eignen sich Puzzles sowohl als Give-away auf Messen oder Ergänzung für Mailing-Aktionen, als auch als attraktive Artikel für gezielte Werbeaktivitäten.

PSI 46563 • Ravensburger Spielverlag GmbH • Tel +49 751 861722
gisela.horn@ravensburger.de • www.ravensburger-werbemittel.de



AROMATISCHER INHALT

Wer seinen Kunden oder Geschäftspartnern einen besonders aromatischen Gruß zukommen lassen möchte, sollte sich das aktuelle Angebot der Giving Europe GmbH ansehen. Unter der Artikel-Nummer 4384 findet sich der LoyalCube, ein Würfel aus Karton, der es in sich hat. Denn er wird befüllt mit erstklassigem Loyaltee in Pyramidenbeutel. Die Sorte des Tees ist frei wählbar. Die individuelle Gestaltung des LoyalCube mit eigenem Logo oder Slogan im vollfarbigen Druck ist ab einer Bestellmenge von 2.500 Stück möglich. Auch die Etiketten der Teebeutel lassen sich mit einem wunschgemäßen Logo bedrucken.

PSI 45737 • Giving Europe GmbH • Tel +49 421 5965970
kontakt@givingeurope.de • www.givingeurope.de

JOHANN

DER ALLESKÖNNER



KeyRefinder®
alles kommt zurück



Die glorreichen Zwei:
Vereint sind sie unschlagbar ...



JOHANN entriegelt
Einkaufswagen



JOHANN DUO öffnet
zudem Flaschen



JOHANN KeyRefinder
bringt Verlorenes zurück



Kontakt:

Art di Como Design GmbH Tel. +49 (0) 9123 - 98 99 80
Oskar-Sembach-Ring 6 Fax +49 (0) 9123 - 98 99 29
D-91207 Lauf a. d. Pegnitz E-Mail: info@artdico.de



FÜR KLEINE UND GROSSE KINDER

Wenn sie nicht längst ein ausgewachsener Schmetterling wäre, fräße sich die kleine Raupe Nimmersatt wohl immer noch durch Apfel, Birn' und Schokoladenkuchen. Unzählige Kinder sind mit den Geschichten des Autors Eric Carle groß geworden. Doch jetzt bleibt es nicht mehr nur beim Lesen: Essen mit der Raupe Nimmersatt kann nun jeder mit den tollen Produkten von Geda Labels. Mit dem farbenfrohen Frühstückset, bestehend aus der lustigen Alu-Trinkflasche, der originellen Brotdose, dem praktischen Schneidebrett und der außergewöhnlichen Backform aus Silikon wird jede Köstlichkeit zum nimmersatten Schlemmerfest.

PSI 49535 • Geda Labels GmbH • Tel +49 5121 703130
 info@gedalabels.de • www.gedalabels.de



ERFOLGREICHE AKTION

In diesem Jahr feiert die Marke Saltlets, die 1935 die erste Salzstange in Deutschland auf den Markt brachte – damals noch unter dem Namen Salzletten – ihren 80. Geburtstag. Anlässlich dieses Jubiläums geht die erfolgreiche Kooperation von Lorenz Snack-World mit koziol in die zweite Runde. Dieses Mal kann man gleich zwei Prämien „ersammeln“. Ganz neu: die Saltlets ToGo-Box im exklusiven koziol Design, mit der sich die knackigen Salzstangen nun auch mitnehmen lassen. Als zweite Prämie winkt die beliebte Saltlets Servierschale, in der sich das Knabbergebäck besonders ansprechend servieren lässt. Beide Produkte werden in limitierter Auflage produziert und sind ausschließlich über die Sammel-Aktion von Saltlets erhältlich.

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

-Anzeige-

DER PRODUCT FINDER
IST ERWACHSEN
GEWORDEN!

▶ PSI

Der neue Product Finder 3.0
geht noch diesen
Herbst online.

www.psiproductfinder.de

Reed Exhibitions



Plan your day with Marzipan Books!



Marzipan Books specialization is production of functional and fully customized diaries and notebooks with unlimited possibilities for personalization. Our solutions allow to satisfy needs and wishes of any customer!

Fully customized diaries, notebooks, business small-ware with min. order of 40 pcs.

Marzipan Books Ltd
PSI No.: 49017
Skolas 21-401c, Riga, Latvia
info@marzipanbooks.com
www.marzipanbooks.com



TASCHE MIT KISSEN

Bei den über 150 Taschen, die der Werbetaschenexperte Halfar im Sortiment hat, wird jeder fündig. Von der hippen Planen-Kuriertasche über den sportlichen Rucksack bis zur edlen Business-Filztasche ist alles dabei – und dazu meist noch in verschiedenen Farben und Größen. Doch auch wer ein Maximum an Individualität sucht, ist bei Halfar bestens bedient – mit einer Sonderanfertigung. Ein Beispiel dafür ist die Tasche efficienseat, ein Produkt mit besonderem Nutzen. Die Idee: eine geräumige Tasche für Studenten, die ein Laptop mit einem Polster schützt – welches zum Beispiel in der Uni kurzerhand zum Sitzkissen umfunktioniert werden kann.

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

GANZ SCHÖN TRIGGI

Nein, das ist kein Druckfehler, sondern volle Absicht, denn hier geht es um die Lösung eines eher banalen, aber manchmal ganz schön nervigen Problems. Die Rede ist vom Einkaufswagen im Supermarkt, für den man mal wieder keine Münze oder keinen Chip in der Tasche hat. Mit Triggi, dem Einkaufswagen-Auslöser der Pins & mehr GmbH, ist damit jetzt Schluss. Einfach am Schlüsselbund anbringen, Wagen über den Münzschlitz auslösen und direkt wieder abziehen. Der Triggi wird aus Edelstahl gefertigt und verfügt über eine besonders große Werbefläche, die individuell bedruckt werden kann.

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





DER NEUE HYPE

Google Cardboard ist ein Bausatz zur Herstellung einer Virtual-Reality-Brille (VR). Sie wurde an der Google I/O 2014 vorgestellt. Google stellt selbst keine Brillen her, hat aber eine Anleitung für Hersteller entwickelt, eine Produktinformation samt Bauteilen, um sich selber eine VR-Brille zu basteln. Die Konstruktion besteht neben dem Karton aus zwei Biconvex-Linsen, zwei Magneten, die als Knopf dienen sowie einem Klettverschluss, um den Deckel zu schließen. Wenn man nun auf dem Smartphone eine App mit der Unterstützung einer stereoskopischen Ansicht öffnet, wird durch die VR-Brille aus den zwei einzelnen Bildern ein 3D-Bild. Durch die Sensorik im Smartphone kann man sich in dieser 3D-VR-Welt auch umsehen, die Drehung des Kopfes wird in die App übertragen. Die X-tra – BooX GmbH bietet drei verschiedene Größen an – je nach Bildschirmgröße des Smartphone Modells in 4,7, 5,4, oder 5,7 Zoll. Ab 500 Stück sind sie 4-farbig per Druck individualisierbar. Eine Produkt, das den Charakter der werbenden Firma als innovatives, kreatives Unternehmen unterstreicht. Weitere Information sind im Produkt Finder des PSI, Stichwort „Google Cardboard“ oder direkt bei X-tra – BooX zu finden.

PSI 48101 • X-tra – BooX GmbH • Tel +49 6181 945910
xtra@xtraboox.de • www.xtraboox.de



Werbewirkung
schmeckt!

... zu Weihnachten
besonders gut



- ① Quiz-Adventskalender
- ② Classic & Fußball-Adventskalender
- ③ Wunsch-Adventskalender

→ ca. 346 x 248 x 10 mm



My M&M'S Metalldose

→ Ø 50 x 17 mm

**WERBE-
TOPSELLER**



- Ihr Bild
- Ihr Logo
- Ihre Botschaft

Wir informieren Sie gerne!
Hotline: 076 43/801-555



www.suesse-werbung.de



GROSSE MARKEN

Was haben Disney's Micky Maus, die Eiskönigin, Hasbro's Monopoly, Mini-Uno und die Dragons, Mia and me sowie die Turtles gemeinsam? Es sind Themen, die im öffentlichen Interesse ganz weit oben stehen, die ein Millionenpublikum begeistern und Emotionen hervorrufen. Bei ASS Altenburger, dem nach eigener Aussage deutschlandweit führenden Produzenten von Spielkarten und Anbieter von kartenbasierten Promotion-Konzepten, können Werbekunden aus diversen Lizenz- und Filmhighlights wählen und individuelle Kartenspiele rund um diese Trendthemen für Promotion-Zwecke produzieren lassen.

PSI 41169 • ASS Spielkartenfabrik Altenburg GmbH • Tel+49 3447 5820
 info@spielkarten.com • www.werbespielkarten.de



LOGO IN SCHOKO

Schokolade ist ein ganz besonderer Werbeträger, denn man kann damit Grüße auf außerordentlich sympathische Weise herüberbringen. Kaiserstuhl setzt hierbei eine pfiffige Idee um: Das Firmenlogo wird als Relief auf eine 50-Gramm-Schokoladentafel geprägt. Zur Auswahl stehen vier Sorten: 35 Prozent Vollmilch, 41 Prozent Edelvollmilch, 60 Prozent Zartbitter und 70 Prozent Zartbitter. Die Tafeln werden einzeln in glasklare Folie eingeschweißt und in eine weiße, stabile Dekordose eingelegt, die vierfarbig individuell bedruckbar ist. Die Mindestbestellmenge beziffert der Anbieter mit 180 Stück.

PSI 48639 • Kaiserstuhl-Chocolaterie GmbH & Co. KG • Tel +49 7642 90009
 info@kaiserstuhl-chocolaterie.de • www.kaiserstuhl-chocolaterie.de



- ANZEIGE -

1 ADRESSE. TAUSEND KONTAKTE.

PSI

DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE
DER WERBEARTIKELINDUSTRIE

13. - 15. JANUAR 2016 DÜSSELDORF

JETZT
TICKET BUCHEN!

Reed Exhibitions

www.psi-messe.com/ticket



LOGOMATTEN FÜR ALLE

Durch einen fotorealistischen Druck mit 1,8 Milliarden Pixel je Quadratmeter setzen Logomatten aus „Fotoboden“ – einem Geschäftsbereich der Bucker GmbH – im Handel oder am POS neue Maßstäbe. Die Vorteile des 2 Millimeter dünnen Vinyl-Matten sind vielfältig: Zum einen sind sie leicht zu reinigen (einfach feucht wischen), zum anderen können sie immer wieder umgelegt werden. Auch super XXL-Matten können in einer Größe von bis zu 3 mal 15 Meter als Ganzes gefertigt werden. Formschnitte und 3D-Effekte sind ebenfalls realisierbar. Zudem ist Fotoboden zu 100 Prozent recycelbar. Weitere Informationen unter: www.fotoboden.de

**PSI 49624 • Bucker GmbH • Tel +49 2131 5321344
 werbematte@fotoboden.de • www.werbematte.info**

EINE VERPACKUNG FÜR ALLES

Verschiedene Entwürfe des gleichen Tissue-Pack-Modells in einer Verpackung? Das ist nur bei IssueTissue möglich. Mit den besonderen Mixed Outer Packs bietet der holländische Spezialist für Papiertaschentücher zusätzliche Möglichkeiten der Werbeaufmerksamkeit. Auf diese Weise lassen sich Kundenwünsche noch gezielter umsetzen.

**PSI 44613 • IssueTissue® • Tel +31 70 3630918
 info@issuetissue.com • www.issuetissue.com**



-Anzeige-

PREMIUM-QUALITÄT ZUM BUDGETPREIS

STRIMAXX & FRIENDS

MAXX®
 XX®



MAXX® Active und MAXX® City

- Automatik-Funktion
- Windproof
- Fiberglasenspeichen
- Holzgriff
- In 6 bzw. 8 Trendfarben
- Mehrfarbig bedruckbar im hauseigenen Druckzentrum
- Lieferzeit wenige Tage

STRIMAXX & FRIENDS GmbH

Vertriebsbüro Hamburg
 Alte Holstenstraße 22
 DE-21031 Hamburg
 T +49 (0)40-739 2668 20
 info@strimaxx.de
 www.strimaxx.de

MARKENQUALITÄT AUS DEUTSCHLAND

Originalität ist ein Verkaufsargument. Bester Beweis dafür: die ungebrochen anhaltende Erfolgsgeschichte von Pustefix von Success. Oft kopiert, jedoch in der Qualität unerreicht, ist das Kultprodukt mit Gütesiegel „Made in Germany“ seit mehr als sechs Jahrzehnten das Synonym für Seifenblasen. Die Marke Pustefix steht für Vertrauen und Sicherheit: ein Image, das sich auf jede Werbebotschaft überträgt und sie unverwechselbar einzigartig macht. Gut zu wissen, dass Werbetreibenden mit dem Success-Team in Tübingen ein leistungsstarker Partner zur Seite steht. Tolle Spielvarianten, vielfältige Bedruckungstechniken und Möglichkeiten zur Individualisierung, individueller Service, kurze Lieferzeiten und ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis machen deutsche Markenqualität zum echten Trendsetter.

PSI 43053 • Success Dr. Rolf Hein GmbH • Tel 49 7071 78898.

info@success-werbung.de • www.success-werbung.de



LOGO IM EIS

Der vergangene Sommer hatte es in sich und gekühlte Getränke konnten gar nicht genug zubereitet werden. Da war es gut, dass die Logo-Eiswürfel von Kolb zur Verfügung standen, die zum Renner der Saison wurden. Die Würfel sind mit destilliertem Wasser gefüllt, werden im Gefrierfach gefrostet und sind auf diese Weise immer wieder verwendbar. Der Vorteil liegt auf der Hand: Das eingearbeitete Kundenlogo bleibt lange im Blickfeld. Die Würfel haben eine Kantenlänge von 25 Millimeter und stehen innerhalb sehr kurzer Lieferzeiten zur Verfügung.

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

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

SÜSSE BOTSCHAFTEN

Wo auch immer es zu Zielgruppen- und Kundenkontakten in der Vorweihnachtszeit kommt – ein kleines süßes Give-away mit festlich individueller Werbe-Botschaft ist überall willkommen. Jung bietet in seinem weihnachtlichen Sortiment eine Vielzahl solcher Give-aways aus starken Markenprodukten in beeindruckender Qualität: Den Zimtstern und den Mini-Lebkuchen von Bahlsen, gefüllte Herz-Lebkuchen von Weiss oder auch Dominosteine, Christstollen und vieles mehr. Alles ist schon in kleinen Auflagen im 4c-Digitaldruck lieferbar.

PSI 41545 • Jung Bonbonfabrik GmbH & Co. KG • Tel +49 7042 9070

zentrale@jung-europe.de • www.jung-europe.de





WERBEN LEICHT GEMACHT

Werbeartikel, die beim Zielpublikum ankommen und auch Verwendung finden, perfekten Imagetransfer generieren, jahre- wenn nicht sogar jahrzehntelang werben und damit ein unschlagbares Kosten-Nutzen-Verhältnis aufweisen, sind äußerst rar. Die Schweizer Messer- und Ideenschmiede Victorinox bietet genau solche Produkte an. Allein bei den Mehrzweck-Tools sind mehr als 250 Modelle verfügbar und bei den Haushalts- und Berufsmessern deren 150. Dazu kommt eine Vielzahl von Farb- und Materialvarianten bis hin zum Customizing. Bei den sechs angebotenen Veredelungsmöglichkeiten wird ebenfalls Wert auf Best-in-Class Standard gelegt. Die Victorinox Tamponprints verfügen mit dem applizierten Schutzlack über ein Alleinstellungsmerkmal erster Güte. Die kompetente Beratung, der zuverlässige Lieferservice sowie die großzügige Produktgarantie machen das erfolgreiche Werben zu einer sicheren Angelegenheit.

PSI 44281 • Victorinox AG • Tel +41 418181211
261@victorinox.ch • www.victorinox.com



EXPRESSDRUCK-SERVICE

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

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

- Siebdruck
- Laserbeschriften
- Tampondruck
- Lohndruck



WIR ZAUBERN

FARBE

AUF IHRE PRODUKTE



Im Tal 41
87112 St. Georgen
Telefon (0 77 24) 94 94 8-0
Telefax (0 77 24) 75 00
www.signum-druck.de

Weihnachts-Ideen-Haus



4100-4
Winterduft-Bäumchen

4405
Vogel Festmahl

4260-5
Weihnachts-Kugel
Wintergewürze

Jetzt gratis, den neuen Weihnachtskatalog 2015 anfordern unter info@multiflower.de

MULTIFLOWER

Promotion Ideen für Wachstum

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





IDENTIFIKATION UND ORIENTIERUNG

Maskottchen erfreuen sich unverändert großer Beliebtheit und spielen auch bei der Vermarktung von Produkten, Dienstleistungen und Unternehmen eine wichtige Rolle. Als sympathische Marken- und Unternehmensbotschafter schaffen sie Identifikation und geben Kunden Orientierung in einer Welt voller Werbebotschaften. Wer nach einem Partner sucht, der bei der Entwicklung und Produktion eines Maskottchens aktive Unterstützung bietet, sollte sich an Sigikid wenden. Anliegen dieses Unternehmens sind neben hervorragenden Designs beste Qualität, Zuverlässigkeit und eine vertrauensvolle Zusammenarbeit.

PSI 48311 • sigikid • Tel +49 9201 70129
 anja.deroni@sigikid.de • www.sigikid.com

RUNDUM INDIVIDUELL

Denkt man bei Soft-PVC vornehmlich an einseitig gestaltete Schlüsselanhänger, kann man bei der Firma Maximex in Solingen einen Eindruck von der Vielfältigkeit des Werkstoffes gewinnen. Fast unbekannt ist die beidseitige Gestaltung, wie z. B. bei dem abgebildeten Snowboarder. So erhält man – im Verhältnis zum „echten 3D“ und zu anderen Materialien – einen günstigen, individuell gestalteten Werbeträger mit 3D-Effekt. Zudem kann der Kunststoff auch für die unterschiedlichsten Anwendungen in schicke Werbeträger verwandelt werden. Besonders gängig sind Aufnäher, Zipper, Untersetzer, Schuh-/Schnürsenkelschmuck, Magnete und Kofferranhänger. Für viele neu ist sicherlich die Zierde bei Kopfhörern oder Handyschutzhüllen. Und wo Soft-PVC einmal nicht das richtige Material ist, da hat das auf Sonderanfertigungen spezialisierte Unternehmen in der Regel passende Alternativen parat.

PSI 43332 • Maximex Import-Export GmbH • Tel +49 212 23065-0
 info@maximex.de • www.maximex.de



GANZ IN LEDER

Brieftaschen, Visitenkartenmappen oder Portemonnaies, sind dazu gedacht, möglichst lange genutzt zu werden, damit die Werbebotschaft präsent bleibt. Deshalb ist es wichtig, diesen Werbeträgern ein unverwechselbares Design zu verleihen, wie es die Firma Pacor mit ihren Lederprodukten möglich macht. Hier werden Kundenwünsche umgesetzt, wenn es zum Beispiel um die CI-Farbe, die Form des Artikels oder das Firmenlogo eines Unternehmens geht. Die Realisierung erfolgt schon ab 75 Stück.

PSI 495144 • Pacor Lederwaren B.V. • Tel +31 314 785162
 reinout@e-belts.nl • www.e-belts.nl



PSI TALK

PSI
INSTITUTE

Safe the Date

PSI TALK AM 19. NOVEMBER 2015 IN DÜSSELDORF

WEITERE INFORMATIONEN ERHALTEN SIE IN KÜRZE!

Voranmeldung unter institute@psi-network.de

- Michael Freter – Neues aus dem PSI
- Olaf Hartmann – „The Power of Touch“
- Get together



Olaf Hartmann
Geschäftsführender Gesellschafter

Touchmore GmbH
Haptische Markenkommunikation
Am Bruch 5
D - 42857 Remscheid



AND THE WINNER IS ...

DIE GEWINNER DER PSI SUSTAINABILITY AWARDS 2015

SIEGEREHRUNG MIT NACHHALTIGKEIT

Festlich ging es am 11. September in der Classic Remise in Düsseldorf zu. Der denkmalgeschützte Ringlokschuppen aus den 1930er Jahren, heute Heimat einer Oldtimer-Dauerausstellung, war exklusiver Veranstaltungsort für die Preisverleihung der PSI Sustainability Awards 2015. Diese wurden zum ersten Mal in insgesamt acht Kategorien vergeben. Ins Leben gerufen wurde der Award, der als zuverlässiger Nachweis über die Nachhaltigkeit in der Branche dient, vom PSI. Namenssponsor und Förderer ist „James & Nicholson“, ein Brand aus dem Hause Daiber.

Die teilnehmenden Unternehmen qualifizierten sich durch eine Vielzahl eingereichter Zertifikate, die sowohl ihr ökonomisches als auch ökologisches und soziales Engagement transparent unter Beweis stellen. Zusätzlich konnten sie sich mit Initiativen und Kampagnen oder nachhaltigen Produkten bewerben. Unter den Einreichungen fand sich daher die breite Vielfalt der Nachhaltigkeit: Zu den Gewinnern zählen Initiativen zur Versorgungssicherung im ländlichen Raum oder zur verstärkten Nutzung von Fahrrädern, Kondome, die aus 100 Prozent zertifiziertem, fair gehandeltem Naturkautschuk CO₂-neutral produziert werden oder eine Kampagne, die durch eine Vielzahl öffentlichkeitswirksamer Aktionen globale Ziele verbreitet.

Teilnehmen konnten alle Unternehmen der Werbearbeit-Wirtschaft aus dem In- und Ausland, d.h. sowohl PSI-Mitglieder als auch Nicht-Mitglieder. Bewertet wurden die Einreichungen durch ein hinterlegtes Scoring-System sowie durch eine Fachjury.

Kategorie 1: Economic Excellence 2015

Walter Medien GmbH

Kategorie 2: Environmental Excellence 2015

Kahla Thüringen Porzellan GmbH

Kategorie 3: Social Excellence 2015

Brand Addition

Kategorie 4: Environment Initiative 2015

Halfar System GmbH – HALFAR® stellt Job-Bikes und begrünt seine Dachflächen

Kategorie 5: Social Initiative 2015

uma Schreibgeräte Ullmann GmbH – uma übernimmt Verantwortung

Kategorie 6: Sustainable Product 2015

Fair Squared GmbH – Fair Squared Kondome

Kategorie 7: Sustainable Campaign 2015

Michael Schiffer
Promotion GmbH & Co. KG –
Stick This Book

Kategorie 8: Sustainable Company of the Year 2015

Walter Medien GmbH



IMMER IM BLICK

Das eigene Produktmodell oder Firmenlogo verschenken und dazu noch eine nachhaltige Werbewirkung erzielen, wie geht das? Mit den individuell gestaltbaren Schlüsselanhängern von A&J kein Problem. Der polnische Spezialist setzt beinahe jeden Kundenwunsch um, egal um welche Farbnuancen, Formen oder Materialien es geht. So bleiben Werbebotschaften lange im Blickfeld. Zahlreiche Beispiele und Vorschläge finden sich auf der Website von A&J.

PSI 48797 • A&J Agnieszka Polak • Tel +48 327 520090
reklama@firma-aj.com.pl • www.brelok.pl



HEIMATGEFÜHLE

Die Firma in Medias werbemittel hat ein Herzens-Projekt ins Leben gerufen, wie es in einer Firmenmitteilung heißt. Es geht um geschmackvolle, aber auch „trachtige“ coole Artikel, hübsche Accessoires, originelle Lieblingsstücke und alles, was man zum perfekten Auftritt bei einem Keller-, Volksfest- oder Biergartenbesuch braucht. Mit der Kombination aus Tradition, Tracht und einem Schuss Witz möchte der Anbieter Lieblingsstücke kreieren, die überall tragbar sind – einfach reinschlüpfen und sich wohlfühlen. Alle Artikel können per Website www.heimatkuss.de betrachtet und geordert werden. Heimatkuss ist auch der Name der kompletten Serie.

PSI 9253 • in Medias werbemittel • Tel +49 9191 73690
info@in-medias • www.in-medias.de



Die feinsten süßen Werbeartikel



Schokoladengenuss
und viele weitere Süßwaren



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



WERBUNG ZUM DAHINSCHMELZEN

Zartschmelzende Schokolade hat sich als Sympathieträger längst einen festen Platz in der Werbewelt erobert. Die Firma Marip-Werbelebensmittel gestaltet dazu die Werbeanbringung und passende Verpackung nach Kundenwunsch, zum Beispiel als Faltkiste, Schmuckverpackung oder Werbeaufleger. Die Botschaften lassen sich in bis zu vier Farben anbringen. Die süße Werbung kann auch von der Geschmacksrichtung her dem Kundenwunsch angepasst werden. Unter anderem stehen Vollmilch, Nuss mit Orange oder Zartbitter mit Nelke zur Verfügung. Auch Eigenkreationen sind möglich.

PSI 49092 • MARIP-Werbelebensmittel • Tel +49 661 9338771
 info@werbelebensmittel.de • www.werbelebensmittel.de



-Anzeige-

DA WERDEN SIE ➤ PSI
 AUGEN MACHEN!

Die neue
 PSI Network Seite
 geht noch diesen
 Herbst online.

www.psi-network.de

Reed Exhibitions



LIEBEVOLLE HANDARBEIT

K eine maschinelle Verarbeitung, sondern liebevolle Handarbeit zeichnet den Artikel LoyalBamboo aus. Dieses wiederverwendbare Teesieb (25 Gramm) findet sich im Sortiment von Giving Europe. Das Sieb ist aus Bambus gefertigt, was für einen hundertprozentig natürlichen Geschmack sorgt. Eine Werbeanbringung kann per Tampondruck realisiert werden.

PSI 45737 • Giving Europe GmbH • Tel +49 421 5965970
 kontakt@givingeurope.de • www.givingeurope.de



**HÖCHSTER SCHUTZ
FÜR IHRE DATEN
MIT DER NEUEN
EUROSTYLE-SERIE „RFID“**

CRYPTALLOY®
RFID DOCUMENT SAFE

Eurostyle RFID verhindert hochwirksam Datendiebstahl, Zahlungsbetrug, sowie Beschädigungen des RFID-Chips durch die eingearbeitete CRYPTALLOY-Abschirmungsfolie.



UNVERWECHSELBARE WERBETRÄGER

Der Kalenderhersteller terminic kehrt dem Standard den Rücken und bietet stattdessen seinen Kunden vollständig individualisierte und an dessen Corporate Design ausgerichtete Werbekalender. Durch die Umsetzung der Kundenwünsche entstehen unverwechselbare, einzigartige Werbeträger. Die Ziffern des Kalendariums werden typografisch und farblich an die CI-Farbe angepasst, ebenso der Datumsweiser und die Fondfarbe des Kalendariums. Eine weitere Individualisierung der terminic Werbekalender ermöglichen die vielfältigen hochwertigen Veredelungstechniken, die mehr als nur eine Oberflächenbehandlung darstellen. Sie schützen den Kalender vor mechanischer Beanspruchung, verstärken multisensorisch (haptisch, visuell, olfaktorisch) die Werbebotschaft beim Kunden und sorgen für eine wirkungsvolle Differenzierung vom Wettbewerb. Die Marke wird erlebbar, ob durch Effektlacke (Relief-, Struktur- oder Duftlack), UV- und Dispersionslack, Spotlackierung, Drucklack, Lentikulardruck oder Folienkaschierungen.

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



EUROSTYLE®
Leather & more. Since 1899.

Emil Kreher GmbH & Co. KG Lederwarenfabrik
Dieselstraße 5 · D-95448 Bayreuth
Tel. (+49) 9 21/7 89 52-0 · Fax (+49) 9 21/7 89 52-40
www.eurostyle.eu · info@eurostyle.eu

-Anzeige-

PLUS Kleines Dankeschön für das Jahresende Blumen, die nie verwelken

Tel. +48 211 522 857 13
info@plus-organizer.com



FORMVOLLENDET

Werben mit dem eigenen Produkt – umgesetzt als pfiffiger Schlüsselanhänger oder Haftmagnet in miniature – wird mit der Firma Pruner auf wirksame Weise möglich. Kleinste Details werden filigran umgesetzt und garantieren einen hohen Wiedererkennungswert. Die Miniaturen sind ideal geeignet für Produkteinführungen, als Mailingverstärker oder als sympathischer Streuartikel. Grenzen gibt es so gut wie keine. Ein Bild des gewünschten Motivs genügt zur Erstellung eines Angebots oder kostenlosen Layout-Vorschlags.

PSI 42634 • Pruner Werbemittel • Tel +49 7644 1063

info@pruner-werbemittel • www.pruner-werbemittel.de



- ANZEIGE -

1 ADRESSE. TAUSEND KONTAKTE.

PSI DIE EUROPÄISCHE LEITMESSE DER WERBEARTIKELINDUSTRIE
13. - 15. JANUAR 2016 DÜSSELDORF

JETZT
TICKET BUCHEN!

Reed Exhibitions www.psi-messe.com/ticket

NACHTAKTIVES EI

Unter dem klangvollen Namen Eggtivate ist bei Troika ein Nachtlit mit Erschütterungssensor (sechs Minuten Leuchtzeit) und Stehaufmännchen-Funktion zu haben. Schon im Hellen macht das Nachttisch-Ei neben dem Bett eine gute Figur, um dann, im Dunkeln, zu großer Form aufzulaufen. Einmal leicht mit dem Boden aufschlagen, schon schaltet der Erschütterungssensor das sanfte, warme LED-Licht ein. Und nach sechs Minuten wieder aus. Oder vorher, wenn man es noch mal aufschlägt. Die stabile Schale aus Metall und Polycarbonat macht das locker mit. Eine Werbeanbringung kann per Gravur oder Druck erfolgen.

PSI 46311 • Troika Germany GmbH • Tel +49 2662 95110

d.roether@troika.de • www.troika.org

Der Siebdruck

Das Magazin für visuelle Kommunikationstechnik

SIEBDRUCK DIGITALDRUCK DRUCKVEREDELUNG



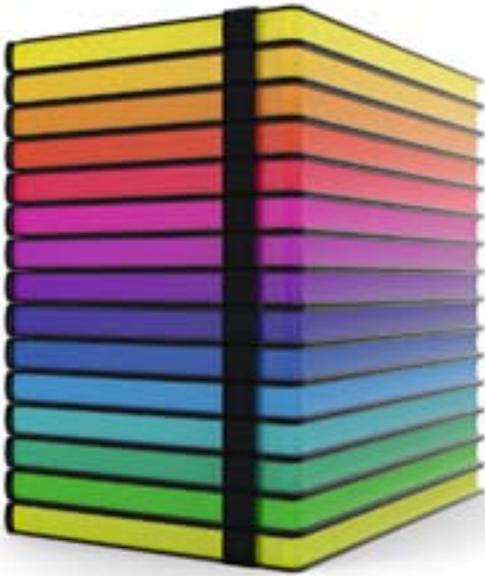
Testen Sie uns!

Bestellen Sie Ihr 3-monatiges Probeabo
kostenlos frei Haus unter verlag@draeger.de

Wir stellen uns Ihnen vor!

Rufen Sie uns an oder schreiben Sie uns eine Mail.

Sprechen Sie mit uns über Ihre Werbung.



CORPORATE IDENTITY IN PERFEKTION

Kaum ein Werbeartikel wird so umfassend und liebevoll individualisiert wie ein Business-Notizbuch. Die Haptik des Einbands (Robustes Cover-Star oder edles Buchleinen), der individuelle Werbeaufdruck (Relieflack für die Fingerspitzen oder lieber Farbenfrohes in 4c) bis zur Ausstattung mit Einzelblattdruck und farbigem Gummiband – all das spiegelt ein CI und eine Unternehmensphilosophie wider. Ab sofort bietet Geiger-Notes bei seinen Notizbüchern und Hybrid-Timern eine weitere Möglichkeit der individuellen Gestaltung: Mit dem neuen Color-Farbschnitt lassen sich die Kanten des Buchblocks in jedem gewünschten Farbton veredeln.

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

FRISCHER DUFT ALS BOTSCHAFT

Ein Lufterfrischer aus Papier verbessert nicht nur das Klima im Auto, er eignet sich auch hervorragend als Werbemittel. Die Duftbäume von Promo Scent duften nicht nur in angenehmen Nuancen, sondern werden je nach Kundenwunsch in individuellen Formen hergestellt. Auf diese Weise lässt sich eine große Anzahl von Kunden erreichen. Promo Scent ist EU-Hersteller und setzt alle relevanten EU-Richtlinien um.

PSI 49012 • Promo Scent Ewa Michalak • Tel +49 212 206300
export@promoscent.eu • www.promoscent.eu



VOM STANDARDPRODUKT ZUM UNIKAT

Bei Spranz wird es jetzt richtig individuell, denn hier kann ein Schriftzug, Logo oder Symbol preiswert als Handyladegerät umgesetzt werden. Wie beim Anbieter zu erfahren ist, fallen dabei nur geringe Vorkosten an, außerdem wird eine schnelle Lieferzeit versprochen. Die Ladegeräte, die alle gängigen technischen Standards erfüllen, werden ab einer Bestellmenge von 3.000 Stück in Designkartons geliefert. Kostenlose individuelle Angebote werden auf Anfrage erstellt.

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



EIGENKREATIONEN

Unter der Marke Chocollissimo können Schokoladentafeln und -figuren nach individuellen Wünschen geordert werden. In enger Zusammenarbeit zwischen dem Kunden, der hauseigenen Grafikabteilung und der Produktionsleitung werden die speziellen Projekte besprochen, um bestmögliche Realisierungswege zu finden. Das Angebot reicht von kleinsten Give-away-Täfelchen bis hin zu eindrucksvollen Schokoladentafeln mit bis zu 200 Gramm. Darüber hinaus fertigt der Lieferant individuelle Verpackungen an.

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



JEDEM SEINE EIGENE ENTE

Der norddeutsche Importeur mbw hält mit über 200 Enten-Modellen – lieferbar ab Standort in Wanderup – eine große Auswahl vor. Für viele Bereiche wie Beruf, Sport oder Freizeit ist die passende Schnabels Quetscheente bereits vorhanden. Und wenn nicht: dann wird sie gemacht! Auf der Basis von Kundenideen werden bei mbw zunächst Zeichnungen erstellt. Diese bilden die Grundlage für die Entwicklung der individuellen Schnabels-Ente. Die verwendeten Materialien sind phthalatfrei. Es wird gemäß Euronorm EN 71 in zertifizierten Betrieben produziert.

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

Ihr Partner für besondere Präsente

Lieferbar aus Sortiment oder Sonderanfertigungen. Exklusive Entwürfe für:

- Firmen
- Organisationen
- Regierungen
- Schulgemeinschaften
- Freizeitparks
- Besondere Ereignisse



ENTWURF



WACHSMODELL

Beispiel Entwurf im Auftrag

Kann Artihove auch für Ihre Kunden etwas beitragen? Wir erstellen Ihnen gerne eine freibleibende Präsentation.

Die Skulptur ist eine freie Nachbildung eines Spezialtiefbaugerätes von Liebherr. Sie erinnert die Kunden an die Veranstaltung sowie an ihre Verbundenheit mit dem Unternehmen Liebherr.



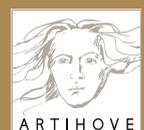
ENDPRODUKT

Artihove B.V.

Tel. 0031-10-5296052

export@artihove.nl

WWW.ARTISTIC-GIFTS.NL





EINZIGARTIG UND PRAKTISCH ZUGLEICH

Heute zählt Individualität mehr denn je. Deshalb setzt Eurostyle Wünsche und Vorstellungen seiner Kunden als Sonderanfertigung um. Ganz im Trend sind zurzeit zum Beispiel Artikel, die für iPad oder iPhone zu nutzen sind. Hier werden bei Eurostyle viele Produkte als Sonderanfertigung speziell für den Kunden entworfen, wie beispielsweise eine praktische iPad-Mappe aus cognacfarbenem Anilin-Rindleder, bei der die Außenseite mit einem Kuhfell gearbeitet ist. Eurostyle veredelt seine Produkte nicht nur mit Prägungen, Stickereien, Gravuren oder Domings, sondern kreiert Produkte nach Kundenwunsch und verleiht diesen Artikeln Individualität.

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

info@eurostyle.eu • www.eurostyle.eu

EMOTIONALER KUNDENDIALOG

Jedes Produkt der CD-Lux GmbH, das den Weg in die Büros der Kunden findet, wird in Manufakturqualität mit viel Liebe zum Detail gefertigt. Gleichzeitig bietet das neue, breitgefächerte Programm der Adventskalender-Experten eine Vielzahl innovativer Produkte mit Aussagekraft und Funktionalität. Nachhaltige Werbewirkung und Hochgenuss garantiert zum Beispiel der unverwechselbare und außergewöhnlich zartschmelzende Weihnachtsmann von Lindt & Sprüngli mit von Hand angehängtem echtem Glöckchen! Weihnachtsgrüße, Mitarbeiter oder Produkte werden auf der individuell bedruckbaren Verpackung optimal präsentiert und eine emotionale Kundenbindung aufgebaut.

PSI 45452 • CD-LUX GmbH • Tel +49 9971 85710

info@cd-lux.de • www.cd-lux.de



KUNDENWUNSCH IN REALITÄT

Bühring hat zusammen mit einem indischen Lieferantenpartner eine kompakte lederne Multimedia-Schreibmappe nach Kundenanforderungen umgesetzt. Die DIN A5-Mappe bietet Platz für ein Tablet, einen Unternehmensprospekt, einen Haftnotizblock, Visitenkarten und natürlich den klassischen Schreibblock sowie ein Schreibgerät. In diesem Fall wurde ein strukturiertes, schwarzes Leder gewählt, andere Farben und Oberflächen sind aber möglich. Auf Leder wird überwiegend eine Blindprägung für die Umsetzung der Werbeanbringung gewählt. Bei Auflagen ab 1.000 Stück sind auch Metallembleme mit Lasergravur möglich. Der Artikel kann nach Absprache kostengünstig einzeln im Polybeutel oder im stabilen Einzelkarton verpackt werden.

PSI 40807 • Gabriele Bühring • Tel +49 4154 795400

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



PERFEKTER AUFTRITT

Der Fluhrer Verlag ist Spezialist für hochwertige Präsentationsmappen aus edlen Kartonagen. Neben Basisformaten bietet das Unternehmen eigene Sonderformate an: zum Beispiel A4 oder A5 quer. Angebotsmappen in Sonderformaten erzielen eine große Aufmerksamkeit! Auch Kunden-Wunschformate ab einem Stück werden angeboten. Alle Präsentationsmappen haben eines gemeinsam: Das Fluhrer-Abheftsysteem, womit der Umfang jeder Mappe individuell bestimmt werden kann. Mit dem Fluhrer System Promotion Folder – made in Germany – gelingt jeder Auftritt perfekt.

PSI 49370 • Fluhrer Verlag GmbH • Tel +49 521 69432
info@fluhrer-praesentationsmappen.de • www.fluhrer-praesentationsmappen.de



INDIVIDUALITÄT IN KREATIVER FORM

Für alle, die ein individuelles Werbemittel für ihre Kunden suchen, hat die Vim Solution GmbH genau das Richtige: einzigartige Powerbank- oder USB-Stick-Sonderformen. Gewählt werden kann zwischen Metall, Kunststoff und Silikon. Geringe Mindeststückzahlen machen Sonderformen noch attraktiver. Diese Form von Werbung ist einfallsreich und fällt auf. Und das Beste: Bis 31. Oktober 2015 bekommen Kunden die Werkzeugkosten für Sonderformen (Produkte aus Silikon) von Vim Solution geschenkt.

PSI 47555 • Vim Solution GmbH • Tel +49 7661 90949-200
vertrieb@vim-solution.com • www.trader.vim-solution.com



WERBEMITTEL SONDERANFERTIGUNGEN



happyROSS GmbH
www.happyross.de/werbung
info@happyross.de



Den Kunden zu mehr Verkaufserfolg zu verhelfen heißt bei Clipper: Selling together.

CLIPPER B. V.

PARTNERSCHAFTLICH ZU MEHR ERFOLG

70 Jahre Erfahrung in der Werbeartikelbranche. Das niederländische Import- und Großhandelsunternehmen Clipper BV hat sich in den vergangenen sieben Jahrzehnten zu einem anerkannten internationalen Player entwickelt. Den Grundstock hatte einst Martien Jonkers gelegt, ein Pionier der niederländischen Geschenkartikelindustrie.

Heute führt das Unternehmen mit Hauptsitz in Helmond, Provinz Nordbrabant, ein umfangreiches Sortiment an Give-aways und Unternehmenspräsenten mit über tausend verschiedenen Qualitätsprodukten. Dabei ist Clipper keineswegs auf den Standort in Helmond begrenzt. Über die Niederlande hinaus ist das Unternehmen auch mit Niederlassungen in Belgien, Deutschland, Frankreich, Irland

sowie dem Vereinigten Königreich vertreten. Alle anderen Länder werden direkt vom Stammsitz aus betreut.

„SELLING TOGETHER“ IST GELEBTE PHILOSOPHIE

Allen Standorten gemeinsam ist die Unternehmensstrategie und -philosophie: Selling together. Clipper versteht darunter das Engagement, seinen Kunden zu mehr Verkaufserfolg zu verhelfen. Part-

nerschaft auf Augenhöhe lautet hier die Devise. Die Vorteile, die sich für die Kunden ergeben, liegen dabei auf der Hand: wettbewerbsfähige Preise, kurze Lieferzeiten, hochwertige, professionelle Bedruckung, ein breites Produktangebot und – als echte Herzensangelegenheit des Unternehmens – eine persönliche, ehrliche, zuverlässige und kundenorientierte Kooperation, die seitens Clipper durch sehr viel Eigeninitiative und Flexibilität gekennzeichnet ist. Mit Blick darauf hat „Selling together“ für Clipper jedoch noch eine weitere Bedeutung: Um den vielseitigen Bedürfnissen der Wiederverkäufer und speziell der Endkunden gerecht zu werden, hat Clipper den sogenannten „Express Service“ eingeführt. Dieser „Express Service“ ermöglicht es, bedruckte Werbeartikel innerhalb von 48 Stunden zu versenden. Damit wird gleichzeitig Druck vom Wiederverkäufer genommen. Druck, der dann entsteht, wenn Endkunden ihre Bestellungen zu einem sehr späten Zeitpunkt tätigen. Mit der Einführung des „Express Service“ hofft Clipper, Wiederverkäufer bei der Erfüllung der steigenden Bedürfnisse der Endkunden effektiv zu unterstützen.

ONE-STOP-SHOPPING ALS ERFOLGSREZEPT

Clipper versteht sich selbst als idealer Lieferant für Werbegeschenke, Werbeartikel, Gadgets, Give-aways und Werbematerial. Das Unternehmen bietet nicht nur Qualitätsprodukte, große Lagerbestände, professionelle Druckbearbeitung und -veredelung (etwa Lasergravuren und verschiedene Farbdruckverfahren) sowie garantierte ISO-zertifizierte Qualität. Jüngst wurde das 10.000 Quadratmeter umfassende Logistikzentrum auf 26.000 Quadratmeter vergrößert. Vom unternehmens-eigenen Zentrallager aus kann Clipper durch ein ausgeklügeltes Inventar-Management innerhalb von zwei Tagen in ganz Europa liefern, bei Artikeln mit Aufdruck ab fünf Werktagen. Ein Qualitätsprodukt und Qualitätsdruck, sehr kurze Lieferzeiten und wettbewerbsfähige Preise: Das durchdachte und anspruchsvolle One-Stop-Shopping (also ein Anlaufpunkt,

an dem mehreren ergänzenden Bedürfnissen nachgekommen werden kann) ermöglicht die Balance von allen drei Punkten. Diese Kriterien zusammengenommen entsprechen dem Ansatz von Clipper, alles unter einem Dach zu vereinen: ein modernes Logistikzentrum, ein Inhouse-DTP-Team mit up-to-date-Ausstattung, ein professionelles Druckareal sowie mehr als 80 spezialisierte Druckmaschinen.

GLOBAL DENKEN – LOKAL HANDELN

Qualität hat bei Clipper nicht nur eine produktbezogene Dimension. Auch mit Blick auf soziale Verantwortung zeigt das Unternehmen ein ausgeprägtes Bewusstsein. Es wird streng nach Richtlinien gearbeitet und stets sichergestellt, dass die gesamte Produktpalette allen gesetzlichen Vorgaben gerecht wird. Darüber hinaus gilt das Augenmerk auch den drei P (people, planet and profit). So unterhält Clipper eine enge Kooperation mit der Atlant Group, um Beschäftigten, die physisch und psychisch stark beansprucht sind, ein ansprechendes Arbeitsumfeld zu bieten und einen sinnvollen Ausgleich zu schaffen. Generell wird die Fürsorge für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter großgeschrieben. Hierzu zählen etwa frisches



Obst für alle Beschäftigten, aber auch Trainings und Aufstiegsmöglichkeiten sowie eine Zufriedenheitsanalyse. Clipper liegt jedoch nicht nur die eigene Unternehmenswelt am Herzen. Der Werbeartikel-spezialist denkt durchaus global und handelt dafür lokal. So verwendet Clipper ausschließlich LED-Lampen. Die Beleuchtung in Büros und im Logistikzentrum funktioniert über Bewegungsmeldung. Auch auf eine konsequente Abfalltrennung wird geachtet. Im Rahmen seiner sozialen Verantwortung unterstützt Clipper kontinuierlich über das Jahr verteilt ausgewählte Wohltätigkeitsprojekte.

NICHT AUF ERREICHTEM AUSRUHEN

Mit Blick auf die zurückliegenden 70 Jahre gibt es Entwicklungen, worauf man bei Clipper durchaus stolz ist. Dazu gehört die Tatsache, dass es dem Unternehmen gelungen ist, trotz allgemeiner Markteinbrüche in der Vergangenheit den eigenen Umsatz auf einem konstanten Level zu halten. Darüber hinaus konnte im Jahr 2014 im Vereinigten Königreich ein deutliches Wachstum erzielt werden. Es sind jedoch nicht nur die Erfolge der Vergangenheit, die mit Stolz erfüllen. Auch in der Gegenwart gibt es Projekte, die Clipper mit Elan vorantreibt. In erster Linie ist das die Neupositionierung, an der das Unternehmen zurzeit arbeitet und die zu Beginn des Jahres 2016 erfolgreich eingeführt werden soll. Diese Neupositionierung schließt die neue Strategie ein, die mehr Wettbewerbsvorteile bringen soll. Ganz oben steht dabei eine weitere Service-Verbesserung, die stärker auf persönliche Kontakte ausgerichtet ist. Zu diesem Zweck wurden die Clipper-Teams in Belgien, dem Vereinigten Königreich sowie den Niederlanden mit Kundenbetreuern verstärkt. Auch das Team in Deutschland soll vergrößert werden. Das ist nicht zuletzt die Konsequenz einer Untersuchung, die Clipper bezüglich seines Images sowie der Kundenbedürfnisse und -wünsche in Auftrag gegeben hat. Denn, darüber ist man sich bei Clipper im Klaren, nur durch konsequente Verbesserung ist das Unternehmen auch in Zukunft bestens aufgestellt, um den Herausforderungen des Marktes erfolgreich zu begegnen.



Clipper führt über tausend verschiedene Qualitätsprodukte – im Showroom ansprechend dargeboten.





GUNNAR UND NILS SPRINKMANN

KOMPETENZ UND KONTINUITÄT

Sechs Generationen, drei davon Werbeartikel-Berater: Die Gunnar Sprinkmann GmbH hat lange Tradition. Das Unternehmen, das immer nach dem aktuellen Gesellschafter benannt ist, gehört bis heute zu den renommiertesten deutschen Werbeartikel-Beratungsfirmen. In unserem Portrait von Gunnar und Nils Sprinkmann stehen nicht nur die Unternehmer selbst im Fokus, es geht auch um ihr ganz persönliches Verständnis ihres Berufs als Werbeartikel-Berater.

Wir treffen Gunnar und Nils Sprinkmann an einem heißen Spätsommertag am Firmensitz in Bad Soden Altenhain. 2009 ist die Firma in dieses Gebäude gezogen, die zuvor Jahrzehnte genutzten Räumlichkeiten liegen ganz in der Nähe. Dort baute der Branchenpionier und Firmengründer Uwe G. Sprinkmann ab 1964 einen Werbeartikelhandel auf, der auf die väterliche Firma, die 1937 gegründete Industrie-Vertretung Hans Sprinkmann, zurückgeht. Die Wurzeln reichen allerdings

noch weiter zurück bis zur 1911 von Georg Sprinkmann eröffneten Handelsvertretung für Werbeschilder. Die erste Firma in der Chronik des Familienunternehmens war die 1870 gegründete Kutschwagen-Fabrik Louis Sprinkmann in Hannover. Viele Leser der älteren Generation werden Uwe G. Sprinkmann, der im Juni seinen 80. Geburtstag feierte, noch persönlich kennen. Er war einer der ersten Werbeartikel-Berater der Sechziger Jahre und ist als großzügiger Gastgeber der legen-

dären Hausmessen und Abendveranstaltungen in die Branchengeschichte eingegangen.

TRADITION UND ERFAHRUNG

Sein Sohn und heutiger Gesellschafter Gunnar Sprinkmann wuchs wie viele Unternehmerkinder im Firmenumfeld auf und half schon als Schüler mit Begeisterung beim Bedrucken und Konfektionieren mit. Nach Wirtschaftsabitur und Wehrdienst trat er 1977 in das Unternehmen ein, wo er bei seinem Vater seine kaufmännische Ausbil-

derung begann. 2009 übernahm er die Firma als alleiniger Gesellschafter. Heute beschäftigt er rund 10 Mitarbeiter, teils in dritter Generation, auch ein Freund aus der Grundschule ist darunter. Ein Familienunternehmen also, dessen Tradition sich mit Nils Sprinkmann fortsetzt, der nun schon im achten Jahr mit im Boot ist und bereits viel von der Welt gesehen hat. Nach dem Abitur verbrachte er mit einem Freund, der in Afrika aufgewachsen war, drei Monate in Malawi. Nach Zivildienst und Studium (BWL, Internationales Management) arbeitete er ein halbes Jahr in den USA, danach trat er in die Firma ein. Nach drei Jahren hatte sich sein Entschluss gefestigt, auf Dauer im Familienunternehmen zu bleiben. Doch jetzt war die Zeit, seine Kenntnisse noch einmal in einem ganz anderen Kontext umzusetzen. Das tat er über zwei Jahre als Entwicklungshelfer im Bereich Qualitätsmanagement in Sambia. Seit 2011 wieder zurück, hat er inzwischen Prokura und ist in alle Bereiche des Unternehmens hineingewachsen. Lange Tradition und viele bereichernde Erfahrungen bilden das Fundament des über Generationen bestehenden Unternehmens. Jeder, der an der Spitze steht, trägt mit eigenen Ideen, Kontakten und Weichenstellungen auf seine ganz persönliche Art zum Firmenerfolg bei. In diesem Sinne ergänzen sich Gunnar und Nils Sprinkmann hervorragend, so dass die generationenübergreifende Zusammenarbeit bestens funktioniert.

PERSÖNLICHER KONTAKT IST NICHT ERSETZBAR

„Der rote Faden, der sich durch unsere Firmengeschichte zieht, ist der persönliche Kontakt zum Kunden und die langfristigen Bindungen, die sich daraus ergeben“, bringt Gunnar Sprinkmann die Stärke des Unternehmens auf den Punkt: Kontinuität ist neben Kompetenz und Zuverlässigkeit eine der drei Säulen, die das Unternehmen über die Jahrzehnte hinweg auf Erfolgskurs gehalten haben. In der heutigen, von schnellen Medien und kurzlebigen Prozessen geprägten Welt sind Kundenbeziehungen von 30 und mehr Jahren, wie sie bei Sprinkmann gepflegt werden, selten geworden.

Dem Beruf als Werbeartikel-Berater konnte jedoch auch das Internetzeitalter nichts anhaben, erklärt Sprinkmann: „Obwohl der Kunde heute übers Internet schon sehr gut informiert ist und daher auch eigene Ideen mitbringt, kommt er zu uns, um Details zu erfahren und die Projekte umzusetzen.“ Der Informationsvorsprung bedeutet natürlich auch, dass Kunden heute mit sehr klaren Vorstellungen an den Handel herantreten. Sie sind anspruchsvoller geworden und fordern ein, was sie bei ihren Recherchen gefunden haben. Allerdings wissen sie auch, dass sie auf das Expertenwissen des Beraters angewiesen sind – umso mehr, je umfangreicher das Produktangebot wird und je komplexer die gesetzlichen Vorgaben und fachlichen Herausforderungen werden. Insgesamt sind die Prozesse, die rund um einen Auftrag anfallen, länger und komplizierter geworden, so das Fazit unserer beiden Gesprächspartner. Die Budgets werden detaillierter ausgeschöpft, die Stückzahlen seltener aufgerundet. Erkennbar ist auch der Trend, Produkte je nach Einsatzzweck sehr speziell zu gestalten und zu individualisieren. Das Thema Compliance schlägt sich vor allem in der häufigen Begrenzung des Produktwerts nieder. Öfter als früher wünscht sich der Kunde Produkte, die nur rund 10 Euro kosten dürfen.

INTENSIVE KUNDENBETREUUNG

Worauf kommt es bei der Zusammenarbeit mit dem Kunden an? Nils Sprinkmann lässt uns hinter die Kulissen blicken: „Unsere Kunden sind Unternehmen mittlerer Größe bis hin zu großen Konzernen. Daher sind unsere direkten Ansprechpartner entweder die Marketingabteilung oder die Agentur, beide fungieren als ‘Wächter der Marke’. Je früher wir als Berater eingebunden werden, desto einfacher ist es für uns, die passenden Artikel zu finden. Also versuchen wir, von Anfang an konzeptionell dabei zu sein.“ Ein großes Lob geht an die Lieferanten für ihre aktive Unterstützung, gerade auch bei schwierigeren Projekten. Ihre Gestaltungsvorschläge erleichtern die Beratung und untermauern die Fachkompetenz des Beraters gegenüber dem Kun-

den. Angesprochen auf die Frage, inwieweit Lieferant und Kunde in dieser Beziehung auch persönlich kommunizieren, bezieht Gunnar Sprinkmann klar Stellung: „Unser Ziel ist es, mit einer überschaubaren Lieferantenzahl die Kunden intensiv zu betreuen. Deshalb ist es selbstverständlich, dass der Lieferant mit am Tisch sitzt, denn wir bedienen den Kunden ja auch gemeinsam.“ Hinter dieser Aussage steht die Auffassung, dass der Kunde nicht nur das Produkt kauft, sondern die gesamte Dienstleistung, die Beratung, Produktentwicklung, Beschaffung, Handling und auf Wunsch auch Full Service umfasst. Der Lieferantenpartner spielt in der Lieferkette eine tragende Rolle, also wird er auch in den Dialog mit eingebunden. Der Gedanke, Kunden und Lieferanten zusammenzubringen, wurde schon früh entwickelt. Deswegen war Sprinkmann das zweite Unternehmen der Branche, das Hausmessen veranstaltete. Von 1979 bis 2008 traf man sich jährlich im damaligen Holiday Inn in Sulzbach bei Frankfurt zur dreitägigen Produktschau und am zweiten Messetag zu den unvergleichlichen Get-together-Parties im Hause Sprinkmann. Beim Live-Sound der von den Jazz-Kennern Renate und Uwe G. Sprinkmann kundig gewählten Bands und guten Gesprächen wurde so mancher Kontakt geknüpft, die über Jahrzehnte bestehen bleiben sollte.

TREND ZUR PRODUKTENTWICKLUNG

Im Showroom zeigen uns Vater und Sohn eine ganze Reihe außergewöhnlicher Produkten, die als Ergebnis individueller Entwicklungsprozesse in vertrauensvoller Zusammenarbeit aller Beteiligten entstanden sind. Große Marken sind hier vertreten, und zu vielen Projekten gibt es Geschichten, die das Arbeitsfeld eines Werbeartikel-Beraters lebendig werden lassen. Ein großes Thema ist Merchandising, vor allem bei internationalen Konzernen. An Merchandising-Produkte werden höhere Ansprüche gestellt als an herkömmliche Werbeartikel, da sie an Kunden und Mitarbeiter verkauft werden und zudem die Kundenmarke emotional aufladen sollen. Design, CI-Adaption, Qualität, Preis-Leistungs-



Ein gut funktionierendes Team: Nils und Gunnar Sprinkmann (v.l.)

Verhältnis und eine pfiffige Idee – das sind die Parameter, die die hochwertigen Produkte so begehrt machen. „Generell geht der Trend weg vom einfachen, gebrandeten Artikel in Richtung Modifikation von Sortimentsprodukten bis hin zur Produkt-Neuentwicklung – und das nicht nur im Bereich Merchandising“, stellt Gunnar Sprinkmann fest. Für all diese Aufgaben ist natürlich der Werbeartikel-Berater der richtige Ansprechpartner.

NACHHALTIGKEIT ALS GROSSES THEMA

Im Zusammenhang der wachsenden Ansprüche des Kunden spielt Nachhaltigkeit eine immer größere Rolle. Vorreiter waren sensible Branchen wie Lebensmittel-, Spielzeug- und Kosmetikindustrie, doch andere Branchen ziehen nach. Sprinkmann hat die Herausforderungen längst erkannt und beschäftigt sich intensiv damit. „Nachhaltigkeit ist ein großes Thema für uns. Immer mehr Unternehmen, die es ernst meinen, interpretieren Nachhaltigkeit im

Sinne eines umfassenden Anspruchs, der sich nicht nur auf die eigenen Produkte bezieht, sondern auch auf das Unternehmen selbst sowie alles, was unter dessen Namen in den Markt gelangt oder verteilt wird. Da sind natürlich Werbeartikel, Merchandising-Produkte und Präsente ebenfalls betroffen“, erklärt Nils Sprinkmann. Immer öfter verlangen Kunden gezielt nachhaltige Artikel. Sprinkmann soll unter anderem das gesamte Werbeartikel-Sortiment eines Kunden auf Nachhaltigkeit überprüfen. Aufträge dieser Art nimmt er besonders gerne an, um einmal mehr seine Beratungskompetenz unter Beweis zu stellen. Auch das Unternehmen Sprinkmann selbst arbeitet daran, interne Arbeitsprozesse und das lokale, soziale Engagement noch nachhaltiger zu gestalten. Unter anderem ist seit 2012 ein Elektro-Auto im Einsatz und ein Sportbildungsprojekt der Fraport Skyliners wurde mehrfach unterstützt.

TRANSPARENZ UND INTEGRITÄT

„Man muss dem Kunden gut zuhören“, stellt Gunnar Sprinkmann fest. Denn zuhören zu können ist eine der wichtigsten Eigenschaften, die ihm als Werbeartikel-Berater den Weg zum Kunden ebnen. Nur so erkennt er die oftmals auch versteckten Bedürfnisse und Wünsche des Kunden und kann entsprechende Beratungs-Schwerpunkte setzen. Unabdingbar sind in seinen Augen auch Transparenz und Integrität: „Ich bin mir immer der Tatsache bewusst, dass wir das Geld des Kunden ausgeben. Deshalb muss er in allen Einzelheiten nachvollziehen können, wie und wofür sein Budget verwendet wird. Daraus folgt auch, dass wir ihn zwar beraten, aber dass letztlich er die Entscheidung trifft. Die müssen wir akzeptieren, auch wenn er nicht die von uns präferierte Lösung wählt.“ Wer so agiert, kann sich der Wertschätzung des Kunden sicher sein – der besten Basis für langfristige Beziehungen. <

digital signage

POS display

POS packaging

object design

signmaking

large format printing



viscom
düссeldorf 2015

internationale fachmesse
für visuelle kommunikation

inspiring your
business 4 | 5 | 6
november 2015
messe düссeldorf

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.

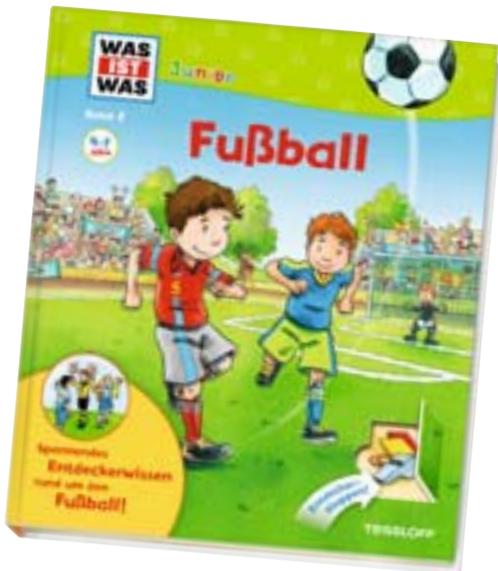
Organised by

 Reed Exhibitions

www.viscom-messe.com

www.viscomblog.de

EM – SPEZIAL



AUF GEHT'S ZUM FUSSBALL

Was lernt man im Training? Was bedeuten die Linien auf dem Spielfeld? Welche Aufgabe hat der Schiedsrichter? Wird Fußball auf der ganzen Welt gespielt? Auf 20 Seiten bietet dieses Kinderbuch kurze informative Texte, große detailreiche Illustrationen, Entdecker-Klappen und kleine Mitmach- und Rätselaufgaben zum Spielen, Forschen und Entdecken. Der „WAS IST WAS“ Junior Band Fußball erscheint im März 2016 als neuester Titel aus der neu gestalteten Wissensreihe für alle Kinder im Vorschulalter und Erstleser. Ebenfalls im März 2016 erscheint für größere Kinder ab 8 Jahren das Buch „WAS IST WAS“ Fußball in neuer, topaktueller Ausgabe. Eine Werbeanbringung kann mittels Etiketten individuell erfolgen.

PSI 48161 • Tessloff Medienvertrieb GmbH & Co KG • Tel +49 911 39906-970
tessloffmedien@tessloff.com • www.tessloff.com

EM-PLANER IN ALLEN GRÖSSEN

So muss der perfekte EM-Werbeartikel sein: attraktiv gestaltet mit professionellen Fotos und voller Infos mit spannenden Texten und mit allen Spielpaarungen und Terminen. Die anspruchsvollen EM-Planer von in.takt sind ein idealer, langfristiger Werbeträger zur Fußball-EM 2016 in Frankreich. Für jeden Einsatzzweck – ob POS-Aktion, On-Pack oder Mailingverstärker – gibt es das passende Produkt. Vom großen Wand- bis hin zum scheckkartengroßen Z-Planer. Das Branding ist ganz individuell möglich – ob Logoeindruck oder eine individuelle Gestaltung der Umschläge. Sogar ganz eigene Inhalte im CD des Kunden sind möglich. Dazu kommen die professionellen Service-Leistungen von in.takt: Gestaltung, Druck, Bündelung, Konfektionierung, Einzelversand – alles kompetent und schnell aus einer Hand.

PSI 45228 • in.takt musik und media marketing GmbH • Tel +49 2381 307030
info@intakt-media.de • www.planer-em-2016.de



FARBE BEKENNEN

Das Unternehmen Eyespot Werbemittel bietet Sonderanfertigungen zur Europameisterschaft, darunter unter anderem das praktische Schminkset, das sich der leidenschaftliche Fan in seinen Wunschfarben zusammenstellen lassen kann. Das praktische Set ist laut Eyespot zudem günstig. Die Mindestabnahmemenge beträgt 5.000 Stück. Nähere Infos gibt es direkt beim Unternehmen.

PSI 47026 • Eyespot Werbemittel GmbH & Co. KG • Tel +49 961 4162205
info@ichdruckdich.com • www.ichdruckdich.com



EINE RUNDE SACHE

Das Hamburger Unternehmen ballprint setzt mit Werbung auf Bällen anlässlich der Fußball-Europameisterschaft 2016 aufmerksamkeitsstarke Akzente. „Ob klein, ob groß, ob soft oder aufgeblasen, Hauptsache rund“, heißt es bei ballprint. Bälle sind in verschiedenen Qualitäten bis hin zum hochwertigen Match-Ball erhältlich. Kunden profitieren von der mehr als 25-jährigen Erfahrung des Unternehmens in der Herstellung von Werbebällen.

PSI 48636 • ballprint gmbH • Tel +49 40 30059139
info@ballprint.de • www.ballprint.de



RUCKSACK IN TRIKOTFORM

Welches Kind träumt nicht davon, bei der kommenden EM das Trikot seines Landes zu tragen? Der holländische Importeur Premo macht es möglich. Mit seinen „Nationen-Rucksäcken“ bietet das Unternehmen allen fußballbegeisterten Kindern und Erwachsenen eine unwiderstehliche Werbegabe. Bedruckt mit dem Firmennamen ist hohe Aufmerksamkeit hier vorprogrammiert. Die Nationen-Rucksäcke sind in sieben Ausführungen lieferbar: in deutschen, französischen, italienischen, spanisch, holländischen, englischen und belgischen Nationalfarben.

PSI 44119 • Premo b.v. • Tel +31 546 581212
sales@premo.nl • www.premo.nl

*We Care
Our Fans...*



Fan Products
Responsibly Made in Turkey



Scarves



Beanies



Cushions



Flags



Pennants



Bandanas



Blankets

and more...



Phone: +90 258 242 33 33
info@gorenler.com (ENG) sales@gorenler.com (ENG)
marketing@gorenler.com (DE) stephanie@gorenler.com (FR)
www.gorenler.com

FUSSBALL-KUGELSCHREIBER

Als erfolgreicher Hersteller von Schreibgeräten und Büroartikeln besitzt das ungarische Unternehmen ICO bereits eine Erfahrung von über 60 Jahren. Im Sortiment befinden sich auch zahlreiche fürs Sportbusiness geeignete Produkte. So fertigte ICO beispielsweise für die Olympischen Spiele in London 2012 den auch für zahlreiche Fußballklubs maßgeschneiderten Artikel an. Dabei legt das Unternehmen großen Wert auf hohe Qualität und Service bei ansprechenden Preisen. Muster gibt es kostenlos.

PSI 45302 • ICO JSC • Tel +36 26 527272
export@ico.hu • www.ico.eu



STIMMUNGSVOLL

Das von mood rooms für den Werbeartikelmarkt vertretene Unternehmen Carus produziert an seinem deutschen Standort in Marburg Lifestyle-Produkte aus hochwertigem Aluminium und Glas von makelloser Optik und angenehmer Haptik. Das Produktsortiment beinhaltet auch den Kerzenhalter Candela in 19 brillant schimmernden Farben, der durch das eigene Lasergravur-Verfahren sowohl „Ton-in-Ton“ als auch in „Silber auf Grundton“ veredelt werden kann. Drei dieser Grundfarben sind die Farbtöne Schwarz, Rot und Gold, die in einer Geschenkbox im 3er-Set angeboten werden. So zaubert man die richtige farbliche Stimmung im EM-Fieber. Eine Logogravur in Produktfarbe ist ab 100 Stück, in ‚Silber auf Grundfarbe‘ ab 10 Stück möglich.

PSI 49320 • mood rooms eK • T +49 2193 5331579
info@mood-rooms.de • www.mood-rooms.de



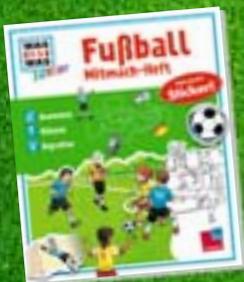
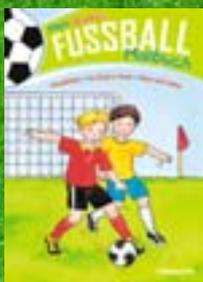
UNIVERSELL EINSATZFÄHIG

Wild design stellt ein Verpackungskonzept im Fußballdesign vor. Durch die Kombination von Glanz und Struktur auf der Oberfläche erhält der Fußball eine unverwechselbare Optik. Für die optimale Präsentation der Produkte gibt es einerseits die Möglichkeit durch eine integrierte Halterung Uhren und andererseits durch speziell angepasste Thermoform-Teile USB-Sticks, Süßwaren, Accessoires oder gar Textilien zu verpacken. Damit ist dieses Etui universell einsetzbar. Im Heißprägeverfahren oder mit einem Tampondruck kann es personalisiert oder veredelt werden.

PSI 41253 • Wild design GmbH • Tel +49 72279594-0
info@wild-design.de • www.wild-design.de

-Anzeige-

Malspaß für
kleine Fußball-Fans!



TESSLOFF MedienVertrieb GmbH & Co. KG
Tel.: 0911/ 39906 970
tessloffmedien@tessloff.com • www.tessloff.com

TESSLOFF
MedienVertrieb

Foto: © Shutterstock.com
Hintergrund: © Shutterstock.com/PAK FONG/PIVET



ALLES FÜR DIE FAAAANSSS!

Für die kommende Europameisterschaftssaison finden Fans das richtige Equipment bei Görenler. Der türkische Werbeartikelspezialist bietet eine ganze Bandbreite an Produkten, die bei der Unterstützung des eigenen Teams hilfreich sind: Schals, Hüte, Sitzkissen, Fähnchen, Schweißbänder, Schlüsselanhänger, Lanyards, Halstücher und vieles mehr. Görenler hat sich BSCI- und SEDEX-Audits unterzogen und besitzt das Ökotex-Siegel. Alle Artikel werden am türkischen Standort Denizli produziert. Kurze Lieferzeiten werden garantiert.

PSI 46517 • Görenler A.S. • T +90 258 2423333
info@gorenler.com • www.gorenler.com



VOLLTREFFER

Die Torwand-Box im Jung-Sortiment eignet sich ideal als süßer WerbeTreffler im Umfeld der Fußball-EM. In der rundum bedruckbaren Box befinden sich 11 Kaugummi-Fußbälle in einem transparenten Beutel. Stellt man die Box dann auf die Seitenfläche, kann man sie als Torwand verwenden. Mit den Fingern kann man dann versuchen, die Bälle in die vorgestanzten Löcher im Deckeln zu schnippen und daraus ein tolles Spiel im Büro oder zu Hause veranstalten. Ein trefflicher Werbeträger für die spannendsten Momente beim Public Viewing oder geeignet als Streuartikel am POS für alle großen und kleinen Empfänger der anvisierten Zielgruppe. Viele weitere Produkte zum Thema Fußball gibt's bei Jung auf Anfrage.

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



Winner Trophy



Mittendrin
statt
nur dabei!

www.rastal-promotion.com

Fußballplaner zur EM 2016



- Wandplaner
- Broschüre
- faltplaner
- Z-Planer

Fon 02381 30703-0

in.takt
musik | medien | marketing

www.planer-em-2016.de



MIT DER TASCHÉ FLAGGE ZEIGEN

Die Quality-Bags-Experten des Unternehmens Joytex – das im Juli dieses Jahres sein 30-jähriges Bestehen feierte – schaltet sich mit einer Collegetasche aus 130 g/m² non-woven mit der Deutschland-Fahne als Klappe in das allmählich auflodernde Fußballeuropameisterschaftsieber mit ein. Die adrette wie praktische Tasche für jeden Fan, der Flagge zeigen möchte, ist ausgestattet mit Klettverschluss, Schultergurt und Stiftehalter. Je nach Taschentyp gibt's das Produkt auf Vorrat oder per Bestellung in Fernost, heißt es vom Firmensitz in Rhede. Die Realisierung anderer Flaggenfarben auf der Tasche erfolgt auf Anfrage.

PSI 41990 • Joytex GmbH & Co KG • Tel +49 2872 9506-0
info@joytex.de • info@joytex.de

ENTSPANNTER BETRIEBSSPORT

Damit werden das Büro zum Sportplatz und der Ordner zum Freizeitgerät. Passend zur EM 2016 als originelles Kundenpräsent oder einfach nur aus Spaß präsentiert IP Adelt den in saftigem Rasengrün gestalteten Aktenordner. Hier verwandelt sich ein ganz normales Ringbuch innerhalb von ein paar Sekunden in ein Spielfeld. Mit nur einem Handgriff wird die Torwand aufgeklappt und schon kann das Match losgehen. Die graphische Gestaltung des „Schnipp-Kick-Ordners“ ist völlig frei – wobei Designvorlagen und Beratung durch das Expertenteam des Unternehmens helfen.

PSI 48644 • IP Adelt GmbH • Tel +49 521 208800
info@adelt-ideen.de • www.adelt-ideen.de



-Anzeige-



EM 2016 FRANKREICH

Ihre Werbung auf Bällen & Sporttextilien

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



ZU ZWEIT JUBELN IST BESSER

Dieses Doppel-T-Shirt für Freunde und Paare wird garantiert zum Hingucker auf der Fanmeile, in der Kneipe oder im Garten. Gemeinsam die Arme hochreißen und mit dem Nationalteam fiebern. Das T-Shirt kann als Baumwollshirt oder Sublimationsshirt gefertigt werden. Den Druck gestaltet Hersteller Malgrado ganz nach Wunsch, auch als All-Over-Variante. Bei der Wahl des besten Materials und der optimalen Drucktechnik stehen die Experten von Malgrado gern beratend zur Seite. Das Unternehmen fertigt individuell mit einem private Label nach Kundenwunsch ab 1.000 Stück.

PSI 46913 • Malgrado fashion & promotion GmbH • Tel +49 2207 704090
s.rueth@malgrado.de • www.malgrado.de



GUT BEHÜTET ZUM SPIEL

Das spanische Unternehmen Reclamo del Noroeste mit Sitz in Narón präsentiert für den eleganten Besucher in den Stadien oder den Public-Viewing-Bereichen der kommenden Europameisterschaft mittels eines schicken Strohhuts eine smarte Variante, Flagge zu zeigen. Die gewünschten Nationalfarben winden sich per Polyesterband um den Hut herum, der zudem noch wirkungsvoll vor der Sommersonne schützt. Weitere Details gibt's beim Unternehmen. □

PSI 48752 • Reclamo del Noroeste S.L. • Tel +34 98 1390505
import-export@renor.es • www.renor.es

GEOS



GEOS SI S LUX
1-0148 SI S LUX

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN

THE SPIRIT OF WINTER-WONDERLAND

Für die schönsten Pisten-Styles präsentieren die Daiber-Eigenmarken James & Nicholson und myrtle beach jetzt die neusten Looks im Winterkatalog 2015/16. Für kuschlig-warme Ohren gibt's die trendigen Beanies in vielen neuen Farben, Längen und Strickmustern. Auch die Schals und Handschuhe aus der Kollektion können sich sehen lassen und halten auch bei niedrigen Temperaturen richtig schön warm. Jacken in sportlichen Schnitten, cooler Farbauswahl und Materialien wie Daune, Softshell oder Fleece bietet James & Nicholson allen Trendbewussten, die sich nicht von Wind und Wetter aufhalten lassen. Bis zu sechs Trendfarben je Modell mit unterschiedlichen, hochwertigen Materialien in Kombination mit aufwendigen Verarbeitungen sowie viele interessante Details machen die neue Kollektion zum Must-have. Ob für Freizeit, Sport oder Promotion-Aktion – auch in dieser Saison setzen myrtle beach und James & Nicholson wieder einmal Maßstäbe in Sachen Look, Material und Preis.

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



GEOMETRIE MIT SPASS

Wie aufregend, formenreich und attraktiv das Zusammenspiel unterschiedlicher geometrischer Elemente sein kann, zeigt uma jetzt mit seinem neuen GEOS. Er bietet eine fast unerschöpfliche Anzahl Kombinationsmöglichkeiten. Mit erodiertem Gehäuse, hochglanzpoliertem Stopfen im Oberteil sowie mit schwerer glanzverchromter Metallspitze ist der Kunststoff-Drehkugelschreiber ein echter Hingucker. Eine echte Innovation ist der konkave Clipschwung, der den GEOS laut uma „absolut einzigartig“ macht. In bester uma-Qualität „Made in Germany“ ist auch das Innenleben des GEOS: Mit der bewährten uma Tech Refill Mine mit Neusilber-spitze und Wolframkarbidkugel sowie deutscher Paste nach ISO-Norm ist Schreibge-nuss für ca. 4.000 Meter garantiert, ob in Blau oder in Schwarz. In mehr als 30 Standardfarben und auch als Mix- oder Matchmodell ist der GEOS erhältlich. Und jeder kann sich im Nu seinen persönlichen GEOS zusammenstellen. Bei sämtlichen Fragen – von der Konfiguration bis zur Bedruckung und Veredelung – hilft das erfahrene uma-Team selbstverständlich gern weiter. Noch mehr Details sind zu finden unter: www.uma-pen.com/geos

PSI 41848 • UMA Schreibgeräte Ullmann GmbH • Tel +49 7832 707-0
info@uma-pen.com • www.uma-pen.com



GLÄNZEND VEREDELT

Gold und Silber sind die klassischen Farben für das Fest. Kupfer ist jedoch 2015 die Weihnachts-Trendfarbe schlechthin. Elegant alleinstehend oder effektiv kombiniert mit weiß, schwarz oder knalligen anderen metallischen Farben werden Konventionen gebrochen und neu definiert. SND zaubert Werbebotschaften, Marken oder Logos in diesen weihnachtlichen Trendfarben mittels Nano-Veredelung glänzend, edel und wertig auf seine Bechermodelle Dallas, Madrid und Rio (weitere Modelle auf Anfrage). Kombiniert mit anderen Veredelungen wie Gravur, Relief, Innendruck oder einem Druck unter der hauchdünnen Nano-Beschichtung entstehen weitere großartige Effekte und somit langanhaltende Aufmerksamkeiten, die täglich mehrfach den Beschenkten erfreuen. Selbstverständlich sind alle Veredelungen spülmaschinen- und kratzfest. Immer besonders, immer anders und immer überraschend. So sollte Weihnachten und insbesondere die Wertschätzung für Zielgruppen sein. Mit nano-veredelten Tassen von SND wird man gern zum Fest überrascht.

PSI 45567 • SND PorzellanManufaktur GmbH • Tel +49 6183 80080

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



JETZT AUCH ALS COOLES SET

Der Leuchtmarkierer Stabilo Neon überzeugt als Werbemittel durch einzigartiges Tuben-Design und clevere Produkt-Features. Den innovativen Textmarker gibt es jetzt auch in Weiß mit gelber Tinte und in zwei attraktiven Set-Kombinationen. Diese coole Highlighter-Tube transportiert Werbebotschaften mal ganz anders und begeistert alle Zielgruppen. Auf der neuen Variante in Weiß mit gelber Tinte kommt der Werbeaufdruck noch besser zur Geltung. Alle Farbvarianten sind jetzt außerdem als 2er- oder 4er-Set erhältlich. Der neue Stabilo Neon beeindruckt mit minimalistischem Tuben-Look, supersanftem Oberflächen-Material und mit intelligenten Produkteigenschaften wie den hochwertigen Neon-Tintenfarben Gelb, Orange, Grün, Pink und Magenta sowie der patentierten Technologie für vier Stunden Austrockenschutz in den beiden Strichstärken 2 und 5 mm. Neben seiner Qualität und seinem attraktiven Preis überzeugt der Neon auch durch sein ungewöhnliches Design: Der innovative Highlighter wurde 2014 mit dem iF product design award prämiert.

PSI 43287 • Schwan-STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG • Tel +49 911 5673455

service@stabilo-promotion.com • www.stabilo-promotion.com

-Anzeige-

NEU: Namergraur
ebenfalls möglich



Klammerloser Hefter:
Werbemöglichkeit,
die beeindruckt

PLUS
small

Tel. +49 211 522 857 13
info@plus-corporation.com



EIN BAUM AUS DER DOSE

Ein echter Blickfang und ein außergewöhnliches Präsent zum Fest ist das Überreichbäumchen. In der schlanken, transparenten PET-Dose mit edlem Aludeckel befindet sich ein Schwarzkiefer-Setzling, der über Belüftungslöcher am oberen Dosenrand und gut verpacktem Wurzelballen für mehrere Wochen optimal versorgt ist. An der dekorativen Kordel ist eine Werbekarte angebracht, die bereits ab 250 Stück im Digitaldruck individualisiert werden kann. Wer die Schwarzkiefer nach der Übergabe gleich eintopft und sich so seinen eigenen Weihnachtsbaum zieht, wird über sehr viele Jahre positiv an den Werbenden erinnert.

PSI 45997 • emotion factory GmbH • Tel +49 7042 8155-0
info@emotion-factory.com • www.emotion-factory.com

SCHREIBEN HOCH 2

O b Papier, Tablet oder Smartphone – ein Schreibgerät für alle Fälle. Der neue Kugelschreiber 300 KS Touch aus der HK Collection verbindet das klassische Schreiben auf Papier mit dem bequemen Bedienen von Digitalgeräten. Durch die Erweiterung der Soft-Touch-Funktion ist der bereits gut etablierte und sehr beliebte Kugelschreiber um eine Zusatzfunktion ergänzt worden. Diese erlaubt es dem Anwender, den neuen und gestiegenen Anforderungen der modernen Kommunikation gerecht zu werden – und das mit Hilfe eines schlichten Kugelschreibers, der in jeder Hand- oder Hemdtasche Platz findet. Ausgestattet ist der 300 KS Touch mit einer Metall-Großraummine, die für ausreichend Schreiblänge und einen angenehmen Schreibkomfort sorgt. Auf drei Druckpositionen wird außerdem ausreichend Platz für eine CI-gerechte Werbeanbringung zur Verfügung gestellt. Je nach Auflage kann hier ein- oder mehrfarbig gedruckt werden – wer eine hochwertigere Veredelung wünscht, kann auch auf die angebotene Gravur zurückgreifen.

PSI 47160 • Hauff Schreibgeräte GmbH • Tel +49 7531 4571780
contacts@hauff-gmbh.de • www.hauff-gmbh.de



GARDEN IN NEUEM DESIGN

Das neue Highlight bei Planet Schreibgeräte ist das Modell Garden, ein moderner Kugelschreiber mit Druckmechanik. Der Schaft besteht aus Aluminium und besticht durch sein seidiges Lack-Finish und die angenehme Haptik. Das Schreibgerät ist mit einer hochwertigen Metall-Großraummine ausgestattet, welche mit deutscher Dokumental-Tinte befüllt ist und über eine Schreibleistung von mindestens 5.000 Metern verfügt. Das Modell ist in vier Standardfarben erhältlich, ab 5.000 Stück können auch Sonderfarben produziert werden. Als Werbeanbringung empfiehlt sich eine Lasergravur auf dem Schaft oder ein Druck auf dem großzügig gestalteten Kunststoff-Clip.

PSI 41394 • Planet Schreibgeräte GmbH • Tel +49 6201 845010
info@planetwriting.com • www.planetwriting.com



Kundengewinnung verbessern - Glaubwürdigkeit steigern



Der einfachste Weg zum
Nachhaltigkeitsbericht

- Ihr Input
- Unsere Experten
- Ein Tag im Workshop

Sprechen Sie uns an – wir freuen
uns über Ihren Anruf.

Ralf Nacke
Tel. +49 1577 976 9969
r.nacke@terra-institute.eu

terra 
institute

Kompetenzzentrum für Zukunftsfähigkeit
von Wirtschaft & Gesellschaft

www.terra-institute.eu



360-GRAD-WERBUNG

Wer sein Logo, seine Marke oder seine Botschaft rundum präsentieren möchte, ist bei Goldstar Europe bestens aufgehoben. Denn das international renommierte Unternehmen Marke Goldstar offeriert eine große Anzahl Vollfarbkugelschreibern aus Metall und verfügt über 32 moderne Lasergravurmaschinen, die das gewünschte Schreibgerätemodell mit einer 360-Grad-Laser-Gestaltung veredeln. Ein Team erfahrener Graveure, eine große Auswahl an Kugelschreibern und eine attraktive Preisgestaltung garantieren für maximalen Werbeeffect.

PSI 45829 • Goldstar Europe • Tel +353 42 9345146

Tanja.bruckl@goldstar-europe.com • www.goldstar-europe.com

KNUDELIGE WEIHNACHTSGRÜSSE

In der kleinen Dose verbirgt sich das Plüschbäumchen Albero von MacFlowers und freut sich, Weihnachtsstimmung zu verbreiten. Er hat einen Magneten auf der Unterseite und die hübsche Dose wird zu seinem Standfuß. Albero ist in Handarbeit aus Plüsch genäht und hat einen kleinen, gelben Weihnachtsstern aus Filz auf seiner Spitze. Er ist weich und anschmiegsam und garantiert gute Laune, selbst im noch so coolen Büro. Schon ab 72 Stück kann die Dose mit einem individuellen Label versehen werden. Damit wird Albero zum sympathischsten Weihnachtsgruß an jeden Kunden. Verpackung- und Einzelversandservice sind auf Wunsch möglich.

PSI 48749 • MacFlowers GmbH • +49 4643 186933

info@macflowers.eu • www.macflowers.eu



EIN BUSINESS-KLASSIKER

Das Notizbuch „Arwey Bullet“ ist ein klassisches Business-Notizbuch mit einem hochwertigen Kunstleder-Cover, sehr gut ausgestattet mit einer hohen Seitenanzahl, einem Elastikband, einer Froschtasche, FSC Papier, einer Stiftschlaufe und auch 16 vierfach perforierten Notizseiten. Bullet ist in vier Farben ab Lager Deutschland verfügbar und binnen weniger Tage in kleinen Mengen individualisiert lieferbar. Und das Ganze für einen extrem interessanten Preis bereits bei kleineren Mengen. Auch größere Mengen sind mit Lieferzeiten von rund drei bis vier Wochen nach Freigabe realisierbar.

PSI 48055 • ACAR Europe GmbH • Tel +49 6172 17107-00

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

www.salon-ctco.com



26_28 JAN. LYON
2016 PROMOTIONAL
GARMENTS
AND GIFTS

**GIVE YOURSELF
A UNIQUE PERSPECTIVE
OF YOUR MARKET!**



THE SAME
DATES AS



IMAGE
PERSONALISATION
DIGITAL

Image © Olly/Fotolia



KURZE BOTSCHAFT, KLEINE PREISE, GROSSE WIRKUNG +++ DER PSI-KLEINANZEIGEN-MARKT +++ JETZT JEDEN MONAT NEU +++ EXKLUSIV IM PSI-JOURNAL +++ JETZT SCHON BUCHEN FÜR DIE NÄCHSTE AUSGABE +++ TEL.: +49 (0) 211-90191-114 / -150 +++ FAX: +49 (0) 211-90191-180 +++ MAIL: VERLAG@PSI-NETWORK.DE

TEXTILIEN / TEXTILES

CLIQUE ALL YOU NEED IS CLIQUE®
BASIC

Exklusiv erhältlich bei
NewWave

www.newwave-germany.de

PSI No. 44367 www.newwave-germany.de

WERBE-CD's / PROMOTIONAL CD's

SIE SUCHEN DIE PASSENDE WERBEIDEE ?

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

HERMANN MEDIA
GESTALTUNG · WERBUNG · DESIGN · VERLAG

www.hermann-media.de

PSI No. 49335 www.hermann-media.de

SCHREIBGERÄTE / WRITING UTENSILS

stilolinea for sustainability

Welcome to the Stilolinea Eco-Pens world where the respect for nature is joined to the respect of high quality standards.

stilolinea
THE ITALIAN HEART OF WRITING

STILOLINEA - Via Toscana, 26 - San Mauro t.se (TO)
ITALY - Ph +39 011 2236350 - Fax +39 011 2236337
info@stilolinea.it - www.stilolinea.it

www.stilolinea.it

PSI No. 45328 www.stilolinea.it

SCHLÜSSELANHÄNGER UND CHIPHALTER / KEY FOBs AND TROLLEY COINS

TRIGGI
Der Einkaufswagenauflöser

Exklusiv bei Pins & mehr

Pins & mehr GmbH & Co. KG
Lechstraße 10.8 • 86415 Mering / Germany
Fon: +49 • 8233 • 79312-0
info@pinsundmehr.de • www.pinsundmehr.de

www.pinsundmehr.de

PSI No. 46925 www.pinsundmehr.de

KUNSTSTOFF-ERZEUGNISSE / INJECTION MOUDED PLASTIC PRODUCTS

Made in Germany

www.promowolsch.de
info@promowolsch.de

PROMOWOLSCH
The customer factory

PSI No. 44724 www.promowolsch.de

BÜROBEDARF / OFFICE SUPPLIES

STOP Datenklau!
KONTAKTLOS
AUSWEISE

Document Safe® –
Schutzhüllen gegen Datendiebstahl

Hüllen zum Schutz vor unbefugtem Auslesen der persönlichen und biometrischen Daten. Für Karten mit RFID/NFC-Funkchip, wie z.B. ePerso, Zutrittskarten, Ausweise etc. Höchstmögliche Abschirmung durch dünne flexible und reißfeste Spezialfolie.

Art.-Nr. 3270 800

VELOFLEX
Weitere Schutzhüllen gegen Datendiebstahl finden Sie unter www.veloflex.de

www.veloflex.de

PSI No. 43385 www.veloflex.de

KALENDER / CALENDARS



DIE KALENDERWELT
 Bildkalender | Organisationskalender
 Terminkalender | Notizbücher

Arti Kalender & Promotion Service GmbH
 Carl-Bertelsmann-Straße 161 K | 33311 Gütersloh
 Tel.: +495241 80-88899 | Fax: +495241 80-9525
 info@arti-group.de | www.arti-group.de



PSI No. 40661

www.arti-group.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
 PSI Supplier Finder 1/2015 oder online
 in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

FEUERZEUGE / LIGHTER



LIGHTER
 IN PROGRESS
 Design & Promotion 2015

KP Plattner
www.kp-plattner.at

PSI No. 41565

www.kp-plattner.at

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
 PSI Supplier Finder 1/2015 oder online
 in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

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



Nicht nur einfach
 Fußmatten -
 Werbematten mit
 farbenfrohen Designs.
 Wir bringen Farbe ins
 Spiel!

KLEEN-TEX
 FOR PROMOTION
promotion@kleen-tex.eu

PSI No.43358

www.promotion-mats.eu

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



harman/kardon | AKG | yurbuds | JBL

Autorisierter Vertriebspartner des Werbeartikelgroßhandels:

HEKA Werbeartikel GmbH
 Daimlerstraße 19 • 74196 Neuenstadt
 0 7139 / 48 48 - 0
info@heka-werbeartikel.de

HEKA
 Werbeartikel GmbH

www.heka-werbeartikel.de

PSI No. 43064

www.heka-werbeartikel.de

SÜSSWAREN / SWEETS

Kuchen im Glas
 Backmischung
 BonBon im Glas
 Liköransätze
 & mehr



www.mathilda-glaskuchen.de
info@mathilda-glaskuchen.de

PSI No. 48728

www.mathilda-glaskuchen.de



Avenue
 MOBILE
 MUST-HAVES

www.pfconcept.com

PSI No. 40972

www.pfconcept.com

TASCHEN / BAGS

Die Alternative für LKW Planentaschen
Exklusivvertrieb über den Werbemittelhandel

PSI No. 48336

www.trendbagz.com

SPIELWAREN / TOYS

mic-o-mic
3D construction kit

- ✓ Eyecatcher auf jedem Schreibtisch
- ✓ Idealer Werbeträger
- ✓ Werbeanbringung an verschiedenen Positionen möglich
- ✓ Eigene Farbstellung und Verpackung schon ab kleinen Chargen umsetzbar

mic-o-mic.com
Schäfer Toy Company GmbH • info@schaefer toys.de • Tel. 02684 / 95 70 13

PSI No. 46903

www.spm-marketing.de

BAUMWOLLTASCHEN / COTTON BAGS

STUTZ & FISCHER GMBH

- Baumwolltaschen
- Non-Woven-Taschen
- Schürzen
- BW-Beutel
- Kordelzugbeutel
- BW-Rucksack

Fischer-Import GmbH

WERBEARTIKEL

Tel.: 095 71-9 47 90 47
Fax: 095 71-9 47 90 48
verkauf@fischer-import.de
www.stutz-fischer-gmbh.de
Alte Coburger Str. 13 • 96215 Lichtenfels

Fordern Sie bitte den Hauptkatalog an!

PSI No. 42320

www.fischer-import.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 1/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

WANDKARTEN / WALL MAPS

STIEFEL
KREATIVE WERBETRÄGER A LA CARTE

- › 30 europäische Staaten
- › Einzeldarstellung der Länder
- › die wichtigsten Städte
- › PLZ Bereiche
- › Vorwahlverzeichnis der Länder
- › im Format DIN A4
- › für den schnellen Überblick

PLZ-ATLAS
EUROPÄISCHE LÄNDER

STIEFEL
KREATIVE WERBETRÄGER A LA CARTE
Wankel-Ring 13 • 85101 Lenting • www.stiefel-online.de
Tel.: +49 (0)84 56 92 43 00
E-Mail: info@stiefel-online.de • www.stiefel-online.de

PSI MESSE
STAND 11119

PSI No. 43567

www.stiefel-online.de

REGENSCHIRME / UMBRELLAS

PREMIUMQUALITÄT ZUM BUDGETPREIS

MAXX® Active und MAXX® City

- Automatik-Funktion
- In 6 bzw. 8 Trendfarben
- Windproof
- Mehrfarbig bedruckbar im
- Fiberglasendspeichen
- hauseigenen Druckzentrum
- Holzgriff
- Lieferzeit wenige Tage

STRIMAXX & FRIENDS GmbH • Vertriebsbüro Hamburg
Alte Holstenstraße 22 • DE-21031 Hamburg • T +49 (0)40-739 2668 20
info@strimaxx.de • www.strimaxx.de

PSI No. 48720

www.strimaxx.de

SONDERANFERTIGUNGEN / CUSTOM MADE ARTICLES

Was schenke ich Jemandem, der eigentlich alles hat?

Erleben Sie die Präzision 3D-Werbemittel Evo. • Di Einzelstück oder Grossaufgabe • Das Rundum-Sonjas Paket für Sie

Laserepox GmbH
100 St. Sankt-Philipp-Platz • 10119 Berlin
Tel. 030 31 370 100 00
E-Mail: info@laserpox.de
www.laserpox.de

LASERPIX
Laser-Präzisions-Druckerei

PSI No. 49291

www.laserpox.de

VALINA
INNOVATIVE PROMOTIONAL PRODUCTS

ÜBERRASCHEND ANDERS **NEU**

Das Glückslicht - Streuartikel mit Zufallszitat
 Individuelle Etiketten und Zitate möglich

Glückslicht - Adventskranzdose

WEITERE PRODUKTE UNTER: VALINA.DE +++ KONTAKT: INFO@VALINA.DE

PSI No. 49558 www.kreitmeier-valina.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
 PSI Supplier Finder 1/2015 oder online
 in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

TASCHENMESSER / POCKET KNIFE

Multifunktional

PUMA TEC Multitool

- 9 Werkzeuge
- Nylon-Etui
- Geschenkbox

Nr. 300200

C. JUL. HERBERTZ GMBH www.Herbertz-solingen.de

PSI No. 41275 www.cjherbertz.de

MASSBÄNDER / MEASURING TAPES

meterex
 germany since 1920

magnetmeter
 Der längste Taschenmagnet der Welt!

meterex@meterex.com
www.meterex.com

PSI No. 41836 www.meterex.com

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

WIR ZAUBERN **FARBE**
 AUF IHRE PRODUKTE

- Siebdruck
- Tampondruck
- Lohndruck

Zertifiziert nach
 DIN EN ISO 9001:2008

Signum
 Siebdruck-Tampondruck GmbH

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

www.signum-druck.de

PSI No. 42880 www.signum-druck.de

Laserstrahl trifft Werbemittel
 und hinterlässt bleibenden
 Eindruck!

Wir fertigen Gravuren und Veredelungen auf
 nahezu allen Materialien und Produkten.
 Mehr Individualität geht nicht.

LASERSTERN.DE
 Beuth IT Service | Tel. 08336 8004352 | info@laserstern.de

PSI No. 49554 www.laserstern.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
 PSI Supplier Finder 1/2015 oder online
 in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

KLEINANZEIGENPREISE / CLASSIFIEDS PRICES

Format	Größe (B x H)	s/w Preis	4c Preis
1/4 Seite	90 x 127 mm	799,-	999,-
1/8 Seite	90 x 61 mm	255,-	319,-
1/16 Seite	90 x 28 mm	199,-	249,-
1/32 Seite	42 x 28 mm	99,-	125,-
Rubrik Stellenangebote / Rubric Job Offers			
1/4 Seite	90 x 127 mm		205,-

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

Sie suchen schnellen, flexiblen & persönlichen Service?

Seit 15 Jahren machen wir
„Werbung aus Leidenschaft!“



- Werbemittel Groß- & Einzelhandel
- Gastronomiewerbung
- individueller Gastronomiebedarf
- Personalisierung & Veredelung von Buttons, Geschenk- & Werbeartikeln in eigener Manufaktur

innovative Werbeideen - Ulrich Kortenjan
Caldeloerweg 9 • 48165 Münster / Westf.
Fon: 02501 9732 804 • Fax 02501 9732 809
www.innovative-Werbeideen.com

PSI No. 16669

www.innovative-werbeideen.com



Profitieren Sie von unserer mehr als 25 jährigen Erfahrung in der Herstellung von Werbebällen !

ballprint Hamburg/Germany

www.ballprint.de

info@ballprint.de

(+49)40/30059139

PSI No. 48636

www.ballprint.de

PORZELLAN - GLAS - DRUCK
KÖSSINGER
Aktiengesellschaft
DER WERBEARTIKEL-SPEZIALIST

PSI No. 42087

www.koessingerag.de

TEXTILDROCK **WERBEMITTEL**

fabuprint

Für Sie machen wir Druck!

WM-32 Beispielabbildung

	100	288	1728	3456
WM-32 Red/White	0,35 €	0,33 €	0,30 €	0,25 €
Druckkosten 1-farbig	0,45 €	0,38 €	0,28 €	0,26 €

Einmalige Drucknebenkosten:
Filmkosten: 15 € / netto pro Druckfarbe (Filmkosten entfallen bei unverändertem Nachauftrag)
Siebkosten: 21 € / netto pro Druckfarbe (Siebe werden nach Auftragsende geölt)

ab 0,52 Euro inkl. Siebdruck

Achtung: Nikoausmützen mit Textilveredelung sind nicht waschbar. Der Druck verblasst nach einiger Zeit.

Textildruck für höchste Ansprüche!

FABU-Print GmbH & Co. KG | Meinbergstr. 69 | 44269 Dortmund
Tel.: 0231-228 193-0 | info@fabuprint.de | www.fabuprint.de

PSI No. 16618

www.fabuprint.de

EM PRODUKTE / FANARTIKEL / EUROPEAN CUP PRODUCTS / FAN MERCHANDISE

GÖRENLER

We Care Our Fans...

CONFIDENCE IN TEXTILES
Tested for harmful substances according to Oeko-Tex® Standard 100

BSCI Business Social Compliance Initiative

Sedex 4-Pillar

Fan Products Responsibly Made in Turkey

info@gorenler.com (ENG) sales@gorenler.com (ENG)
marketing@gorenler.com (DE) stephanie@gorenler.com (FR)
www.gorenler.com

PSI No. 46517

www.gorenler.com

BIERFASS IN IHREM FIRMEN-DESIGN!

EM-TIPP: FUSSBALL-BIERFASS

Westerwald-Brauerei H. Schneider GmbH & Co. KG | 57627 Hachenburg
Tel.: +49 (0) 26 62 / 8 08 - 39 | www.hachenburger.de

PSI No. 49362

www.hachenburger.de

rastal

Winner Trophy

Mittendrin statt nur dabei!

www.rastal-promotion.com

PSI No. 41829

www.rastal.com

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk PSI Supplier Finder 1/2015 oder online in unserem PSI Product Finder www.psiproductfinder.de

Fußballplaner zur EM 2016



- Wandplaner
- Faltpplaner
- Broschüre
- Z-Planer

in.takt
musik | medien | marketing

Fon 02381 30703-0

www.planer-em-2016.de

PSI No. 45228

www.intakt-media.de

**WAS
IST
WAS**

Tooor!

Junior

4-7
Jahre

Entdecken · Spielen
Lesen · Lernen



20 Seiten, Hardcover

TESSLOFF MedienVertrieb GmbH & Co. KG
Tel.: 0911/ 39906 970
tessloffmedien@tessloff.com • www.tessloff.com

TESSLOFF
MedienVertrieb

PSI No. 48161

www.tessloff.com

UNTERNEHMENSVERKÄUFE / BUSINESS FOR SALE

Nachfolger/in gesucht

28 Jahre Handel mit Werbe- und Repräsentationsartikel, bundesweit mit **1300 Kunden**. 80% unserer Kunden sind langjährige Stammkunden aus der Metallindustrie, Pflege-Einrichtungen & Kliniken, Kommunen, Ämter, Vereine u. Verbände, Banken, Hilfsorganisationen, Universitäten, Baustoffe, Energieversorger, Tagungen & Seminare, Communication, Marketing & Werbung, Bad-Heizung-Umwelttechnik, Bayer, Städte- u. Gemeindetag, Apotheken, Tourismus, Elektro & Netzwerktechnik, Polizei, Abfallwirtschaft, Parteien, Techn. Gerätebau, Werkzeugbau, Autohäuser, Anlagenbau, Büchereien, Medizin-Elektronik, Zweckverbände, Verbände, Spediteure, Dt. Rentenversicherung, Hotel- u. Gaststätten, Fahrzeugbau, Fördervereine, u.v.m.

Die Umsätze werden mittels Showroom, Internetshop, Newsletter, Telefon-Verkaufsteam und Außendienst-Mitarbeiter generiert. Ertragswert 1.021.000 Euro.

Vorzugsweise Komplettübernahme mit Bürogebäude

BJ 2008, in Oberfranken, bevorzugter Standort an der in A9. Einstieg in einen laufenden und gut funktionierenden Betrieb, Grundstück 2500 m², 50 Parkplätze, mit viel Platz für Events, Nutzfläche 494 m², 15 Büroräume, dekorativer Showroom, Tagungsraum, Lagerräume 85m², Lasergravurtechnik, Klimaanlage, Brauchwasserspeicher Geschäfte u. Gastronomie in unmittelbarer Nähe.

Denkbar wäre auch ein **Verkauf des Unternehmens ohne Immobilie**, das Unternehmen kann an jedem x-beliebigen Ort fortgeführt werden.

Wir freuen uns auf Ihre Vorschläge (Finanzierung, Mietkauf, etc.). Bei Interesse, Zuschriften bitte an:

PSI Journal
Chiffre Nr.: 2015080901
Völklinger Str. 4
40219 Düsseldorf
verlag@psi-network.de

STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS



MISSION POSSIBLE

Als einer der führenden Anbieter in Deutschland, konzipiert und liefert TRIK Werbeartikel, Print- und Merchandisingprodukte für namhafte Unternehmen und Marken. Vom Standardartikel bis zur ausgefallenen, kampagnenbezogenen Sonderanfertigung stehen Kreativität und Kompetenz bei TRIK im Fokus.

Zum nächstmöglichen Termin suchen wir zur Verstärkung unseres Teams eine(n)

KUNDENBERATER/IN
für den Verkauf von Werbeartikeln

SACHBEARBEITER/IN
Auftragsabwicklung (Import)

VERTRIEBSINNENDIENSTLER/IN
für den Verkauf von Werbeartikeln

Als **KUNDENBERATER/IN** betreuen Sie unsere Bestandskunden und bauen das Werbeartikel-Geschäft durch Neukunden-Akquise und Reaktivierung ehemaliger Kunden stetig weiter aus. Sie sind leidenschaftliche/r Verkäufer/in und in der Lage, nicht nur Produkte sondern kreative, strategische Werbeartikelkonzepte und Kampagnen zu verkaufen.

Als **SACHBEARBEITER/IN** managen Sie den kompletten Prozess der Werbeartikel-Beschaffung, vorwiegend im Fernost-Import. Sie gehen ergebnisorientiert vor und haben Kosten, Termine und Qualität immer im Blick – von der Anfrage und Auswahl der Lieferanten über Einkaufs- und Vertragsverhandlungen sowie der Produktionsüberwachung, Verschiffung und Verzollung.

Als **VERTRIEBSINNENDIENSTLER/IN** haben Sie die Kundenzufriedenheit stets im Blick und stehen ihnen beratend zur Seite. Die Erstellung von Präsentationen und Produktvorschlägen gehören genauso wie die Preiskalkulation und Angebotserstellung auf Basis der Produkt- sowie Lieferantenauswahl und -bewertung zu Ihren Aufgaben.

SIE VERFÜGEN ÜBER:

- abgeschlossene kaufmännische Berufsausbildung oder Hochschulstudium
- idealerweise Erfahrung in der Werbeartikel -Branche
- sehr gute Englisch- und MS-Office-Kenntnisse
- hohe Einsatz- und Verantwortungsbereitschaft, Kreativität und Ehrgeiz
- Freude an der Arbeit im Team und Humor auch am Ende des Tages

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

Bitte senden Sie Ihre Bewerbung mit komplettem Lebenslauf und Zeugnissen unter Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermins und Ihrer Gehaltsvorstellung bevorzugt digital an: job@trik.de

TRIK Produktionsmanagement GmbH • Königstraße 2 • 14163 Berlin • info@trik.de
+49 30 81 456 32-0 • www.trik.de

S&P | Werbeartikel

KREATIVITÄT FÜR IHREN ERFOLG

Mit Werbeartikeln Kunden begeistern

S&P Werbeartikel ist seit 1988 vertrauensvoller Händler und Berater für Mittelständische Unternehmen bis hin zu Großkonzernen. Zur qualitativen Betreuung unseres stetig wachsenden Kundenstamms suchen wir zum nächstmöglichen Zeitpunkt ein neues Team-Mitglied als

KEY ACCOUNT MANAGER/IN

IM INNEN- UND AUSSENDIENST

Ihre Aufgaben:

- Betreuung und Ausbau des bestehenden Kundenstamms
- Ganzheitliche Projektbetreuung von der Idee bis zum Auftrag
- Präsentation von S&P in Kundenterminen
- Projektbezogene Einkaufsverhandlungen mit Lieferanten

Sie sollten mitbringen:

- Kaufm. oder gleichwertige Ausbildung im Marketing-Vertrieb
- Hands-On Mentalität, proaktives Arbeiten sowie Teamfähigkeit
- Neugierde auf Menschen, Unternehmen und Werbung
- Verhandlungssicherheit im Kundengespräch
- Mehrjährige Erfahrungen im Werbeartikel-Vertrieb
- PKW-Führerschein

Wir freuen uns auf Ihre Bewerbungsunterlagen:

S&P Werbeartikel GmbH
Daniel Meffert – Persönlich –
Hauptstraße 105, 40668 Meerbusch
d.meffert@sp-werbeartikel.de



Neue Zielgruppen im Blick

IHR KONTAKT IN DIE PBS-BRANCHE:

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

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

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

BEI FRAGEN STEHEN WIR GERNE ZUR VERFÜGUNG:

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

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

INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	INSERENT / ADVERTISER	SEITE / PAGE			
42299	adamo design GmbH	039	40660	PF Concept Deutschland GmbH	031
45495	Art di Como Design GmbH	067	46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	104
45895	Artihove Regina B.V	083	48564	PLUS Europe GmbH	031, 079, 099
41169	ASS Spielkartenfabrik Altenburg GmbH	043	42332	prodire S.A.	001
48636	ballprint gmbh	096, 108	41829	Rastal GmbH & Co. KG	095, 108
49554	Beuth IT Service - Laserstern.de	107		Reed Exhibitions Deutschland GmbH	052+053, 034, 050, 068, 078, 091, U3
45767	Bottle Promotions a Tacx International Company	107	PSI Partner	Verlag Rheinland Media & Kommunikation GmbH	115
45452	CD-LUX GmbH	033	49018	Michael Schiffer Promotion GmbH	018
40511	Clipper B.V. - IGO-POST GmbH	037	42880	Signum Siebdruck - Tampondruck GmbH	075, 107
PSI Partner	Magazine CImag	103	46903	SPM Schäfer Promotion Marketing GmbH	043
42819	Gustav Daiber GmbH	005+007	4787	S & P Werbeartikel GmbH	109
PSI Partner	Der Siebdruck	081	49564	STARK GmbH	U4
41857	EUROSTYLE- Emil Kreher GmbH & Co.KG	079	45341	Stereo Holland-Gebäck GmbH	035
16618	FABU-Print GmbH & Co. KG	108	45328	Stilolinea Srl	104
43144	FARE - GUENTHER FASSBENDER GmbH	041	48720	Strimaxx & Friends GmbH	073, 106
42320	Fischer-Import GmbH	106	PSI Partner	Terra Institute GmbH	101
46517	Görenler A.S.	093, 108	48161	Tessloff Medienvertrieb GmbH & Co. KG	094, 109
470860	GRUPPE DREI GmbH Schwarzwald	097	44970	TRIGON Deutschland GmbH	003
45666	Halfar System GmbH	047	45741	TRIK Produktionsmanagement GmbH	109
44954	happyROSS GmbH	085	43385	VELOFLEX Carsten Thormählen GmbH & Co.	104
41275	C. Jul. Herberitz GmbH	107	PSI Partner	Verlag Chmielorz GmbH -	110
42907	Inspirion GmbH	049	49362	Westerwald - Brauerei H. Schneider GmbH & Co. KG	108
45228	in.takt musik und media marketing GmbH	095, 109	49055	w&v werben und verkaufen Europa-Fachpresse-Verlag	059
48639	Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co. KG	077	47395	Zwilling J. A. Henckels AG	U2
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	071		Beilagen / Inserts (*Teilaufgabe / Part circulation)	
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH	105	48291	JH Innovations GmbH	*
41794	Karl Knauer KG	051	42020	MBW Vertriebsges. mbH	*
43765	Listawood Promotional Products Ltd	035		Reed Exhibitions Deutschland GmbH	*
49017	Marzipan Books Ltd.	069	47186	TLN Trade Company GmbH	*
48728	Mathilda Kuchen im Glas	105	41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	
45974	Multiflower GmbH	075	49362	Westerwald - Brauerei H. Schneider GmbH & Co. KG	*
44367	New Wave GmbH	045			

TOP-PRODUKTTHEMEN IM PSI JOURNAL

HoHoHo – Weihnachten steht vor der Tür! Folglich gehören Ihre Präsentsets, Verpackungen und Veredelungen im Dezember Journal auf den redaktionellen Gabentisch.



**„Präsentsets, Verpackungen“
und „Veredelung und Technik“**
Redaktionsschluss: 16.10.2015
Anzeigenschluss: 6.11.2015 **Dez.**

„Messeneuheiten PSI 2016“
Redaktionsschluss: 6.11.2015
Anzeigenschluss: 16.11.2015 **Jan.**

**„Fanartikel, Sport und Freizeit“
und „Kalender, Uhren, Messgeräte“**
Redaktionsschluss: 16.12.2015
Anzeigenschluss: 5.1.2016 **Feb.**

**„Mode, Caps und Accessoires“
und „Taschen, Gepäck und Reise“**
Redaktionsschluss: 15.1.2016
Anzeigenschluss: 5.2.2016 **Mär.**

**„Schreibgeräte und Büro“ und
„Nachhaltige und zertifizierte Produkte“**
Redaktionsschluss: 19.2.2016
Anzeigenschluss: 4.3.2016 **Apr.**



PSI JOURNAL

NACHHALTIGKEIT LOHNT SICH

Das Cross-Media Sales Team des PSI berät Sie jederzeit gerne.

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

PSI HÄNDLERSEMINAR ZU ONLINEMARKETING

Der neue, exklusiv für PSI Händlermitglieder veranstaltete Workshop „Wie nutze ich das Onlinemedium richtig“ feiert am 22. Oktober 2015 in Düsseldorf Premiere. Die erfahrenen Referenten Mario Lovecchio und Alexander Romppel stellen an diesem Tag die digitale Kommunikation in den Mittelpunkt des auf



Mario Lovecchio

15 Teilnehmer begrenzten Workshops, der sich mit Onlinemarketing, Kundengewinnung und Kundenbindung über das Internet als feste Bestandteile des Vertriebs befasst. Wie auch „kleine“ Werbeartikelhändler ohne große Budgets mit relativ einfachen und zeitsparenden Mitteln den Grundstein für effektives Onlinemarketing legen können, vermittelt der Workshop in konzentrierter Form.

„Onlinemarketing für Werbeartikelhändler“

• 22. Oktober 2015, Düsseldorf, 10-17 Uhr

Wer mehr zu den Fortbildungsveranstaltungen erfahren möchte, wendet sich bitte an Sarina Peters vom PSI, Telefon: 0211 90191-152. Weitere Informationen sind ebenfalls zu finden unter: www.psi-network.de/psi_institute <

BESUCHERMARKETING LEICHT GEMACHT

Mit einem Knopfdruck wissen, wer der Besucher am Messestand ist – das und noch vieles mehr ermöglichen die Leadmanagement-Lösungen zur Besuchererfassung von Scan2Lead. Mit Scan2Lead lassen sich komfortabel die Interessen der Messebesucher erfassen und Gesprächsnotizen direkt in die App diktieren. <

Die Vorteile im Überblick:

- Schnell: Live-Daten erscheinen sofort auf dem Endgerät!
- Präzise: Das persönliche Web-Portal sammelt alle Daten, die sofort abgerufen werden können.
- Komfortabel: Unmittelbare Ergänzungen wie TAGs, Gesprächsnotizen und Bilder sind möglich.
- Vielfältig: Es können diverse Auswertungen vorgenommen werden, zum Beispiel Unique Scans, Ländersortierung.

IENA KOOPERIERT AUCH 2015 WIEDER MIT PSI

Die iENA ist seit 67 Jahren die internationale Drehscheibe für die Vermarktung von Erfindungen und Plattform für hochwertige Kontakte zwischen Erfindern und Vertretern aus Industrie und Wirtschaft. Im Vorjahr stellten Erfinder aus 30 Ländern rund 700 Erfindungen auf der Fachmesse vor. In diesem Jahr wird die Internationalität noch einmal ausgebaut: Zum ersten Mal ist Polen Partner der iENA.

Fachliche Höhepunkte der Erfindermesse sind das **iENA-Innovationsseminar** (30. Oktober) und das **iENA-Symposium** (31. Oktober).

Das **Innovationsseminar** beschäftigt sich mit „Strategien des Innovationsmanagements – Neue Produkte und Prozesse generieren und implementieren“. Dazu informieren IHKs, Hochschulen und Vertreter der Wirtschaft.

Das **iENA-Symposium** greift das Seminarthema auf und konzentriert sich auf den Aspekt: „Mit der Idee zum Erfolg – Erfinden und zum Unternehmer werden“.

Auch 2015 wird die im Jahr 2011 vereinbarte Kooperation zwischen der iENA Nürnberg und der führenden europäischen Fachmesse für Werbeartikel PSI Düsseldorf fortgesetzt. Die



bewährte Zusammenarbeit hat das Ziel, Erfindungen und Produktneuheiten zu fördern, die das Potential zum Werbeartikel haben. Geeignete Erfindungen der iENA wurden bereits in den vergangenen Jahren mit großem Erfolg auf der PSI in Düsseldorf in der HALLE13-Area gezeigt. Das wird auch auf der PSI 2016 wieder der Fall sein. Übrigens: An der iENA 2015 interessierte PSI Mitglieder können über das PSI Freitickets erhalten. <



Neue Mitglieder New Members

PSI Journal 10/2015

www.psi-network.de

Wir freuen uns über folgende neue Mitglieder im PSI Netzwerk /
We are looking forward to welcoming the following new members
to the PSI network

PSI Händler / Distributor

PSI No. 16631

Art4m Design & Promotion AB

Götgatan 48
11826 STOCKHOLM, SWEDEN
Tel.: +46-8-7202820
Fax: +46-8-54620882
E-Mail: info@art4m.se
Web: www.art4m.se

Art4m Design & Promotion AB is designing, trading and marketing promotional products and corporate clothing to companies as a vital part of their market communication. Our clients are companies and public organisations, mainly in Sweden. Our offer includes the entire value chain, from guidance and information to creative brainstorming, design, artwork handling, production and distribution. Art4m („artform“) combines decades of trade experience with solid competence in project- and production managing, art direction, design and web development.

PSI No. 16613

Brafo Werbeartikel und Ideen - Florian Brandlmeier

Ahrainer Straße 2
84051 Essenbach, GERMANY
Tel.: +49-(0)-8703-98 92 530
Fax: +49-(0)-8703-98 92 535
E-Mail: info@brafo-werbeartikel.de
Web: www.brafo-werbeartikel.de

Bitte besuchen Sie unser Profil (PSI Nr. 16613) im PSI Product Finder 2.0!

Please visit our profile (PSI No. 16613) within the PSI Product Finder 2.0!

www.psiproductfinder.de/haendlersuche

PSI No. 16638

DK Workwear GmbH

Sebastian Kohlgasse 3-9
1210 WIEN, AUSTRIA
Tel.: +43-1-8906501
Fax: +43-1-89065012
E-Mail: kontakt@dk-workwear.at
Web: www.dk-workwear.at

Bitte besuchen Sie unser Profil (PSI Nr. 16638) im PSI Product Finder 2.0!

Please visit our profile (PSI No. 16638) within the PSI Product Finder 2.0!

www.psiproductfinder.de/haendlersuche

PSI Lieferanten / Supplier

PSI No. 49587

DRESSCUE GmbH

Brunsbüttler Damm 448
13591 Berlin, Germany
Tel.: +49-(0)-30-36 75 85 171
E-Mail: evelin.rakelmann@dresscue.de
Web: www.dresscue.de

Corporate Fashion, textile Werbe- & Promotionartikel: DRESSCUE ist Spezialist für individuelle Sonderproduktionen sowie Veredelung und Branding von Standardware. 10 Mio. ausgelieferte Einzelteile seit 1996. Top Qualität & bester Service - darauf vertrauen mehr als 350 namenhafte Kunden europaweit.

PSI No. 49563

Trendy Sport GmbH & Co.KG

Am Erberslohe 15-17
91154 Roth-Eckersmühlen, GERMANY
Tel.: +49-(0)-9171-975630
Fax: +49-(0)-9171-975635
E-Mail: psi-trendysport@online.de
Web: www.trendy-sport.de



TrendySport GmbH & Co. KG ist schon seit vielen Jahren als Spezialist für hochwertige Gymnastik- und Yogamatten bekannt. Werbeaufdrucke in Deutschland produziert oder aus unserem Werk in Fernost, sind sowohl auf den verschiedenen Gymnastikartikeln als auch in den Anleitungen möglich und die Mattenfarben im Standard oder als Sonderfarbe frei wählbar. Hinsichtlich Qualität und Sicherheit werden alle Trendy Produkte nach Bundesdeutschen- und EU Standards produziert, was hinsichtlich des neuen Produktsicherheitsgesetzes immer größere Bedeutung hat. Themen rund um die Gesundheit und Wohlbefinden sowie Fitness finden bei Trendy Sport Ihre Heimat.

PSI No. 49557

wm druckarena GmbH

Große Brunnenstraße 61
06114 Halle/Saale, GERMANY
Tel.: +49-(0)-3 45-20 91 312
Fax: +49-(0)-32 12-93 76 527
E-Mail: info@wm-druckarena.de
Web: www.wm-druckarena.de

Bitte besuchen Sie unser Profil (PSI Nr. 49557) im PSI Product Finder 2.0!

Please visit our profile (PSI No. 49557) within the PSI Product Finder 2.0!

www.psiproductfinder.de

STIMMUNGSBILD DER EUROPÄISCHEN BRANCHE

Nach wirtschaftlich herausfordernden Jahren, verbunden mit einem strukturellen Wandel der Branche, zeigt sich die Werbeartikelwirtschaft Europas wieder optimistisch, wenn auch nicht euphorisch. Glücklicherweise können wir der Branche mehrmals im Jahr europaweit ein Stimmungsbild und eine Standortbestimmung geben. Das PSI Branchenbarometer ermittelt repräsentativ ihre konjunkturelle Lage – heruntergebrochen bis auf Länderebene. Dabei wird erstmals auch die Struktur unseres Wirtschaftszweiges transparent.

So hat sich trotz einer Konsolidierung beim Handel die Zahl der Kleinstunter-

nehmen nicht reduziert. Alleine in Deutschland haben 63 Prozent der Unternehmen einen Umsatz von unter einer Million Euro. Bei den Lieferanten sind es 40 Prozent. Hier wird offensichtlich in kleinerem Umfang importiert. Konjunkturell geht es nach oben. 56 Prozent der Händler melden ein Umsatzwachstum. Das ist im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 7 Prozent. Mit 69 Prozent Umsatzzuwachs ist auch den Lieferanten ein großer Schritt nach vorn gelungen. Regional prognostizieren die Forecasts den Lieferanten Zuwächse nicht nur in West-Europa, sondern auch in Polen und im russischen Markt. Aufgrund der schwierigen politi-

schen Lage ist das Wachstum in Russland mittelfristig zu sehen. Im letzten PSI Branchenbarometer zeigte sich auch sehr deutlich, dass der Beratungsleistung im Geschäft mit dem Industriekunden größere Bedeutung beigemessen wird. Auch das Thema Nachhaltigkeit spielt eine immer wichtigere Rolle.

Die aktive Nutzung dieser marktrelevanten Daten steigert die Professionalität der Branche und hilft den einzelnen Unternehmen, ihre Strategien durch empirische Daten zu untermauern. Sie als PSI Mitglied erhalten das PSI Branchenbarometer exklusiv und kostenfrei. Erhältlich ist es über www.psi-network.de.



» Das PSI Branchenbarometer: marktrelevante Daten exklusiv und kostenfrei für PSI Mitglieder. «

Es grüßt Sie

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

Innovation und Technik

Internationale Fachzeitschrift für

- **Graviertechnik**
- **Flexografie**
- **Maschinenbau**
- **Werkzeug- und Formenbau**

Mit 123 Erscheinungs-Jahrgängen zählt „Graveur Flexograf“ zu den ältesten Fachzeitschriften weltweit.

Technischer Fortschritt, Veränderungen der Märkte und Herausforderung der Globalisierung bestimmen den wirtschaftlichen Wandel.

Die daraus resultierenden gestiegenen Anforderungen spiegeln sich auch in der Aus- und Weiterbildung wider. Um den neu geschaffenen Berufsbildern Rechnung zu tragen, stellen wir uns seit Januar 1999 mit einem neuen Konzept, erweitertem Informationsspektrum sowie einem neuen Layout unter dem für die neuen Bedürfnisse zugeschnittenen Titel Innovation und Technik dem internationalen Leser.

Innovation und Technik ist – ebenso wie „Graveur Flexograf“ – Sprachrohr für die Berufe Graveure, Flexografen, Maschinenbauer, Werkzeug- und Formenbauer und widmet sich als führende Fachzeitschrift der Branche in Europa noch mehr den Belangen in der Graviertechnik, Flexografie, dem Maschinenbau und dem Werkzeug- und Formenbau.

Schwerpunktbereiche wie Produkte und Verfahren, Technologie, Fertigungstechnik, Oberflächentechnik, Informations- und Kommunikationstechnik, Wirtschaft, Aktuell und Recht sind dabei die tragenden Themensektoren dieses neuen Titels.

Innovation und Technik legt Unternehmen, Entscheidungsträgern, Fachkräften, Studenten und Auszubildenden jeden Monat Informations- und Entscheidungshilfen auf den Tisch – für mehr Erfolg!

Der Herausgeber
Dr. Ulrich Bachmann



Verlag:

Fachverlag Bachmann
Technische Fachzeitschriften



Auf dem Brink 6; D-58762 Altena (Westf.)
Tel.: +49 2352 334885 oder +49 2352 71366
info@fachverlag-bachmann.de | info@innovationundtechnik.de
www.fachverlag-bachmann.de | www.innovationundtechnik.de



NICHT NUR FÜR DIE FREIZEIT

Ein Hobby ist eine Tätigkeit, die der Ausübende freiwillig und regelmäßig betreibt. In der Regel hat ein Hobby auch etwas mit der Leidenschaft für eine Sache zu tun. Für viele (Männer) ist das Auto solch ein Hobby. Auch das Schrauben in der Freizeit gewinnt mehr und mehr an Popularität. „Werkzeug, Hobby, Auto“ ist längst ein großer Markt geworden – wie auch das entsprechende Titelthema der November-Ausgabe zeigt. Ebenfalls großen Absatz finden Artikel aus den Bereichen „(Mobile) Kommunikation und Lifestyle“. Grund genug, diese Produktwelten im zweiten Titelthema ausführlicher zu beleuchten.

Bitte denken Sie schon jetzt an das Produktthema der Ausgabe Dezember mit den Titelthemen „Präsentsets, Verpackungen“ sowie „Veredlung und Technik“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) spätestens bis zum 16. Oktober 2015 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail hoechemer@edit-line.de. <



RÜCKBLICK AUF DIE TREND 2015

Die TREND ist traditionell ein Mix aus Information, Kommunikation und Unterhaltung. Obwohl mittlerweile in ihrem 28. Jahr angelangt ist, steht sie 2015 doch gewissermaßen unter neuen Vorzeichen. Erstmals seit ihrem Bestehen tritt der neu gegründete GWW als Veranstalter auf. Wir werfen einen ausführlichen Blick zurück. <



POLEPOSITION: NACHHALTIGKEIT

Über Nachhaltigkeit wird viel gesprochen und geschrieben. Allerdings wird auch immer mehr getan. Nicht zuletzt haben Unternehmen in der Branche die Zeichen der Zeit erkannt und verpflichten sich gegenüber nachhaltigen Prinzipien. Ein Praxisbeispiel ist KAHLA Porzellan. Das Thüringer Unternehmen räumt dem Thema einen hohen Stellenwert ein und sagt sogar: Poleposition Nachhaltigkeit. <

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

Chefvom Dienst: Martin Höchemer

Anzeigenverkaufsleitung: Anja Heidbüchel

Objektleitung: Anja Heidbüchel

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.
Ludvine Bastien
Tel.: +34 93 4244000, gpe@gpexpo.com

Türkei: Istexpo
Eylül İngin
Tel.: +90 212 275 8283, eylul@istexpo.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

Layout: Stephan Weiß, Stephan Flommersfeld,
Kerstin Vogtmann, Carlotta Katzer

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

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

Druck: Kössinger AG
D-84069 Schierling

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 48 vom 1. September
2015.

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.

Unsere Referenten



Michael Mätzener

promoFACTS gmbh



Mario Lovecchio

Identity Based Social
Marketing by acm europe
GmbH



Alexander Rompper

IWM-Institut für werte-
zentriertes Management
an der HfWU (Hochschule f.
Wirtschaft u.Umwelt)

PSI SEMINARE IM HERBST

Wir freuen uns
auf Ihre Teilnahme!

DER WERBEARTIKEL IM MARKETING-MIX

Lernen Sie das Werbeartikel-Briefing Ihres Kunden noch besser in den Marketing Mix oder Kampagnen einzubinden.

10.11.2015	München	promoFACTS gmbh	Michael Mätzener
17.11.2015	Olten, CH	promoFACTS gmbh	Michael Mätzener
24.11.2015	Düsseldorf	promoFACTS gmbh	Michael Mätzener

Durch die Theorie und einem **praxisorientierten Workshop**, erhalten Sie an einem Tag praktisches Wissen, das Sie am nächsten Tag in die Praxis umsetzen können. So steigern Sie Ihre Effizienz und Effektivität.

ONLINE MARKETING FÜR WERBEARTIKELHÄNDLER

Wie nutze ich online Medien für mein Geschäft am besten?

22.10.2015	Düsseldorf	Identity Based Social Marketing	Mario Lovecchio und Alexander Rompper
------------	------------	---------------------------------	---------------------------------------

Das Thema Online Marketing und Kundengewinnung über das Internet ist in aller Munde. Doch setzen Sie als Händler dieses Medium für die Kundenakquise richtig ein?



Preisliste als PDF unter:
<http://stark-ps.de/DeineMarke>



1,95 €
 pro Stück
 zzgl. MwSt.
 Bereits ab 42 Flaschen

MACH ES ZU DEINEM PRODUKT

REINIGUNGS- UND PFLEGE- PRODUKTE IN DEINEM DESIGN

AM BEISPIEL „SCHEIBENREINIGER“

- Cockpitpflege
- Insektenentferner
- Felgenreiniger
- Scheibenreiniger
- Reifen- und Kunststoffpflege
- Hochglanzpolitur
- Displayreiniger
- Fahrradreiniger
- uvm.



AB 1 STÜCK IM STARK ODER D&W-SEXY DESIGN



STARK GMBH
 KAGERSER HAUPTSTRASSE 22
 94315 STRAUBING / GERMANY
 TEL.: +49 (0) 9421 703817-0
 FAX: +49 (0) 9421 703817-99
 INFO@STARK-PS.DE
 WWW.STARK-PS.DE