Düsseldorf · G-30212
Internationales Magazin
für Werbeartikel

APRIL 2016
55. Jahrgang

PSI JOURNAL

Stephanie Azizi
Die Becherfabrik
To go als Lebensphilosophie

Werbeartikel-Guide
Schreibgeräte und Büro
Nachhaltige Produkte

PSI FIRST
Innovationen als echte Bereicherung

Tie Solution
Aparte Accessoires

K+M Werbemittelmesse
Gemeinsam zum Erfolg

12. Bartenbach Werbemitteltag
Jahrmarkt der Ideen

KREDITVERGABEPRAXIS
BANKEN WOLLEN MEHR TRANSPARENZ

Clipy®
Auto-Sonnenschutz
Das ganze Jahr lang
Wir stellen alle Modelle seit 1987
Auto-Sonnenschutz
Kompakter
COMPACT
130X70CM
SUPER COMPACT
130X72CM
Auto-Sonnenschutz
Aluminum
WINTER-SHIELD
175X70CM
MUTUAMADRILEÑA
WINTER
SOMMER
JUMBO
130X70CM
Auto-Sonnenschutz
Side
TEXTIL
STATIC
www.clipy.com
+34 913 605 650 | info@clipy.com

EDITORIAL
STIMMUNG, MÄRKTE, CHANCEN

Die PSI hat 2016 genau das geschafft, was sie idealerweise immer schaffen soll. Sie hat die Stimmung im Markt beflügelt und das trägt erfahrungsgemäß über die ersten Monate des Jahres. Deshalb wünschen viele Branchen die Platzierung ihrer Leitmesse in den ersten Wochen des Jahres. Natürlich gelingt dieser Stimmungsauftakt nur, wenn die Märkte dies erlauben und auch schon im Vorjahr fühlbar gelebt haben. 2015 konnten laut PSI Branchenbarometer 65 Prozent der Marktteilnehmer in Europa steigende Umsätze verzeichnen. Jahresendstimmung also gut. Besonders nach Jahren, die nicht die besten waren. Wen wundert es also, dass über 80 Prozent der Marktteilnehmer dann für 2016 steigende Umsätze von 10 bis 20 Prozent und mehr erwarten. Mutig, wird der eine oder andere sagen.

Manfred Schlösser

Wer aber die Hausmessen der letzten Wochen besucht hat, der wird die gute Stimmung bestätigen. Und bei Hausmessen ist dies unmittelbar fühlbar, denn da sind ja die Industriekunden der Veranstalter vor Ort. Wäre auf dieser Seite keine gute Stimmung und ein ebenso schlechtes Orderverhalten, so würde man bald lange Gesichter sehen – bei Händlern und bei Lieferanten. Studien der Werbewirtschaft sagen für Marketing und Werbung sogar Steigerungsraten von bis zu 30 Prozent voraus. Logisch, dass davon auch ein guter Batzen in die Budgets der Werbeartikelwirtschaft wandert.

Alles gut also? Ja, die Werbeartikelwirtschaft ist wieder auf einem guten Weg. Damit der Anteil der Werbeartikel in den Budgets der Werbetreibenden aber noch größer wird, braucht es mehr Selbstdarstellung unserer Branche und der sie tragenden Unternehmen. Jede Anzeige in Zeitungen ist ein Beweis der Kreativität von Werbeagenturen, genauso wie jeder TV-Spot. Internet und Soziale Netzwerke bieten Ähnliches auf ihre Art.

Auch Werbeartikel sind Zeichen begeisternder Kreativität – in allen Preiskategorien. Die Unternehmen, die diese Artikel-Kreationen möglich machen, treten aber in der Öffentlichkeit kaum auf, allenfalls in Kleinanzeigen, deren Wirkung noch kleiner ist als ihr Format. Wir müssen aber selbst mehr werben: an Hausfassaden, in Zeitschriften, in sozialen Netzwerken und, und, und. Wer Teil der Werbebranche ist, muss dies auch zeigen und leben. Wir sind nicht in erster Linie Händler oder Lieferanten, wir sind Werber. Werbung ist das Ziel unseres Handelns. Und Werber ist man ganz oder gar nicht, besonders im Auftritt. Die gute Zukunft können wir also noch besser machen.

In diesem Sinne

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

Be touched.

New
QS20.

QS.
The new
range
of Peak
and
Pattern
Pens

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

Bei uns ist alles Gold, was glänzt.

Echte Messedaten tragen dieses Zeichen:

FKM ZERTIFIZIERT

Nur mit echten Argumenten punkten. Das ist unser Ziel. 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

BLEIBENDE WERTE 14

Sie stehen für Werbeartikel schlechthin: Schreibgeräte waren und sind die zeitlosen Klassiker auf dem Gebiet der gegenständlichen Werbung. Zusammen mit weiteren werbestarken wie nützlichen Accessoires verbreiten sie das Image des Werbenden überall, wo etwas notiert wird – und sind somit auf gewisse Weise auch nachhaltig. Nachhaltig im wahrsten Sinne sind die Produkte der zweiten Titelstrecke.

TRENDS & BRANDS	Reisefreuden	4
	Der besondere Kick	6
FOKUS	Kreditvergabepraxis: Banken wollen mehr Transparenz	8
	Insolvenzplanverfahren als Chance für Unternehmen	11
SCHREIBGERÄTE UND BÜRO	Bleibende Werte	14
BRANCHE	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	34
	PSI FIRST: Innovationen als echte Bereicherung	38
	K+M Werbemittelmesse: Gemeinsam zum Erfolg	40
	12. Bartenbach Werbemitteltag: Jahrmarkt der Ideen	42
NACHHALTIGE UND ZERTIFIZIERTE PRODUKTE	Mit Verantwortung werben	44
UNTERNEHMEN	Tie Solution GmbH: Aparte Accessoires	62
	die becherfabrik: To go ist eine Lebensphilosophie	64
NEU AM MARKT	Werbeartikel-Innovationen	66
MY PSI	Informationen für PSI Mitglieder	78
MEINUNG		82
IMPRESSUM		84

KREDITVERGABEPRAXIS UND INSOLVENZPLANVERFAHREN 8

In Kreditverhandlungen werden Unternehmen zunehmend mit strengeren Vorgaben in Form von Nebenabreden (Covenants) konfrontiert, die mehr Transparenz fordern. Geschickt ausgestaltete Covenants können für Unternehmen jedoch auch Vorteile bieten. Ist ein Unternehmen einmal in Schieflage geraten, kann auch ein Insolvenzplanverfahren die Chance für einen Neuanfang bedeuten.

INNOVATIONEN ALS ECHTE BEREICHERUNG 38

Eine zündende Idee, eine Marktlücke oder eine Leidenschaft, die das Zeug zu mehr hat: Innovationen sind auch in der Werbeartikelwirtschaft das Salz in der Suppe. 50 neue Werbeartikel wurden auf der PSI 2016 im Rahmen des PSI FIRST Clubs vorgestellt – und die Messebesucher haben gewählt. Nun wurden die drei Gewinner bei einem festlichen Dinner in Düsseldorf geehrt.

APARTE ACCESSOIRES VON TIE SOLUTION 62

Neu im PSI Netzwerk ist das Unternehmen Tie Solution, ein international tätiger Hersteller mit seinem neuen Vertriebsbüro in Gießen, das die textile Vielfalt im Mitgliederkreis um hochqualitative Accessoires wie Krawatten, Tücher, Schals und Pashminas bereichert.

TO GO IST EINE LEBENSPHILOSOPHIE 64

Coffee to go ist längst Ausdruck einer Lebensphilosophie geworden. Dem Phänomen des Kaffees für unterwegs verleiht der passende Becher die entsprechende äußere Form. Zu echten Spezialisten in Sachen Promotion- und to go-Becher hat sich die becherfabrik aus Köln entwickelt – mit einer ganz eigenen Philosophie.

IVORY
NOTEBOOK
COLLECTION

JUST IN TIME!
1 WOCHE

Lieferung innerhalb einer Woche.

Bestellen Sie bis zu 1000 Stück aus unserer ausgewählten IVORY Notebook Collection.

Lediberggroup
ap peel
Lanybook®
www.lediberg.de · info@lediberg.de

SCHÖN UNTERWEGS
Kosmetiktasche „Big Bubbles“
Gabriele Bühring
PSI Nr.: 40807
www.buehring-shop.com

GUTE REISE!
Trolley aus Polycarbonat/ABS-Mix
Jüscha GmbH
PSI Nr.: 41170
www.juescha.de

MODISCHES FÜR MONETÄRES
Börse aus Full Hide Eco Verde Leder
The Leather Business
PSI Nr.: 46523
www.leather-business.co.uk

ELEGANTE REISEBEGLEITER
Beautycase XBag
Bric’s Spa
PSI Nr.: 49334
www.brics.it

REISEFREUDEN

„Wenn einer eine Reise tut, so kann er was verzählen.“ Mit diesem sehr bekannten Satz beginnt das Gedicht „Urians Reise um die Welt“ des deutschen Lyrikers Matthias Claudius aus dem Jahr 1786. In diesem Gedicht erzählt Herr Urian von den Erlebnissen auf seiner Weltreise. Was vor 330 Jahren noch sehr abenteuerlich klang, ist heute längst touristischer Alltag. Unterwegs sein ist ein Zustand, der aus dem (Business-)Leben nicht mehr wegzudenken ist. Wer unterwegs ist, sollte nicht einfach nur seine Siebensachen dabei haben, sondern vor allem das Wichtige und Richtige. Das ist natürlich relativ und je nach Geschmack verschieden. Fest steht: Nützliches für unterwegs muss nicht einfach nur praktisch, sondern darf ruhig auch ein echter Hingucker sein und überraschende Akzente setzen – wie die ausgewählten Beispiele zeigen.

daiber

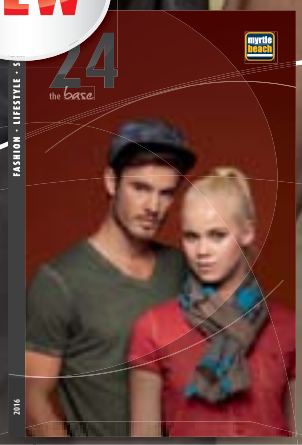
myrtle beach

JAMES & NICHOLSON

Hotline: +49 7432/7016-800 | www.daiber.de

SUNSHINE REGGAE

NEW



www.lach-communicationgroup.com

FASHION · LIFESTYLE · SPORTS

BALLFANGENDER EYECATCHER
CAR-KEEPER
Sweetware GmbH & Co. KG
PSI Nr.: 44998
www.sweetware.de

NAHTLOS STARK
Thermo-Ball
Bola Gema
PSI Nr.: 47566
www.bolagema.com

FRÖHLICHES LOGO-LUTSCHEN
Logo Lollipops
Coronation Rock Limited
PSI Nr.: 49401
www.coronationrock.co.uk

SPIELEND FANS GEWINNEN
Taktiker
Creartiv GmbH
PSI Nr.: 11399
www.creartiv.de

DER BESONDERE KICK

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

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

KREDITVERGABEPRAXIS BEI KMU

BANKEN WOLLEN MEHR TRANSPARENZ

Wachstumsorientierte Unternehmen können in der Regel nur mit Unterstützung der Banken investieren. In Kreditverhandlungen werden Entscheider jedoch zunehmend mit strengeren Vorgaben in Form von Nebenabreden (Covenants) konfrontiert, die in die Kreditverräge einfließen. Mit diesen Vereinbarungen fordern die Banken zwar mehr Transparenz ein, Covenants können jedoch gut geführten Unternehmen auch Vorteile bringen.

Bei der Verlängerung oder Ausweitung bestehender Kreditengagements werden Entscheider häufiger feststellen, dass in den Kreditverträgen der Banken Covenants definiert werden, die beispielsweise die Erhaltung einer bestimmten Ertragskraft des Unternehmens zur Bedingung machen, die Entnahmen der Gesellschafter reglementieren oder die Finanzierung von einer begleitenden Beratung abhängig machen. Die Banken möchten mit diesen zusätzlichen Klauseln in den Kreditverträgen die Schuldner verpflichten, gewisse Kennzahlen einzuhalten oder bestimmte Informationen zu bestimmten Zeiten ungefragt vorzulegen. Sollte der Unternehmer oder die Geschäftsleitung dieser Pflicht nicht nachkommen, so behalten sich die Kreditinstitute Sanktionen vor. Die Sanktionen können hier vielfältig sein: Denkbar sind die Verschlechterung der Zinskonditionen, die sukzessive Rückführung vereinbarter Sonderlinien, die Forderung nach (zusätzlichen) Sicherheiten

oder im schlimmsten Fall die Kündigung der Kreditverbindung.

COVENANTS WERDEN ZUNEHMEN

Aufgrund der Wirtschaftskrise müssen sich Banken mit dem Unternehmen und seinem Tagesgeschäft intensiver als in der Vergangenheit auseinandersetzen. Auch die Vorgaben nach Basel II sowie die interne Kreditvergabepraxis „MaRisk“ (Mindestanforderungen an das Risikomanagement) zwingen die Kreditwirtschaft, Möglichkeiten zu suchen, Risiken im Kreditgeschäft zu begrenzen oder rechtzeitig darauf reagieren zu können. Gerade die zusätzlichen Klauseln ermöglichen die Risikosteuerung in den Kreditinstituten und ein konsequentes Handeln im Fall von deren Nichtbeachtung. Damit tragen Covenants dazu bei, dem gestiegenen Sicherheitsbedürfnis der Banken Rechnung zu tragen und eine risikoadäquate Konditionssteuerung umzusetzen. Weil hier Möglichkeiten zu einem früheren Handeln als in der Vergangenheit gegeben sind, werden Covenants in Zukunft im Kreditgeschäft an Bedeutung gewinnen.

VERTRÄGE UNBEDINGT EINHALTEN

Im Rahmen der Vertragsfreiheit steht es natürlich den Banken frei, alle möglichen Nebenabreden in die Verträge einzubringen, vorausgesetzt, auch der Unternehmer als Kreditnehmer erklärt sich damit einverstanden. Allerdings wird letzterer sich nur in Ausnahmefällen gegen die als Bedingung für eine Kreditgewährung oder -verlängerung formulierten Nebenabreden wehren können. Die Voraussetzung hierfür wäre etwa ein anderer Kreditgeber oder eine eigene starke Verhandlungsposition. Werden Nebenabreden vereinbart, müssen sie unbedingt befolgt werden. Denn sonst ist die Überraschung groß, wenn im Zusammenhang mit der Prüfung eingereichter Unterlagen (z. B. quartalsweise betriebswirtschaftliche Auswertungen) festgestellt wird, dass Kreditbedingungen (z. B. Entnahmeverhalten, Eigenkapitalquote oder Umsatzrentabilität) nicht eingehalten wurden und die Bank daraus Sanktionen ableitet und umsetzt.

ÜBERENTNAHMEN UND AUSSCHÜTTUNGSPRAXIS IM VISIER

Banken werden künftig im Rahmen von Covenants zunehmend Vorgaben machen, um zu verhindern, dass Liquidität und Gewinne abfließen. So soll sichergestellt werden, dass Unternehmen zum Beispiel über Entnahmen oder durch Betriebsaufspaltungen und/oder Holdingkonstrukte „entkapitalisiert“ oder liquiditätsmäßig „ausgetrocknet“ werden. In immer mehr Fällen werden Überentnahmen nicht mehr geduldet und die Ausschüttungspraxis reglementiert.

BONITÄT BESTIMMT VERTRÄGE

Die Kreditvergabe an KMU wird in Zukunft davon abhängen, wie sich die Bonität des Bankkunden im Zeitverlauf entwickelt, welche Wachstumsprognosen ein Unternehmen hat und wie das Finanzierungsinstitut die Branchenzugehörigkeit definiert und das Risiko hieraus einschätzt. Natürlich wird auch die bisherige Beziehung zwischen Kreditnehmer und Kreditinstitut von Bedeutung sein. Hat das Unternehmen nachweislich starke Wachstumschancen und sind die dinglichen Sicherheiten nicht ausreichend, um der Bank ausreichende Kreditsicherheit zu geben, so werden die Covenants überproportional eingesetzt, um den Kunden „zu lenken und zu leiten“. Sicher ist, dass bei plausiblen Ertragsprognosen höhere Kredite angefragt werden. Je weniger dingliche Sicherheiten gestellt werden können, desto größer wird die Wahrscheinlichkeit, dass zusätzliche Vereinbarungen in Kreditverträge eingebracht werden.

THOMAS UPPENBRINK

Inhaber der Thomas Uppenbrink & Collegen GmbH, der Autax Consilium, der Solventum GmbH sowie der Pro Economica Beteiligungs- und Verwaltungsgesellschaft mbH mit den Tätigkeiten Insolvenzverwaltung, Unternehmenssanierung, Entschuldungsstrategien und Krisenmanagement. Er wird regelmäßig von deutschen Gerichten als Gutachter bei Streitigkeiten zwischen Insolvenzverwaltern und Steuerberatern im Rahmen von Honorarfragen und entsprechenden Anfechtungen beauftragt. www.uppenbrink.de

MICHAEL PRÜMER

Der Bankkaufmann und Betriebswirt Michael Prümer war 24 Jahre in leitenden Positionen bei der Deutschen Bank tätig, schwerpunktmäßig im Kreditgeschäft mit mittelständischen Kunden. Seit 2001 ist er selbstständiger Berater für mittelständische Unternehmen. Mit dem Tätigkeitsschwerpunkt Bankenkommunikation unterstützt er Unternehmen, sich gegenüber den Banken darzustellen und berät sie in Bank- und besonders Sicherheitenfragen. Als Partner für die Thomas Uppenbrink & Collegen GmbH berät er in den Bereichen Finanzierungs- und Sanierungskonzeption sowie Unternehmenssanierung.

BISHERIGE ERFAHRUNGEN WERDEN BERÜCKSICHTIGT

Hat das Kreditinstitut in der Vergangenheit zwar Zins- und Tilgungsleistungen immer pünktlich vom Kredit-Nehmer erhalten, haben die Geschäftsleitung bzw. die Gesellschafter aber nicht absprachekonform gehandelt, so wird auch hier bei neuen Kreditverträgen oder Kreditverlängerungen verstärkt mit Covenants zu rechnen sein. Ein Beispiel: Werden Entnahmen getätigt und/oder zusätzliche Investitionen durchgeführt, von denen die Bank nichts wusste oder worüber sie verspätet informiert wurde, so ist das ein nicht gerade vertrauensförderndes Verhalten. Unternehmen, die Kredite nutzen, müssen sich also immer bewusst machen, wie ihr Handeln aus der Sicht der Bank beurteilt werden kann.

REALISTISCHE UNTERNEHMENSDARSTELLUNG GEFRAGT

Wie ein Unternehmer seine Firma der Bank gegenüber darstellt, ist von entscheidender Bedeutung für die Kreditvergabe. Eine zu schlechte Darstellung des Unternehmens wird immer zur eingeschränkten Kreditwürdigkeit führen. Aber auch eine allzu positive Darstellung sollte man vermeiden. Denn dann wird die Bank möglicherweise im Rahmen von Covenants die Anforderungen hinsichtlich Liquidität, Ertrag und Umsatzprognose so hoch ansetzen, dass spätestens mit den ersten Quartalszahlen Komplikationen auftreten. Dann kann die Bank ihre Rechte aus den vereinbarten Nebenabreden geltend machen und wird dies in der Regel auch tun. Deswegen ist ist es sehr wichtig, dass die Unternehmer, Geschäftsführer, Steuerberater oder Wirtschaftsprüfer, die die Bankverhandlungen für und im Namen ihrer Mandanten führen, die Anforderungen in den Covenants nicht so hoch ansetzen, dass das Unternehmen die Abreden später nicht einhalten kann. Auch im Rahmen der „Prognosefähigkeit“ nach Einschätzung von Basel II ist es wichtig, dass hier keine zu schlechte, aber auch keine zu optimistische Einschätzung getroffen wird. Besser ist es, mit dem Bankberater über schlechte Zahlen zu diskutieren, als später vertraglich getroffene Vereinbarungen zu brechen.

VORTEILE FÜR GUT GEFÜHRTE UNTERNEHMEN

Unternehmer und Geschäftsführer, die ihre Unternehmen im Griff haben, die mit und durch Zahlen Firmen führen und Entscheidungen treffen, werden beim Akzeptieren von Covenants eher Vor- als Nachteile haben – sofern sie auf ihre Bonität und Kapitaldienstfähigkeit achten und die zusätzlichen vertraglichen Kreditvereinbarungen erfüllen. Unternehmen, die alle Vereinbarungen mit Banken einhalten, profitieren in der Regel von besseren Konditionen sowie geringeren Anforderungen in Bezug auf Sicherheiten. Zwei entscheidende Vorteile also, die sich Unternehmer vor Augen halten sollten. Was Kredit-Nehmern nicht immer bewusst ist: In den Kreditverträgen vereinbarte Covenants können nicht einfach zur Seite geschoben werden, wenn bestimmte Zahlen oder Vorgaben nicht eingehalten werden. Spätestens nach der Wirtschaftskrise werden die Finanzierungsinstitute eine sehr hohe Messlatte anlegen – sowohl bei krisenbehafteten Unternehmen, aber auch zunehmend bei bislang gut beurteilten Unternehmen.

Thomas Uppenbrink, Michael Prümer <

ÜBERSCHULDUNG UND ZAHLUNGSUNFÄHIGKEIT

Insolvenzplanverfahren als Chance für Unternehmen

Unternehmen können aus unterschiedlichen Gründen in Schieflage geraten. Die Probleme kommen oft schleichend und werden häufig erst spät als existenzbedrohend erkannt. Auch Werbeartikel-Unternehmen kann es treffen. In unserem Interview erklärt Rechtsanwalt und Insolvenzverwalter Justus Schneidewind, wie Unternehmen Warnzeichen erkennen und im Ernstfall die Insolvenz als Chance für einen Neuanfang begreifen können. Der Experte hat bereits auf der GWW-Jahreshauptversammlung zum Thema Insolvenzrecht referiert.

Herr Schneidewind, eine Insolvenz kündigt sich in der Regel lange vorher an. Auf welche Warnsignale sollten Werbeartikel-Unternehmer achten?

Insolvenzgründe sind Zahlungsunfähigkeit und (bei juristischen Personen, zum Beispiel GmbHs) auch Überschuldung. Unternehmer sollten wissen: Zahlungsunfähigkeit liegt nach der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs (BGH) schon dann vor, wenn jemand in den nächsten drei Wochen zehn Prozent oder mehr seiner fälligen Schulden nicht mehr zahlen kann. Diese gesetzliche Verpflichtung gilt aber nur bei Haftungsbeschränkung, also etwa bei einer GmbH, nicht jedoch für Einzelunternehmen. Gemäß § 13 Insolvenzordnung (InsO) wird das Insolvenzverfahren nur auf schriftlichen Antrag eröffnet. Dieser Antrag ist formelle Voraussetzung für die Einleitung des Verfahrens. Spätestens innerhalb von drei Wochen nach Eintritt eines Insolvenzgrundes muss der Geschäftsführer der GmbH den Insolvenzantrag stellen.

Was sollte ein Unternehmer tun, wenn er in Schwierigkeiten geraten ist?

Am besten wendet er sich an einen Fachanwalt für Insolvenzrecht, der auch selbst Unternehmens-Insolvenzen abwickelt, ein Experte also auf diesem Gebiet. Ein Anwalt, der Verbrauchern bei der Entschuldung zur Seite steht, ist für die anstehenden Aufgaben weniger geeignet. Die entstehenden Kosten sollte der Unternehmer nicht scheuen. Leider wird oft nur der Steuer- oder Unternehmensberater eingebunden. Doch auch hier fehlt meist die nötige Expertise, um fachgerecht beraten zu können. Zudem ist bei diesen Berufsgruppen die Angst vor der eigenen Haftung oft sehr ausgeprägt.

Was sagt beispielsweise ein Werbeartikel-Händler seinem Lieferanten, wenn er in Schwierigkeiten steckt?

In der Regel erfahren Lieferanten viel zu spät von den Problemen. Dahinter steht natürlich die Angst vor schlechteren Konditionen. Wer jedoch zu lange schweigt, verärgert seine Lieferanten und läuft Gefahr, auch langfristig das Vertrauensverhältnis zu zerstören. Das wäre kurzsichtig, denn man braucht die Lieferanten, um bei der Sanierung des Unternehmens im Rahmen eines Insolvenzplanverfahrens mitzuwirken. Ehrlichkeit zahlt sich also aus.

Wie können sich Lieferanten gegen die Anfechtung schützen?

Wer einen bereits zahlungsunfähigen Kunden beliefert, läuft große Gefahr, dass der später auftretende Insolvenzverwalter die Zahlungen dieses Kunden anficht, also diese zur Insolvenzmasse zurückverlangt. Die Insolvenzanfechtung erfolgt durch die Zahlungsklage. Ihr Ziel ist es, dass alle Gläubiger gleichmäßig zufriedengestellt werden – also quotal durch den Verwalter. Deswegen müssen diejenigen, die vorinsolvenzlich solche Zahlungen auf ihre Forderungen erhalten, obwohl sie von der Zahlungsunfähigkeit wussten, die erhaltenen Beträge zurückzahlen. Ein typisches Anzeichen für eine Zahlungsunfähigkeit ist etwa, dass ein

JUSTUS SCHNEIDEWIND

Rechtsanwalt Justus Schneidewind war zunächst in zwei großen, überregional tätigen Insolvenzverwalter-Sozietäten tätig, bevor er 2002 seine eigene Kanzlei gründete. Die heutige Sozietät Schneidewind Rechtsanwälte/Insolvenzverwaltung hat Büros in Potsdam, Berlin, Düren und Rostock. Schneidewind ist Fachanwalt für Insolvenzrecht und Steuerrecht sowie vereidigter Buchprüfer.

Kunde seine Zahlungsziele überzieht und dass man gegen ihn erst vollstrecken muss, um an sein Geld zu kommen. Auch wenn man erfährt, dass selbst Krankenkassen und Finanzämter nicht mehr pünktlich bezahlt werden, bleiben kaum noch Zweifel.

Gibt es weitere Anzeichen drohender Zahlungsunfähigkeit?

Auch die Bitte um Gewährung einer Ratenzahlung für aufgelaufene Rückstände ist ein Indiz dafür. Lässt sich der Lieferant trotzdem auf Ratenzahlung ein, dann sollte er sich unbedingt versichern lassen, dass der Kunde bei Gewährung der Ratenzahlung auch in der Lage ist, allen Verbindlichkeiten nachzukommen. Die gute Nachricht: Hier ist eine Gesetzesänderung zugunsten des Händlers schon im parlamentarischen Verfahren.

Wann sollte ein Lieferant nicht mehr liefern?

Ein Unternehmen, das eindeutig insolvent ist – auch wenn der Unternehmer sich dies nicht selbst eingesteht – sollte keinesfalls mehr beliefert werden. Auch wenn ein Lieferant zuvor noch Zahlungserleichterungen gewährt, sollte er sich darüber im Klaren sein, dass bei einer Insolvenz der Insolvenzverwalter dem Lieferanten gegenüber Anfechtungsansprüche geltend machen wird. Wer seinem Kunden wirklich helfen will, der sollte schon bei den ersten Krisenindizien wie beispielsweise laufenden Zielüberschreitungen oder Pfändungen durch Dritte das Gespräch mit dem Kunden suchen und auf die Möglichkeiten hinweisen, die die Insolvenzverordnung bietet.

Warum kann Insolvenz auch eine Chance sein?

Wenn bei einer GmbH ein Insolvenzgrund vorliegt, dann kommt das Unternehmen um die Insolvenzanmeldung nicht herum. Es geschieht aber nicht selten, dass der Unternehmer anschließend mit einer neuen Gesellschaft die ehemals eigene Firma dem Insolvenzverwalter aus der Insolvenzmasse wieder abkaufen kann: Werkzeuge und Maschinen, Kundenstamm (soweit datenschutzrechtlich zulässig) kommen auf diese Weise wieder in seinen Besitz. Wir nennen dies „übertragene Sanierung“. Der Unternehmer muss allerdings den Kaufpreis aufbringen können oder einen Geldgeber dafür finden.

Was leistet das Insolvenzplanverfahren?

Das Insolvenzplanverfahren bietet sich als Alternative an. Es ähnelt dem Vergleichsverfahren, das wir von früher kennen. Letzteres kam kaum jemals erfolgreich zur Anwendung, weil sehr hohe Vergleichsquoten an die Gläubiger gezahlt werden mussten und die Zustimmung aller Gläubiger nötig war. Dies hat sich mit dem neuen Insolvenzrecht vollständig geändert. Wenn die Mehrheit dem Insolvenzplan zustimmt, können sogar „Störenfriede“ unter den Gläubigern noch überstimmt werden. Aber es gibt viele weitere Gestaltungsmöglichkeiten, insbesondere die Eigenverwaltung, wobei der Geschäftsführer weiter im Amt bleibt.

Ist eine Entschuldung über das Insolvenzplanverfahren möglich?

Das neue Insolvenzrecht bietet mit dem Insolvenzplanverfahren die Chance, sich in relativ kurzer Zeit zu entschulden. Die Entschuldung ist dem Einzelunternehmer aber auch ohne Planverfahren möglich, allerdings nur mit einer sechsjährigen „Wohlverhaltensperiode“. Während dieser Zeit bleibt ihm nur ein Einkommen in Höhe der gesetzlichen Pfändungsgrenze, für Alleinstehende ohne Unterhaltspflicht sind das rund 1000 Euro netto im Monat.

Wie findet man einen Insolvenzverwalter, der wirklich versucht, die Firma zu erhalten?

Das funktioniert oft nur über Mundpropaganda, auch Verbände wissen manchmal von erfolgreichen Sanierungen. Hierbei müssen ja keine Unternehmensnamen genannt werden. Wie so etwas gehen könnte, zeigt zurzeit der Baustoffhandel, der mit seinen Mitgliedern gerade ein Insolvenzverwalter-Netzwerk aufbaut. <

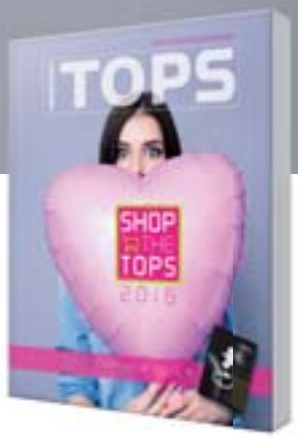
Jetzt Power shoppen!

SHOP THE TOPS 2016

"Ich bin ein Energiebündel!"

Damit mir unterwegs der Saft nicht aus-geht, ist die Powerbank überall dabei.

HELIOS | 56-1107233



SHOP THE TOPS

Powershoppen auf www.promotiontops.de!

PromotionTops/Picoworld 2016

Verlieren Sie keine Zeit, bestellen Sie jetzt. · Tel.: +49 421-5227-0 · Fax: +49 421-5227-403

INSPIRION TRADING IDEAS

TOPICO

SCHREIBGERÄTE UND BÜRO

BLEIBENDE WERTE

Sie stehen für Werbeartikel schlechthin: Die Gruppe der Schreibgeräte waren und sind die zeitlosen Klassiker auf dem Gebiet der gegenständlichen Werbung. Zusammen mit weiteren werbestarken wie nützlichen Accessoires verbreiten sie das Image des Werbenden überall, wo etwas notiert wird.

Wird ein beliebiger Passant gefragt, was er sich unter einem Werbeartikel vorstellt, so wird er in neun von zehn Fällen mit Sicherheit „Kugelschreiber“ antworten. Ein Sinnspruch, den jeder kennt lautet: „Wer schreibt, der bleibt.“ Und das hat seine guten Gründe. Denn vor der Entwicklung der Schrift war nur die mündliche Überlieferung möglich. Die Erfindung der Schrift gilt als eine der wichtigsten Errungenschaften der Zivilisation, da sie die Überlieferung von Wissen und kulturellen Traditionen sowie deren Erhaltung zuverlässig über beliebige Zeit hin erlaubt. Dies steckt hinter dem „Wer schreibt, der bleibt“. Zum Schreiben selbst aber sind ein Schreibgerät und ein zu beschriftendes Medium nötig. Womit wir auch schon mitten im Themenfeld dieser Rubrik sind. Schon seit dem Beginn der Schrift (etwa im 5. Jahrtausend vor Christus) war eine Vielzahl von Techniken in Gebrauch, etwa das Einmeißeln in Stein, das Einritzen in Ton und das Schreiben mit Tinte auf Palmblätter, Papyrus, Pergament und Papier. Aber auch im Zeitalter von Tastaturen und Dateien ist die analoge Technik des Schreibens auf ein Medium wie das Notizbuch nach wie vor „in“. Auch heute noch gilt: Wer schreibt, der bleibt. Und wer damit wirbt, offenbar auch. <

TAUSENDSASSA

Ein wahrer Alleskönner ist die vom Wolfenbütteler Haftnotiz-Spezialisten moynd entwickelte Eigenkreation. Das Lesezeichen mit integriertem Lineal bietet einen vielseitigen Nutzen auf jedem Schreibtisch. Schnell können interessante Artikel in Büchern markiert oder eine Notiz hinterlassen werden. Ab 250 Stück wird das Lesezeichen günstig im Digitalverfahren bedruckt.

PSI 46708 • moynd GmbH • Tel +49 5331 900990
info@moynd.de • www.moynd.de

HOMMAGE AN DEN APFEL

Die Appeel-Kollektion aus dem Hause Lediberg spiegelt die alltäglichen Farben unserer allseits geliebten Äpfel wider und ist eine sympathische Hommage an die Farbspiele der Natur. Lediberg hat das Potenzial jener Bestandteile des Apfels erkannt, die in der Regel entsorgt werden. Dank einer exklusiven zukunftsweisenden Technik kann dieser Abfall nun als Rohstoff weiterverarbeitet werden. Das Ergebnis sind aufrichtige Produkte, die aus recycelten Naturmaterialien in einem hochtechnologischen Verfahren gewonnen werden. Die Appeel-Kollektion folgt einer ökologischen Philosophie, die den Wert der Natur schätzt und respektiert. Zu haben sind unter anderem handgefertigte Accessoires und Notizbücher aus Öko-Kunstleder und Papier.

PSI 42438 • Lediberg GmbH • Tel +49 5261 6060
info@lediberg.de • www.lediberg.de

SMARTE WERBEFLÄCHE

Wenn es um die werbliche Gestaltung eines Business-Notizbuchs und um dessen Anpassung an das eigene Corporate Design ging, standen die Buchkanten bislang kaum im Fokus der Werbetreibenden und ihrer Agenturen. Das wird sich nun ändern. Denn der neue Motiv-Farbschnitt von Geiger-Notes bietet eine völlig neue Art der Individualisierung. Ab sofort lassen sich die Kanten der Buchblocks für viele Business-Notizbücher und Hybrid-Timer nicht nur mit einem Farbschnitt versehen, sondern darüber hinaus individuell mit Logos, Schriftzügen oder Mustern veredeln. Dank der brillanten Farben entsteht so ein echter Hingucker, der dem Buch den letzten Schliff gibt.

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

ORDNUNGSHÜTER

Der Stiftehalter Dusty von Inspirion sorgt endlich für Ordnung im Büro. Die Mülltonne im Miniatur-Format bietet Platz für circa 25 Kugelschreiber. Der originelle Bürohelfer kann aber auch mit Kleingeld, Batterien oder anderem Krimskrams befüllt werden. So lässt sich eine ordnungsgemäße Mülltrennung schon auf dem Schreibtisch praktizieren. Viele Mülltonnen des gleichen Typs können durch die seitliche Klickfunktion miteinander verbunden werden und machen auch aneinandergereiht eine gute Figur. Dusty ist in fünf Farben lieferbar.

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

KLEINES MULTITALENT

Der Schlüsselanhänger Micro Construction von Troika entpuppt sich bei näherer Betrachtung als kleines Multitalent. Mit Kugelschreiber, Zentimeter- und Zoll-Lineal sowie Schlitz- und Kreuzschraubendreher können damit zum Beispiel kleinere Reparaturen oder wichtige Notizen im Handumdrehen erledigt werden. Außerdem ist ein Stylus für Tablets oder Smartphones integriert. Micro Construction besteht aus Aluminium, Messing und Stahl und ist in sechs edlen Trendfarben lieferbar. Eine Werbeanbringung erfolgt per Druck und/oder Gravur auf dem Schaft. Ab einer Bestellmenge von 100 Stück wird die Gravur kostenlos vorgenommen.

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

Die Handschrift der Werbung

ENTDECKEN SIE DIE VIELFALT

www.uma-pen.com

FLIEGENDE BOTSCHAFT

Mit dem Quadrocopter Metmaxx Drone von Spranz liegt man voll im Trend, denn es gibt derzeit kaum ein perfekteres Spielzeug für Jung und Alt. Und wenn dann der vierflügelige Freizeitspaß auch noch eine Werbebotschaft transportiert, ist das ideale Geschenk schon gefunden. Die Lieferung erfolgt inklusive LithiumIonen Akku, ausführlicher Bedienungsanleitung und Fernbedienung in einem ansprechenden Designkarton.

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

EDLES OUTFIT

Holz ist nicht nur ein traditioneller Werkstoff, es verleiht daraus hergestellten Gegenständen auch ein äußerst edles Outfit und eine sehr angenehme Haptik. Macma spielt mit dem neuen Holz-Schreibset diese Trümpfe gekonnt aus. Dieses setzt sich aus einem blau schreibenden Kugelschreiber mit Metall-Systemmine, einem Füllfederhalter inklusive blauer Patrone und einem Brieföffner zusammen. Das Ganze ist in einer exklusiven Holzbox untergebracht, die auch als Werbeträger dient.

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

ÜBERZEUGENDE BUSINESS-FRISCHE

Diese flache Karte passt wie eine Business-Karte in Aktentasche, Jackett oder Portemonnaie. Und der Inhalt hat es in sich: Überzeugende Pfefferminzfrische für jeden Auftritt, sei es beruflich oder privat. Mit der über Eck aufklappbaren Spenderöffnung lassen sich die erfrischenden Pfefferminz-Pastillen rasch entnehmen. Die Karte ist erhältlich in acht Farben wählen, jeweils abgestimmt auf den bestimmten Werbeauftritt. Ein besonderes Highlight ist die verbesserte Druckqualität, die ein hochwertig feines und sehr genaues Druckbild ermöglicht. Ein hochwertiger Auftritt mit Qualität, die für sich spricht – für überzeugende Präsenz und Sicherheit. Ein Muss in jedem Büro sowie in jeder Aktentasche.

PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH • Tel +49 7643 801-0
info@ksw24.com • www.suesse-werbung.de

DOPPELTER NUTZEN

Auf den Namen „Maria Götze“ haben die Strategen von Promowolsch eine Weltneuheit getauft: den neuen „Made in Germany“ Namensschild-Kugelschreiber, der dazu dient, zwei Fliegen mit einer Klappe zu erlegen. Denn das Schreibgerät geht eine Kombination mit einem Namensschild ein, vereint für alle Kongresse, Veranstaltungen, Events, Sitzungen und Messen dieser Welt. Beides zusammen in einem Produkt und das unter einem Euro Industriepreis, da staunen selbst Werbe-„Geizhälse“ nicht schlecht, so der Hersteller. Der Kuli ist an mehreren Stellen optional bedruckbar, das Namensschild auch mit einem Einzelnamen, damit jeder seinen guten Namen sehen und tragen kann.

PSI 44724 • Promowolsch – The Customer Factory • Tel +49 2942 5702 01
info@promowolsch.de • www.promowolsch.de

-Anzeige-

stilolinea for sustainability

VON VIELSCHREIBERN EMPFOHLEN

Der neue Druckkugelschreiber „ball 423“ von Staedtler überzeugt durch hohe Produktqualität und verhilft mit seiner Dreikantigkeit zu einem ermüdungsfreien und angenehmen Schreibgefühl. Seine puristische Form sowie sein weißer Schaft lenkt die Aufmerksamkeit ganz auf die Werbeanbringung. Der ball 423 ist mit einer blauen Mine ausgestattet und in den Clipfarben Rot, Blau, Grün und Schwarz erhältlich.

PSI 41108 • Staedtler Mars GmbH & Co. KG • Tel +49 911 9365514
info@staedtler-promotional.de • www.staedtler-promotional.de

KUGELSCHREIBER MIT KÖPFCHEN

Der „Clic Clac-Campbellton“ ist ein Kugelschreiber, der viele Möglichkeiten zur Platzierung eines Logos bietet. Er hält gleich zwei Flächen für eine elegante Lasergravur oder einen auffälligen Druck bereit. Der Stift kann darüber hinaus an der sehr prominenten, quadratischen Fläche am Kopf mit einem Doming versehen werden, welches Logos eine besondere Plastizität verschafft. Dadurch erhält er echten Markencharakter. Clic Clac-Campbellton ist in 10 verschiedenen Farben erhältlich und hat eine blau schreibende Mine.

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

GLANZ AUF JEDEN SCHREIBTISCH

Sie sind auffallend und edel: Ob mit Krone, Glamourkugel, Kristall oder magnetischer Metallhülse – Schmuckbleistifte sind ein Eyecatcher auf jedem Schreibtisch. Die Reidinger GmbH aus Hammelburg bietet verschiedene Schmuck-Bleistifte in „übersichtlichen Stückzahlen“ an. Ein glänzender Schmuckaufsatz wirkt besonders edel auf schwarz durchgefärbten Stiften und gibt diesem und der gewünschten Werbebotschaft einen wertvollen Charakter. Auf der Website des Unternehmens finden sich für jeden die perfekten Werbebotschafter.

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

WIR STELLEN WERBEARTIKEL AUF DEN KOPF.

Haptische Kommunikation
ist multisensorisch, spürbar,
physisch erfahrbar und
nachhaltig emotionalisierend.
Erwiesen.

Digitale Kommunikation
ist interaktiv, aktualisierbar,
mobil, relevant, zeitgemäß
und nachhaltig bindend.
Erwiesen.

Post-it® Notes *connect* ist der erste Werbeartikel, der jederzeit aktualisiert werden kann!

Schenken Sie Ihrem Kunden ein Post-it® Produkt mit Zugang zu 5GB gesponsortem Cloudspeicher, und bleiben Sie mit ihm dauerhaft in Kontakt.

Post-it® Notes *connect* vereint die Vorteile von Haptik und Digital in einem neuen, einzigartigen Produkt, das nach der Übergabe digital weiterlebt, weiter genutzt wird und von Ihnen jederzeit aktualisiert werden kann.

Post-it Promotional Products

Erfahren Sie mehr auf www.promotion.michaelschiffer.com

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

Post-it® is a registered trademark of 3M

BUNT, BUNTER, UMA

Individualität und Ausgefallenheit bei der Wahl des passenden Schreibgeräts sind enorm wichtig. Farbe ist hier ein zentraler Faktor. Und hierbei setzt uma neue Maßstäbe. Beispielhaft zeigt sich das an den zwei neuen Modellen: „Fashion“ und „Vogue“. Als Basis des Fashion dient ein gedeckt glänzender Schaft. Den gibt’s in verschiedensten Farben. Es kommt aber noch bunter, denn mit dem digitalen Folientransferdruck (uma Visual) kann der Schaft dieses eleganten Druckkugelschreibers in individuellen Design erstellt werden – mit den ganz persönlichen Lieblingsfarben und -Mustern. Den passenden Kontrastpunkt bietet der krawattenförmig anmutende Clip in gedeckt oder transparent glänzend. Hier sind bis zu 13 Farben wählbar. Zusammen sind das beinahe unzählige Kombinationsoptionen – eine optimale Plattform für tolle Werbebotschaften. Ähnlich farbenfroh kommt das neue uma-Modell Vogue daher: Die Variantenvielfalt entsteht hier vor allem durch den filigranen Clipaufhänger, der dem schwarzen bzw. weißen Schaft den entscheidenden Kontrastpunkt verleiht. Auch hier gibt es übrigens mit uma Visual die Möglichkeit, das Gehäuse des Druckkugelschreibers individuell per Foliendigitaldruck in eigenen Mustern und Formen „einzukleiden“. Nur eine Farbe, dafür aber langanhaltenden Schreibgenuss über 4.000 Meter sichert jeweils die bewährte uma TECH Refill Mine mit Neusilberspitze, Wolframkarbidkugel und nach ISO-Norm gefertigter Paste.

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

HANDLICH UND NÜTZLICH

Eurostyle hat viele Neuheiten im Bereich Office Accessoires, vor allem auch im unteren Preissegment. Geschenksets und Notizbücher liegen im Trend und treffen den Geschmack jeder Zielgruppe. Das 6-teilige Geschenkset für den Schreibtisch, bestehend aus Klammerer, Locher, Büroklammernspender, Klebebandabroller, Cuttermesser, Entklammerer, überzeugt mit Qualität und Preis. Die faltbare Officebox ist optimal für das Büro, aber auch zu Hause und für das Auto einsetzbar. Durch den festen Boden und die verstärkten Tragegriffe ist die Belastbarkeit der Boxen sehr hoch, wodurch auch schwere Dinge damit transportiert werden können. Seitlich sorgen zwei Schienen für Stabilität, so dass Hängeregister eingesetzt werden können. Die Box ist in der Farbe Schwarz erhältlich. Die Officebox kann auf ein handliches Format gefaltet werden und wird in geschlossenem Zustand von einem Zugband umfasst. So lässt sie sich optimal auf kleinstem Raum lagern. An den Seiten im Innenbereich befinden sich jeweils Netzfächer, in denen noch zusätzliche Dinge verstaut werden können. Das Zugband kann im geöffneten Zustand zum Beispiel auch für Zeitungen verwendet werden. Alle Artikel können veredelt werden.

PSI 41857 • Eurostyle-Emil Kreher GmbH & Co. KG • Tel +49 921 789520
info@eurostyle.eu • www.eurostyle.eu

RETRO TRIFFT TECHNIK

Im Online Zeitalter wurde das mobile Büro zur Normalität. Wenn der komplette technische Support dann auch noch an einem Platz sauber verstaut werden kann, steht der perfekten Ordnung nichts im Wege. Für diese präsentiert team-d eine Mappe im Din-A4-Format mit einer Kunstlederstruktur im „Fishbone-Design“, die es in sich hat. Denn darin findet sich eine integrierte Powerbank für Smart- und iPhone. Die Powerbank wird per Mikro-USB wieder aufgeladen. Ein Aufsteller für Tablets bewahrt die Haltung derselben. Auch das Phone lässt sich einfach im Folienfach bedienen. Hinzu kommen vier elastische Schlaufen für Zubehör, Innen- und Außenfach für Unterlagen sowie genügend Platz für Karten, A4-Block und Schreibgerät.

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

WER GUT RUBBELT, WIRBT GUT

Warum nicht mal wieder zu Stift und Papier greifen? Jeder, der gerne Gedanken und Momente festhält, kreativ ist oder einfach Ideen und Strategien verfeinert, benötigt einen Radiergummi zum Finalisieren. Das neue Modell von Hermann Flörke GmbH im Format XXL (73x40x7 mm) bietet eine großzügige Werbefläche für eine bis zu 4-farbige Veredelung von Logos, Mottos und Werbebotschaften. Wie alle Radiergummis im Hause Flörke ist auch der XXL Rechteck auf TPE Basis umweltfreundlich hergestellt, recyclebar und enthält keine PVC Weichmacher. Für maßgeschneiderte Werbeaktionen werden die Radiergummis auch in Sonderformen angeboten.

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

Tel.: +49 7661 90 949 - 200
E-Mail: vertrieb@vim-solution.com
Shop: www.trader.vim-solution.com
Vim Solution GmbH

STARKER AUFTRITT

Prodir bietet den DS10 jetzt exklusiv in samtweicher Soft Touch-Haptik an. Das ausdrucksstarke Schreibgerät besticht durch die Kombination des schönen Soft Touch-Gehäuses mit dem edel matt satinierten Metall-Clip. Der gelungene Mix aus Wohlfühl-Haptik und Metall-Optik macht den DS10 gleich doppelt wertig. Auch der Druckknopf ist aus Metall, wahlweise verchromt oder satiniert. Neun mutige Farben runden den starken Auftritt ab. Auch bei den Schreibsystemen bietet Prodir jetzt zusätzliche Personalisierungsmöglichkeiten. Der neue Handschmeichler kann mit drei Minen ausgerüstet werden. Neben der als Standard angebotenen Floating Ball-Mine stehen die Premium Low-Viscosity Mine TechGlide und die neue, schnell trocknende Gel-Mine SuperDry zur Auswahl: Innovative Schreibtechnik für ein richtig gutes Schreibgefühl. Übrigens: Der DS10 wurde mit dem renommierten IF Product Design Award für herausragendes Design ausgezeichnet.

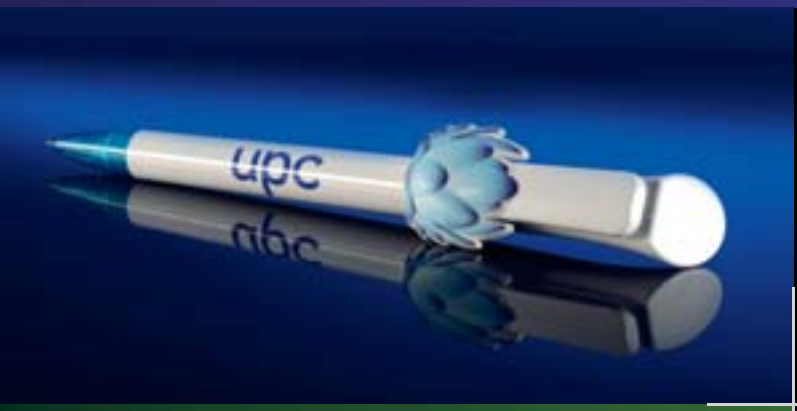
PSI 43417 • Prodir GmbH • Tel +49 6762 4069-0
sales@prodir.de • www.prodir.com

SAMTENES FEELING

Die neuen „Velvet"-Kugelschreiber von Erga sind da. Ein völlig neuartiges Produkt mit echter 3-D-Personalisierung und einem wahrlich samtweichen Gefühl. Der Reliefdruck in vielen leuchtenden Farben ermöglicht es, ein Produkt zu kreieren, das sowohl visuell als auch haptisch wahrnehmbar ist. Das Produkt eignet sich bestens für Promotion und Merchandising sowie für Souvenir-, Museums- oder Buchläden. Kunden können standardmäßig zwischen verschiedenen modischen Oberflächenstrukturen wählen und zusätzlich ihr Logo oder ihren Text auf dem breiten Clip aufdrucken lassen. Das „Wildlife"-Design verfügt über eine erhabene und somit fühlbare samtartige Oberflächenstruktur im modernen Zebrastreifen-Look. Beim „Fancy Cows"-Design ist die Oberfläche im angesagten Kuhflecken-Look gestaltet. Des Weiteren stehen als Motive für die Oberflächenstruktur noch Pfoten, Herzen, Punkte und Tropfen zur Verfügung, die den ganzen Schaft des Kugelschreibers verzieren. Zudem sind noch weitere Designs erhältlich. Eine weitere Option besteht darin, ein Logo als Relief aus Samt auf dem ganzen Schaft des Kugelschreibers anbringen zu lassen. Näheres unter: www.myvelvet.it

PSI 42480 • Erga Srl • Tel +39 011 2733032
info@ergaonline.com • www.ergaonline.com

Pens with individual clip shape



DreamPen®
Producer of ballpens

Clip4You

An incredibly efficient means

of advertising

www.dreampen.com

PRAKTISCHE HELFER

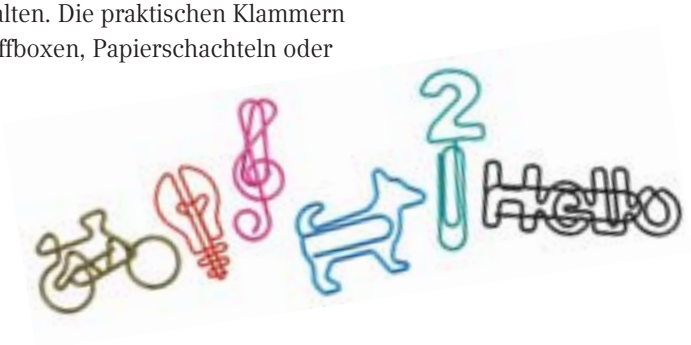
Bühring realisiert Klemm-Mappen aus Weichfolie wie zum Beispiel das Modell „Alpha“ in Deutschland. Mappen wie diese sind auf Messen oder im Logistikbereich praktische Helfer. Zusätzlich zur Blockklemme können Fächer für Visitenkarten und Unterlagen, Formulare oder auch eingeschweißte Hüllen für zu beachtende Vorschriften umgesetzt werden. Zahlreiche Standardfolien und Farben stehen hierbei zur Verfügung. Auflagen ab 500 Stück können laut Bühring „wirtschaftlich“ angeboten werden. Kleinere Auflagen sind ebenfalls möglich. Einfache Logos können geprägt werden, mehrfarbige Motive werden überwiegend im Siebdruck oder auch Offsetdruck umgesetzt.

PSI 40807 • Gabriele Bühring • Tel +49 4154 79540-0
Vertrieb@Buehring-Shop.com • www.buehring-shop.com

KLAMMERN MIT PFIFF

Originell, flach, leicht, preiswert und hervorragend geeignet für Mailings – mit diesen Attributen lassen sich die Motiv-Büroklammern von happyROSS am besten umschreiben. Zu haben sind viele Standardformen wie zum Beispiel Flasche, Auto, Glühlampe, Haustier und viele andere Motive, die in bunten Farben oder auch in Gold oder Silber in Szene gesetzt werden. Sollte das Wunschmotiv nicht dabei sein, lassen sich Sonderformen und Schriftzüge gestalten. Die praktischen Klammern werden je nach Verwendungszweck lose, in Kunststoffboxen, Papierschachteln oder kleinen Beuteln geliefert.

PSI 44954 • happyROSS GmbH • Tel +49 4532 28050
info@happyross.de • www.happyross.de



DATUM AUS DER DOSE

Mit dieser Dose aus Weißblech sind die Tage langweiliger Kalender gezählt. Denn hier kommt von der emotion factory ein Dauerkalender für jeden Schreibtisch in Form einer Metalldose. Auf dem Deckel lässt sich anhand der bunten Magnetringe immer das aktuelle Datum einstellen. Und für Notizen liegen in der Dose 100 weiße Zettel und ein kleiner Holzbleistift bereit. Sollte der Platz auf der Vorderseite des Dauerbrenners für die werbliche Individualisierung nicht ausreichen, gestaltet der Lieferant zusätzlich einen Einleger, ebenfalls individuell und in bis zu vier Farben.

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

SMARTER BURSCHE

Er ist garantiert multitaskingfähig, sieht zudem gut aus und hört auf den Namen „Smarty“ – ein Ständer für Smartphone und Tablet mit integriertem Touchpen und Kabelmanager auf der Rückseite aus der Kollektion des Spezialisten reeko design. Geliefert wird dieses attraktive Produkt in einer Geschenkverpackung aus schwarzen Karton und ist erhältlich in den Farben Silber, Blau und Anthrazit.

PSI 46261 • reeko design – Carstensen GmbH • Tel +49 4106 79950570
info@reeko.com • www.reeko.com

GROSSE BANDBREITE

Wild design bietet eine große Bandbreite an Etuis und Präsentationsverpackungen für Schreibgeräte. Gefertigt werden diese Artikel von eigenen Produktionsstätten in Deutschland und können in variablen Mengen geliefert werden. Die Materialauswahl reicht von Kunststoffen im Spritzguss- und Thermoformverfahren über Karton mit Papierüberzug bis hin zu Verpackungen aus Metall. Funktionell und universell gestaltete Einlagen oder Clips sorgen für optimalen Halt der Schreibgeräte und bei den transparenten Modellen für einen „Schwebeeffekt“. Die Etuis sind geeignet für 1 bis 3 Schreibgeräte.

PSI 41253 • Wild design GmbH • Tel +49 7227 9594-0
info@wild-design.de • www.wild-design.de

-Anzeige-

EDLES DESIGN IN NEUEN FARBEN

Edles, stilvolles Design und doch für jeden Anlass die richtige Wahl – dadurch zeichnet sich der Waterman Hémisphère aus und kann so schnell zum neuen Lieblingsstift werden. Ab sofort bietet PF Concept den beliebten Ballpoint in drei weiteren Farben an: Rosenholz, Rot und Violett. Natürlich ist der Waterman Hémisphère auch weiterhin in klassischem Silber und Gold erhältlich. Als Geschenk ist der Ballpoint ideal geeignet für alle stilsicheren Handschrift-Liebhaber. Um das Präsent perfekt zu machen, liefert PF Concept jeden Waterman Hémisphère in einem Geschenkkästchen aus, der das elegante Design des Stiftes klar unterstreicht.

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

HINGUCKER AUF JEDER TAGUNG

Sei es im Büro, auf Tagungen, Konferenzen oder als Danksagung für treue Zusammenarbeit. Dieser individualisierte Anhänger macht an jedem Flaschenhals eine gute Figur. So bekommt ein Weinpräsent oder eine Wasserflasche im Besprechungszimmer einen unvergesslichen Charakter. Denn wer kann schon der kleinen beigefügten Nascherei widerstehen? Markenprodukte aus dem Hause Ferrero, feinste Vollmilchschokolade oder bunt gemischte Fruchtgummi auf dem Anhänger versüßen je nach Wunsch die flüssige Erfrischung des Flascheninhaltes. Kalfany Süße Werbung stellt diese Hingucker mit Überraschungseffekt her und versendet sie pünktlich für jedem Kongress, jede Messe oder für den POS.

PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH • Tel +49 7643 801-0
info@ksw24.com • www.suesse-werbung.de

DAS BLEIBT HAFTEN

Speziell für Glasboards hat Magnetspezialist Brugger neue Magnete entwickelt, die sich beidseitig verwenden lassen. Superstark: Man kann damit bis zu 8 Blatt 80 g DIN A4 Papier fixieren. Super praktisch: Auf der Vorderseite lassen sich Dinge anhaften, die man täglich griffbereit braucht wie beispielsweise Scheren, Büroklammern, Schlüssel oder Stifte mit Metallklipp. Die Glasboard-Magnete können werbewirksam bedruckt werden und sind in vielen Standardfarben ab Lager lieferbar. Besonders trendy sind die halbtransparenten Farben; auch Sonderfarben sind möglich. Besonders ernst nimmt man bei Brugger auch die Nutzerfreundlichkeit. Durch eine Griffkante und die Ummantelung lassen sich die Magnete leichter ablösen. Es besteht kein direkter Körperkontakt zum Magnet, dadurch sind sie auch für Menschen mit Nickelallergie bestens geeignet.

PSI 49521 • Brugger GmbH Magnetsysteme • Tel +49 7422 95190
info@brugger-magnet.de • www.brugger-magnet.de

BEWEGTE TISCHKALENDER

Um Business-Videobotschaften eine sinnesstarke und direkte Kundenkommunikation zu verleihen, vereinen die kreativen micx-media Profis technisch hochwertig individualisierte VIDEOboards jetzt auch in sognannten VIDEO-Printkalendern. Die neuen VIDEOkalender werden in verschiedenen Formaten und Bildschirmgrößen angeboten, inklusive besonderer Veredelungen. Der Clou dabei: Die Installation der brandneuen VIDEOboards generiert auch bei jedem Monatswechsel automatisch ein neues Video, sodass zum Startvideo noch zwölf weitere Produkt- oder Businessfilme beim Umblättern des Monatskalenderblattes folgen. Die VIDEOkalender sind zudem ideal als Informations- und Beratungstool vielseitig einsetzbar, z. B. für Finanzdienstleister, Versicherungen, Autoindustrie oder IT-Technik. Weitere wirkungsvolle Ideen, Businessbotschaften mit Konzept zu verbreiten, gibt's direkt bei den Experten von micx-media.

PSI 45899 • micx-media in concept gmbh & co. kg • Tel +49 5205 99100
info@micx-media.de • www.micx-media.de

-Anzeige-

AUSSERGEWÖHNLICHE BLEISTIFTE

Manaomea – sustainable, connecting & creating – ist ein Start-up aus München, das den Social Business Gedanken lebt. Die außergewöhnlich innovativen Textilbleistifte aus Naturfasern und Biopolymeren nehmen dabei einen besonderen Stellenwert ein. manaomea liefert seinen Kunden individuelle Bleistifte von höchster Qualität, hergestellt in eigener Manufaktur in Deutschland. Die Stifte treffen Bedürfnisse nach sozialer Gerechtigkeit, Ökologie und persönlichem Anspruch in Geschmack und Design. Dabei können die Bleistifte nicht nur ausgezeichnet schreiben, sondern liegen aufgrund ihrer besonderen Ergonomie sehr gut in der Hand. „Die Königin“ mit ihrer afrikanischen Art und „Der Noble“ in filigraner Erscheinungsform sind nur der Anfang einer Stift(r)evolution der besonderen Art.

PSI 49675 • manaomea GmbH • Tel +49 151 20434729
hallo@manaomea.com • www.manaomea.com

PRAKTISCHER BEGLEITER

Der praktische Begleiter für Büro, Schule und Beruf, das Buch „gedankenGUT+“ wird exklusiv bei Venceremos nach Kundenwunsch in Deutschland innerhalb kürzester Zeit gefertigt. Der Hardcovereinband im Format 182 x 182 mm wird vierfarbig mit einer Cellophanierung individuell produziert. Im Buch befinden sich eine Universalstifthalterung aus Moosgummi, ein Block mit 150 Blatt weißem Papier und einer Seitenperforation zum einfachen Heraustrennen der Seiten. Ein neutraler Kugelschreiber der Firma uma ist bereits eingelegt, alternativ können auch gelieferte Kugelschreiber konfektioniert werden. Auf Wunsch wird „gedankenGUT+“ mit einem farbigen Verschlussgummi geliefert. Sollte der Block einmal aufgebraucht sein, bietet Venceremos Ersatzblöcke an. Somit kann das Buch über einen langen Zeitraum und damit nachhaltig verwendet werden. Lieferbar ist das Buch auch in einer hochwertigen Leinenausführung mit einem Doming oder einer Folienprägung. Die Lieferzeit beträgt circa drei Wochen nach der Freigabe. Muster gibt es auf Anfrage. Das Produkt ist markenrechtlich geschützt.

PSI 42941 • Venceremos GmbH • Tel +49 2566 2090
klaus.gillmann@venceremos-gmbh.de • www.werbemittelauspapier.de

SCHREIBSET IN SMARTPHONEBOX

Seit 1975 beliefert Krüger & Gregordiades innovativ und zuverlässig den Groß- und Fachhandel sowie die Industrie für Geschenkartikel, Spielwaren, Werbeartikel, Plüsch und Trendartikel. Zum breit gefächerten Sortiment gehört seit Kurzem auch ein praktisches Schreibset, das aus einem Bleistift mit Radiergummi, drei Kugelschreibern in den Farben Schwarz, Blau und Rot und einem gelben Textmarker besteht, verpackt in einer trendigen Kunststoffbox im Smartphonedesign. Die Maße sind etwa 116 x 61 x 12 Millimeter.

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

HIER IST ER

Der in Polen hergestellte und völlig neu entwickelte Kugelschreiber „El Primero“. Das patentierte Design und das qualitativ hochwertige Material bieten ein unschlagbares Preis-Leistungs-Verhältnis, so Lieferant Exito. Der Schaft und der Clip sind in vielen verschiedenen Farbkombinationen erhältlich, sodass hier fast alle Kundenwünsche erfüllt werden können. So gestaltet sich die Suche nach dem passenden Ton gleich viel leichter und macht noch mehr Spaß. Der geradlinige Schaft ermöglicht verschiedenste Drucktechniken (Tampon- und Siebdruck). Der breite und ergonomische Clip eignet sich perfekt für den Aufdruck im Großformat – genau das, was sich viele Kunden heute wünschen.

PSI 47307 • Exito Group • Tel +48 22 8522298
r.zajac@exitogroup.pl • www.adpen.eu • www.exitogroup.pl

siplast® MADE IN GERMANY
QUALITÄT SCHWEißT ZUSAMMEN!

klemmbrett
clap two

ringbücher
register

hefter
mappen
klemm-mappen
sammelmappen

karten- & passhüllen
mit TÜV-geprüftem ausleseschutz
ausweishüllen
zubehör
namensschilder
kartenboxen

werbeartikel
mailingverstärker

+49 (0) 2732.59 22.0
info@siplast.de
www.siplast.de

DREHEN UND NOTIEREN

Easy Gifts stellt zum Thema „Schreibgeräte und Büro“ zwei Artikel seines umfangreichen Portfolios vor. Zunächst den Drehkugelschreiber „Brescia“ aus den Materialien Kunststoff, ABS und Stahl mit blauschreibender Kunststoffgroßraummine. Eine Veredelung ist hier per Lasergravur auf den Clip möglich. Des Weiteren das Notizbuch „Schleswig“ mit 160 Seiten liniertem Papier, das mittels Tampondruck individualisiert werden kann. Beide Artikel werden einzeln verpackt im Polybeutel versendet.

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

ATTRAKTIVE ORDNER

Personalisierte Aktenordner sind ein äußerst effektives Werbemittel. Dieses einfache Produkt bringt nicht nur mehr Ordnung ins Büro, sondern hinterlässt auch noch einen professionellen und positiven Eindruck. Personalisierte Ordner werben zudem subtil. Wer zum Beispiel seinen Kunden oder Lieferanten einen Ordner mit wichtigem Inhalt anbietet, wirbt damit gleichzeitig für das Image seines Unternehmens. Ordner sind die perfekte Möglichkeit, ein Firmendesign im ganzen Büro umzusetzen. Eine ansprechend organisierte Ablage wird so zum Gestaltungsmerkmal für einen rundum gelungenen Firmenauftritt. Der gute Eindruck zählt und wirkt hier bis ins Detail.

PSI 49331 • R3D Lda • Tel +351 275 331492
tania.pereira@r3d.pt • www.r3d.pt

PERFEKTER SCHREIBKOMFORT

Bei Macma kann ein stilvolles Schreibset aus Metall bestellt werden, das in seiner klaren Optik aus dem Rahmen fällt. Es besteht aus einem blau schreibenden Kugelschreiber und einem Druckbleistift in einem Pouch in Carbonoptik. Werbung wird nach Kundenwunsch auf die Schreibgeräte gelasert. Der Laserpreis versteht sich pro Schreibgerät.

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

STYLISH UND INNOVATIV

Der „bluePencil“ des Unternehmens bluebox ist gleichzeitig Kugelschreiber und Bleistift. Er besticht durch seine exzellente Minentechnik, die mittels nachfüllbarer Minen ökologische Nachhaltigkeit garantiert. Das außergewöhnliche Schreibgerät ist aus einem Stück Flugzeugaluminium gefertigt und in den Trendfarben Silber, Space-grau, Gold und Bronze verfügbar. Mittels Lasergravur ist eine optimale Veredlung möglich. Modern, stylish und innovativ überzeugt der bluePencil mit seinem (geschützten) Design und seiner besonderen haptischen Anmutung. Geliefert wird er in einer hochwertigen Geschenkverpackung mit drei HB Bleistiftminen, zwei Kugelschreiberminen und einem Minenspitzer.

PSI 49674 • bluebox Promotion GmbH • Tel +49 6241 266440
info@bluebox.one • www.bluebox.one

LICHTSTARK UND LUPENREIN

Für alle, die gerne genauer hinsehen, gibt es die Leselupe „Sherlock“ von Topico. Mit zwei integrierten LEDs und einer dreifachen Vergrößerung sorgt die Lupe für einen ungetrübten Durchblick. Der Kunststoff-Griff lässt sich dank Ausklappmechanismus auch in einen Standfuß verwandeln und ermöglicht so ein freies Hantieren unter der Lupe. Die scharfe Lesehilfe eignet sich für vielfältige Einsatzmöglichkeiten – so zum Beispiel zum Begutachten von Briefmarken oder Münzen und um das Kleingedruckte unter Verträgen besser entziffern zu können. Alle, die den Artikel genauer unter die Lupe nehmen möchten, finden die handliche Taschenlupe im PromotionTops Katalog 2016.

PSI 44327 • Topico Handels GmbH & Co. KG • Tel +49 421 52270
sales@topico.de • www.topico.de

STABILA MESSGERÄTE GMBH

HAPPY FAMILY-MASSSTAB UNTERSTÜTZT KINDER

Zum Weltkindertag 2014 hatte das Traditionsunternehmen Stabila Messgeräte in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Kinderschutzbund Landau-SÜW e.V. und dem Deutschen Kinderschutzbund Bundesverband e.V. einen innovativen Mini-Erziehungsratgeber in Form eines Maßstabs entwickelt. Ein Teilbetrag pro verkauftem Maßstab sollte dem sozialen Zweck zugutekommen. Am 16. Februar 2016 wurden in Annweiler nun erstmals 1.028, 65 Euro an den Deutschen Kinderschutzbund überreicht. Seit der Produktankündigung im September 2014 ist die Erstauflage der „Happy-Family"-Maßstäbe bereits ausverkauft. „Abnehmer waren zum Beispiel Banken, Versicherungen und namhafte Industriefirmen, die den vom Kinderschutzbund offiziell zertifizierten Elternratgeber an werdende Mütter und Väter verschenkten", teilte Tobia Buchmann, Leiter des Verkaufs Werbemittel von Stabila mit. Auf dem liebevoll gestalteten Maßstab ist das Wachstum eines Kindes von Geburt an dokumentiert. Neben Hinweisen auf Vorsorgeuntersuchungen und Kontaktadressen von Familienhilfeeinrichtungen, hält der „Happy Family"- Maßstab sinnvolle Ratschläge für den Familienalltag bereit. Unternehmen können das Messgerät unter werbemittel@stabila.de bestellen und mit ihrem Logo personalisieren. *www.stabila.de* <

© Jeannettejung/Stabila

Tobia Buchmann und Holger Binder, Leiter Vertrieb und Marketing, von Stabila (li.) überreichen Heinrich Braun und Sina Kaimer vom Kinderschutzbund die Geldspende aus dem Verkauf der Elternmaßstäbe.

ZUWACHS IM INNENDIENST

PREMO SETZT AUF VERSTÄRKUNG

Um die Kunden im deutschsprachigen Raum noch besser bedienen zu können, setzt der niederländische Werbeartikelanbieter Premo mit Hauptsitz in Almelo auf Esther Brüning. Die 35-jährige Brüning stammt aus dem deutschen Münsterland, hat aber ihren gesamten beruflichen Werdegang in den Niederlanden absolviert. Seit Juli 2015 ist sie bei Premo beschäftigt und war zunächst in der Grafik tätig. Ab Januar 2016 ist sie nun die neue Ansprechpartnerin für alle Belange rund um die Anfragen und Aufträge der Kunden, wobei sie zudem die Druckdaten direkt aufbereitet und die Korrekturabzüge für die Kunden erstellt. Sie unterstützt damit auch Hans-Georg Nientiedt, der mit seiner Handelsagentur weiterhin die Kunden im deutschsprachigen Bereich vor Ort betreut. Kontakt: *esther@premo.nl*
www.premo.nl / www.handelsagentur-nientiedt.de <

Esther Brüning

KALFANY SÜSSE WERBUNG

NEUZUGÄNGE IM CUSTOMER SERVICE

Kalfany Süße Werbung, namhafter Hersteller von personalisierten Süßwaren, hat sich personell weiter verstärkt. Vor kurzem hat Bernhard Stemke im Customer Service die Kundenbetreuung des Kundenkreises A, B, C als Nachfolger von Kim Häckel übernommen. Stemke bringt als Großhandelskaufmann mit über

Bernhard Stemke und Melanie Reinbold bringen frischen Schwung ins Vertriebsnetz des Süßwarenproduzenten.

20 Jahren Außen- und Innendienstvertriebserfahrung fundierte Kenntnisse für seine Tätigkeit auf dem Gebiet der Produktberatung inklusive Auftragsabwicklung eines personalisierten Werbeartikels mit. Als Nachfolgerin der in den Ruhestand gewechselten Vera Nadler unterstützt Melanie Reinbold seit Anfang Februar das Team des Customer Service. Die gelernte Industriekauffrau mit Fortbildung zur Betriebswirtin verfügt außerdem über mehrjährige Vertriebserfahrung im Bereich Druckerzeugnisse und freut sich auf die vielseitige Tätigkeit der Betreuung ihres zukünftigen Kundenkreises D, E, F im Bereich der Herstellung und Veredlung von Süßen Werbemitteln.
www.suesse-werbung.de <

ART DI COMO DESIGN GMBH

SCHMACKHAFTER BENEFIZABEND

Das Unternehmen Art di Como Design ist in der Branche nicht nur als Lieferant modischer Fashionartikel und Designaccessoires bekannt, sondern auch mit kulinarischen Events und Produkten des Unternehmenszweigs „RistoSante“. Seinen Erfahrungen in diesem letzteren Bereich vertrauend, initiierte Geschäftsführer Rudi Raab in seiner Funktion als Präsident des Lionsclubs Lauf einen Benefiz-Kochevent, für den er Sternekoch Andreas Schweiger gewinnen konnte, der für die gute Sache auf seine Gage verzichtete. 23 Teilnehmer bereiteten unter der Anleitung und mit den Tipps des renommierten Küchenprofis in Raabs Kochschule RistoSante ein schmackhaftes 4-Gänge-Menü und spendeten insgesamt 7.500 Euro für die Lebensgemeinschaft Münzinghof. Den Betrag rundete der Lionsclub auf 10.000 Euro auf. Im Münzinghof in Velden leben 140 Menschen, von denen etwa die Hälfte aufgrund einer Behinderung auf Hilfe angewiesen ist. Die Bewohner betreiben seit 35 Jahren biologisch-dynamische Landwirtschaft und stellen aus eigenen Hoferzeugnissen Käse und Brot her. Die Spende fließt in den Bau eines geplanten Pferdestalls, wo bald betreutes Reiten angeboten werden soll.
www.artdicomo.de <

Gespannt lauschen die Teilnehmer des Schlemmerabends den Anweisungen des Kochprofis.

PWA EXPO HELSINKI

POSITIVE STIMMUNG

Am Abend des 4. Februar 2016 schloss die Frühjahrsveranstaltung der PWA Expo (Promotional Wholesale Association Scandinavia) im Ausstellungszentrum Wanha Satama in Helsinki ihre Pforten. Insgesamt wurde die zweitägige Veranstaltung von 401 Personen besucht. Klaus Beyer, PSI Repräsentant für alle skandinavischen Länder, zog ein optimistisches Fazit: „Die Stimmung war – trotz eines leichten Besucherrückgangs im Verhältnis zur Messe des vergangenen Jahres – positiv. Der finnische Werbeartikel-Markt wird seit etwa zwei Jahren von Rezessionsstimmungen geprägt, davon war allerdings auf der gerade zu Ende gegangen Veranstaltung nichts zu spüren.“ Unter den 34 Ausstellern befanden sich auch drei deutsche Lieferanten (Geiger-Notes AG, UMA und WIL Langenberg). Lokale Vertretungen von einigen weiteren deutschen Lieferanten wie Daiber, Fare und Halfar waren ebenfalls vertreten. Die nächste Veranstaltung wird wieder an gleicher Stelle im Stadtteil Katajanokka am Stadthafen Helsinki am 24. und 25. August 2016 stattfinden. Bei Interesse zu dieser und weiteren Messe-Veranstaltungen des skandinavischen Raums gibt Klaus Beyer gerne weitere Informationen und vermittelt Kontakte unter: Tel. +49 5824 985826, Mobil +49 172 7477262. *klaus@beyergmbh.com* <

Trotz eines leichten Besucherrückgangs war die Stimmung im Ausstellungszentrum Wanha Satama positiv.

ALLBRANDED WEITER AUF EUROPAKURS

ONLINE SHOP IN FRANKREICH ERÖFFNET

Allbranded, der Werbeartikel-Spezialist aus Hamburg, wächst weiter. Nach ausführlichen Marktanalysen hat allbranded nach Deutschland, Österreich und Schweiz nun mit der Webseite www.allbranded.fr auch einen Online-Shop für werbetreibende Geschäftskunden in Frankreich implementiert. Der Internetauftritt bietet ein großes Sortiment an Werbeklassikern, Give-aways und innovativen Produktideen. Ein modernes Design, eine klare und übersichtliche Navigationsstruktur sowie große Bilder erleichtern dem Kunden die Suche nach dem passgenauen Werbeartikel. Die individuellen Wünsche werden dabei von einem erfahrenen Team in enger Abstimmung mit dem Kunden umgesetzt. Marco Krahmer, CMO des Werbeartikel-Händlers: „Der Launch der französischen Website von allbranded wird in landesspezifisch angepasster Form in naher Zukunft auch für die Shops in Spanien und Großbritannien eingeführt.“ *www.allbranded.de* <

1. BIS 2. JUNI 2016 IN LUZERN

2. AUFLAGE DER MARKE[DING] SCHWEIZ

Der Schweizer Bildungs- und Marketingexperte promoFACTS veranstaltet am 1. und 2. Juni 2016 zum 2. Mal die marke[ding] Schweiz als Werbeartikelmesse für Händler und Industriekunden. Veranstaltungsort ist erneut die Messe Luzern. Anspruch der marke[ding] Schweiz ist es, die Messeplattform mit einem klaren Fokus auf den Werbeartikel und die Vielseitigkeit der haptischen Werbung zu inszenieren. Als Innovations- und Informationsplattform will die Messe Branchentreff, Impulsgeber und Symposium der Werbeartikelbranche sein. Sie zeigt das vielfältige Potential der visuellen und haptischen Werbung und bietet dem Besucher einen weitreichenden Überblick über das Leistungsportfolio und den Einsatz gegenständlicher Werbeformen, Best Practice Beispiele und innovative Konzepte. Das Konzept der marke[ding] Schweiz ist auf Schweizer Trägeragenturen und Händlerpartner ausgerichtet. Diese nutzen die Plattform „zu attraktiven Rahmenbedingungen“ und laden ihre Industriekunden zur Messe ein. Alle sieben Trägeragenturen von der Premiere sind bei der kommenden Juniausgabe wieder dabei: Pandinavia AG, CPT AG, Polydono AG, Cadolino by comTeam AG, E7 Promotion GmbH, kw open AG und diewerbeartikel gmbh. Mittlerweile sind gemeinsame Werbeaktivitäten in der Umsetzung, um das definierte gemeinsame Ziel mit 1.200 Fachbesuchern zu erreichen. Die Messe übersiedelt in diesem Jahr in die repräsentative Halle 1. Hier steht dem Veranstalter auch mehr Fläche zur Verfügung und alle Aussteller können sich gemeinsam auf einer gemeinsamen Ebene positionieren. Begleitend zur Messe werden in einem Auditorium Vorträge und Workshops für die Besucher angeboten. Im Zentrum stehen das Sinnes-Marketing und die Multisensorik. *www.markeding-schweiz.ch* <

Vergangenes Jahr fand die marke[ding] Schweiz noch auf zwei Etagen statt.

ASS ALTENBURGER

VERSTÄRKUNG IM VERTRIEB

Mit Beginn des neuen Jahres setzt ASS Altenburger seinen zukunftsorientierten Weg fort. Seit Januar 2016 unterstützt mit Salvatore Sangiorgio ein neuer Key Account Manager im Bereich Promotional Services die bereits 160 Mitarbeiter in Marketing, Vertrieb und Produktion. Salvatore Sangiorgio kann auf über 20 Jahre Erfahrung in der Werbeartikel-, Lifestyle-, Textil- und Konsumgüterindustrie zurückblicken. Auf seinen vielfältigen beruflichen Stationen bei namhaften Firmen wie z. B. Fossil Europe GmbH, Senator GmbH & Co.KGaA oder zuletzt der Bartenbach Marketing Services GmbH, lernte er die Werbemittelbranche sowohl aus Hersteller- als auch aus Händlersicht kennen. *www.spielkarten.com* <

Salvatore Sangiorgio

PROMONOTES GMBH

ZUWACHS UND UMZUG

Lisa Lawrenz verstärkt die PromoNotes GmbH, Qualitätsproduzent von individuell bedruckten Werbeartikeln aus Papier. Sie ist bereits seit vergangenen letzten Jahres für das Unternehmen im Einsatz. Lisa Lawrenz hat ihre berufliche Karriere in der Druckbranche begonnen und war danach im Verlagswesen tätig. PromoNotes-Geschäftsführer Gerrit Bruns: „Neben den persönlichen Stärken haben uns ihre Erfahrungen sowie der tägliche Kontakt mit dem Thema Druck und Werbung in ihrer Vita überzeugt. Frau Lawrenz unterstützt uns bereits tatkräftig bei der Erweiterung unseres Geschäftes und der Betreuung unserer bestehenden Kunden.“ Außer dieser personellen Veränderung hat das Unternehmen auch einen Ortswechsel zu vermelden. Vom bisherigen Standort Ellerau/Schleswig-Holstein (nördlich von Hamburg) wechselt PromoNotes etwas weiter nördlich ins ebenfalls verkehrsgünstig an der A7 gelegene Kaltenkirchen. Ab dem 15. Februar 2016 ist das Unternehmen unter folgenden Kontaktdaten zu erreichen:

Lisa Lawrenz

PromoNotes GmbH
Borsigstraße 8-10
D-24568 Kaltenkirchen
Tel. +49 4191 99133-00
Fax +49 4191 99133-99
info@promonotes.de
www.promonotes.de <

PF CONCEPT LANCIERT „INFUSION“

DAS MACHT EINDRUCK

PF Concept geht neue Wege im Bereich der Gestaltungsmöglichkeiten von Werbetextilien. Mit seiner innovativen Technologie „inFusion“ kann Europas Multi-Spezialist in Sachen Werbeartikel Textilien jetzt so bedrucken, dass die Farbe nicht auf-, sondern direkt in die Faser eingedruckt wird. Der Farbdruck wirkt gestochen scharf und verschmilzt zugleich mit dem Stoff. Das Ergebnis ist eine edle Optik und eine pures Textilgefühl. InFusion

Die neue Technologie „inFusion“ druckt die Farbe direkt in die Faser ein.

behindert die natürliche Atmung der Kleidung nicht und ist daher besonders gut für leichtere Kleidung geeignet. Den Gestaltungsmöglichkeiten sind mit dieser Technologie keine Grenzen gesetzt, auch der trendige Vintage-Look ist problemlos realisierbar. „Derart veredelte Kleidungsstücke sehen aus wie teure Designer-Stücke und werden deshalb gerne getragen“, ist sich Ralf Oster, CEO PF Concept, sicher. Das PSI Journal wird die neue Technik in ihrer Maiausgabe ausführlicher vorstellen.

www.pfconcept.com <

FILEREX EUROPE

USB-STICK WIRD EUROPÄISCHER STANDARD

Die FiLEREX Europe GmbH & Co. KG hat ihr europäisches Headquarter Mitte Januar 2016 in Berlin eröffnet. Mit der neuerlichen Patenterteilung soll der „abheftbare USB-Stick“, der bislang unter der Bezeichnung „file/it“ vertrieben wurde, zum internationalen Standard erhoben werden. Durch seine Verbindung von digitalen Daten, Papier und Verschlüsselungstechnologie ist dieser Standard neben der virtuellen Cloud analog voll im Trend. Ob Bauprojekt, Steuererklärung, Zeugniskonferenz, Kreditvertrag, Katalog, Schulungs- oder Verkaufsunterlage – wer die Ordnung mag, wird FiLEREX schätzen. Der „abheftbare USB-Stick“ archiviert digitale Daten aller Art gemeinsam mit den dazugehörigen Dokumenten genau da, wo sie hingehören: im jeweiligen Ordner. So lassen sich weiterführende Informationen, Statistiken, Tabellen und Kalkulationen, aber auch Fotos perfekt ablegen und jederzeit mühelos wiederfinden. Von der cleveren Idee, wichtige Dokumente durch ein elektronisches Speichermedium zu ergänzen, profitieren auch werbende Unternehmen, die das praktische Accessoire einsetzen, um sich mit Gebrauchswert in Erinnerung zu bringen und Sympathiepunkte bei Ordnungsliebhabern zu sammeln. Hans-Christoph Kaiser, Geschäftsführer der FiLEREX Europe GmbH & Co. KG erklärt: „Die Patenterteilung ist ein Durchbruch und bescheinigt dem Unternehmen Kreativität und Innovationskraft in einem umkämpften Markt. Unsere Vision ist es einen innovativen internationalen Standard zu setzen. Unsere Mission: Kunden als Marktführer viele Lösungen und Möglichkeiten bieten. Ich bin sehr zuversichtlich, dass wir mit unserem weltweit erfahrenen Sourcing und der lokalen flexiblen Assemblierung in verschiedene Farben, Technologien und individueller Veredelung unseren Kunden in Europa ein attraktives Angebot machen können. “Für das Unternehmen ist der neue exklusive Standard Programm, wobei das Angebot auch professionelle, industrielle Medien und 3D-Druck umfasst. Der Geschäftsführer verspricht: „Mit FiLEREX Europe werden Verbraucher bald überall Zugang zum Standard haben.“

Mit der neuerlichen Patenterteilung soll der „abheftbare USB-Stick zum internationalen Standard erhoben werden.

Hans-Christoph Kaiser, Geschäftsführer der FiLEREX Europe GmbH & Co. KG.

www.filerex.com <

Gruppenbild mit Siegern (v. l.): Moritz Menzel (PLAYGRND/Menzel), Anna Vaccari, Silke Frank (beide PSI), Mathias Menzel (PLAYGRND/Menzel), Bastian Scheil (Vim Solution), Michael Freter (PSI), Benjamin Mayer (Vim Solution), Sophie Hufer (PSI).

PSI FIRST 2016: PEOPLE'S CHOICE AWARD

EINE ECHTE BEREICHERUNG

Eine zündende Idee, eine Marktlücke oder eine Leidenschaft, die das Zeug zu mehr hat: Innovationen sind auch in der Werbeartikelwirtschaft das Salz in der Suppe. 50 neue Werbeartikel wurden auf der PSI 2016 im Rahmen des PSI FIRST Clubs vorgestellt – und die Messebesucher haben gewählt. Nun wurden die drei Gewinner bei einem festlichen Dinner in Düsseldorf geehrt.

Produkte und Leistungen, die den Markt bereichern, stärken oder erweitern, verdienen einen gebührenden ersten Auftritt. So feierte die Werbeartikelwirtschaft im Januar 2016 im Rahmen der PSI nicht nur den Beginn des neuen Werbeartikeljahres, sondern auch die Premiere von insgesamt 50 neuen Werbeartikeln. Und diese Produktpremieren erlebten gleich noch eine Premiere, denn zum ersten Mal entschieden die Messebesucher, welche der Innovationen sie am überzeugendsten fanden. In der Gunst des Publikums ganz oben stand dabei der fixxo Universal Smartphone-Halter fürs Auto von der BEMAG Sascha Behrendt / fixxo Germany. Auf Rang zwei folgte die Powerbank aus Beton von der Vim Solution GmbH. Platz drei belegten die Suncard-Sunglasses in a postcard von PLAYGRND Labs / Menzel GbR. Am 16. Februar 2016 wurden die drei Gewinner bei einem festlichen Dinner im Innside Düsseldorf Hafen mit dem People's Choice Award ausgezeichnet. Die Wahl der Location sowie die starke PSI-Präsenz machen deutlich, welch hohen Stellenwert der PSI FIRST Club innerhalb des internationalen Netzwerks der Werbeartikel-Wirtschaft hat. PSI Geschäftsführer Michael Freter blieb die ehrenvolle Aufgabe vorbehalten, die strahlenden Sieger über den Dächern von Düsseldorf auszuzeichnen. Mit Blick auf die Geehrten, aber auch auf die weiteren 47 PSI FIRST Produkte, betonte er: „Innovationen sind eine Bereicherung für die Branche" und brachte damit auf den Punkt, mit welcher Intention der PSI FIRST Club vor zwei Jahren ins Leben gerufen wurde. Einziger Wermutstropfen des rundum gelungenen Abends: Die Erstplatzierten (BEMAG Sascha Behrendt / fixxo Germany) waren leider kurzfristig verhindert und konnten deshalb nicht vor Ort dabei sein. Über die Vergabe des People's Choice Award und das festliche Dinner hinaus wurde an diesem Abend deutlich, was das PSI als internationales Netzwerk auszeichnet: Es fand ein reger Austausch statt und man saß bis spät in die Nacht hinein in fröhlicher Runde zusammen. <

DIE SIEGER UND IHRE PRODUKTE

PLATZ 1: FIXXO UNIVERSAL SMARTPHONE-HALTER FÜRS AUTO

Neu an dem Produkt ist zum Beispiel, dass es dank einer innovativen Haltekralle an Lüftungsgittern bzw. in Lüfter-Lamellen jeder Form befestigt werden kann.

Sascha Behrendt, BEMAG Sascha Behrendt / fixxo Germany

„Wir haben in den zehn Jahren unseres Bestehens alle bekannten Branchen-Awards gewonnen und sind etwas verwöhnt. Doch der erste Platz bei den PSI FIRST Awards ist für uns eine ganz besondere Auszeichnung, weil es ein Peoples's Choice Award ist, bei dem Produkte nicht willkürlich und inflationär von einer Jury gekürt werden, sondern von den für uns maßgeblichen Kreisen, den Werbeartikelhändlern. Diese haben unseren fixxo Universal KFZ-Handyhalter auf der PSI Messe aus 50 Produkten per Abstimmung zum Gewinner gewählt. Wir stellen fest, dass die transparente und glaubwürdige Art der Preisvergabe sowie die Tatsache, dass es nur drei Gewinner gibt, unserem Produkt maximale Aufmerksamkeit und Wertschätzung verschafft hat. Wir leben von Innovationen, was wir mit unserer Dachmarke „WOW! Products" auch zum Ausdruck bringen. Jedes unserer Produkte hat einen WOW! Faktor. Das ist unser USP in einem hart umkämpften Markt. Wir sind bekannt, Trends zu setzen."

Christian Voithenleitner präsentierte den siegreichen Smartphone-Halter.

PLATZ 2: POWERBANK AUS BETON

Unter dem Motto „Unmögliches möglich machen" kreierte das Team von Vim Solution ein Produkt in völlig neuem Design: eine Powerbank aus Beton.

Bastian Scheil, Benjamin Mayer, Vim Solution GmbH

„Wir haben zum dritten Mal bei PSI FIRST teilgenommen und haben uns natürlich gewünscht, ins obere Ranking zu kommen. Wichtig war für uns aber auch, Kunden einmal zu zeigen, was alles machbar ist. Dass in diesem Jahr die Besucher direkt entscheiden durften, welches Produkt sie am meisten überzeugt, ist absolut der richtige Weg, denn letztlich entscheidet der Kunde, welche Produkte er nutzen will. Wir haben schon während der Messe ein wahnsinniges Feedback erhalten. Das hat uns sehr positiv überrascht. Wir fühlen uns durch den Preis bestätigt. Er ist für uns Ansporn und Motivation zugleich, weiter innovativ zu sein. Es ist toll, wenn das, was man macht, vom Kunden so großartig aufgenommen wird. Innovationen sind für uns sehr wichtig, aber wichtig ist auch das Beständige im Sortiment. Mit unserem Produkt haben wir beides miteinander verknüpft. Wir werden auch weiterhin innovativ arbeiten und würden natürlich sehr gerne auch beim nächsten Mal mit einer Innovation teilnehmen."

Frank Börschig, Kundenbetreuer bei Vim Solution, mit der Powerbank aus Beton.

PLATZ 3: SUNCARD-SUNGLASSES IN A POSTCARD

Das ist ein „Do-it-yourself-Sonnenbrillen-Bausatz", durch den die Sonnenbrille eine neue Form und viele Zusatzeigenschaften erhält. Auch der Werbeeffekt ist groß, denn das Produkt ist Flyer und Give-away in einem.

Moritz Menzel, PLAYGRND / Menzel GbR

„Wir waren in diesem Jahr zum ersten Mal auf der PSI. Dass wir direkt den Award gewonnen haben, ist für uns eine große Ehre. Es ist der perfekte Start für den Eintritt in den Werbeartikelmarkt, denn wir sind mit unserem Produkt frisch rausgekommen und lernen die Branche erst noch kennen. Uns wurde mal gesagt, dass man hin und wieder Awards braucht, um bekanntzuwerden und im Gespräch zu bleiben. Für uns als Neuling in der Branche ist es also optimal, denn natürlich möchten wir die Aufmerksamkeit auf uns lenken und ernst genommen werden. Auch dass der Preis vom Publikum vergeben wird, bedeutet uns viel, denn das zeigt uns, dass unsere Idee direkt im Markt angenommen wird. Hunderte Visitenkarten, die wir auf der PSI gesammelt haben, sind der haptische Beweis – wir sind bis heute noch dabei, sie zu bearbeiten. PSI FIRST war für uns ein grosser Erfolg – vor Ort und im Nachhinein."

Moritz (links) und Mathias Menzel (PLAYGRND / Menzel GbR) strahlten auf der PSI.

Konstruktives Miteinander: K+M-Geschäftsführer Stéphane Hennig r. im Kundengespräch.

Die Aktionen der Aussteller kamen sehr gut an. Bei Senator zum Beispiel wurden Tassen bedruckt.

K+M WERBEMITTELMESSE

GEMEINSAM ZUM ERFOLG

Händler, Lieferant und Kunde bilden ein Team, das mit vereinten Kräften und gemeinsamen Ideen erfolgreiche Projekte umsetzt – dieser Gedanke stand hinter dem diesjährigen Motto der Werbemittelmesse von K+M am 25. Februar. Das freundschaftliche und engagierte Miteinander von Ausstellern, Gastgebern und Kunden belegte aufs Neue das gelungene Konzept der Veranstaltung.

In den Straßen rund um das Rhein-Main-Werbemittel-Zentrum wird es regelmäßig eng, wenn die K+M Werbemittel GmbH Ende Februar zur Werbemittelmesse lädt. Denn die professionell organisierte Hausmesse, die Geschäftsführer Stéphane Hennig und sein Team alljährlich im ausgedehnten firmeneignen Showroom ausrichten, ist regelmäßig bestens besucht. Nicht nur außerhalb, auch auf dem Gelände und erst recht in den Ausstellungsräumen geht es den ganzen Tag über geschäftig zu. 302 Besucher wurden in diesem Jahr gezählt, fast alle Einladungen wurden angenommen. Darüber freute sich Hennig besonders, denn es ist ein Zeichen dafür, wie wichtig der Event auch für die Kunden ist.

INTERESSANTES PRODUKTPORTFOLIO

Die Messe ist bei Ausstellern und Kunden gleichermaßen beliebt. Jeder kommt gern, denn die Stimmung ist gut, die Atmosphäre locker und die Aussteller engagiert. Sie können ganz gelassen sein, müssen sie doch keine Stände schleppen und lange aufbauen: Sie arrangieren lediglich ihre Produkte in den übersichtlichen Regalen des Showrooms, wo sie dann auch eine Zeitlang bleiben werden. Ein Abbau entfällt dadurch ebenfalls. Dieses System hat sich bewährt und ermöglicht optimale Kundeninformation bei überschaubarem Aufwand für Aussteller. „Die Lieferanten waren begeistert, denn es waren tolle Kunden da, die sich fundiert informiert haben“, sagte Hennig. „Und obwohl unsere Veranstaltung eine Infomesse ist, haben wir auch konkrete Anfragen

bekommen." Die Riege der Stamm-Aussteller wurde auch in diesem Jahr wieder durch Neuzugänge mit interessantem Produktspektren bereichert. Insgesamt präsentierten 60 Aussteller ein breites Portfolio werbestarker Produkte aus allen Kategorien.

EVENTCHARAKTER KOMMT GUT AN

In diesem Jahr fiel vor allem der ausgeprägtere Eventcharakter der Messe auf: Zu sehen waren nicht nur Produkte – einige Aussteller boten den Besuchern auch einen Blick hinter die Kulissen. So konnte man bei Senator vor Ort seine individuell bedruckte Tasse „in Auftrag geben" und dabei zuschauen, wie sie entsteht. Eine Aktion, die sehr gut ankam. Auch bei InCrystal gab es nicht Alltägliches zu sehen: Glasartikel wurden dort per Lasergravur veredelt. Bei Klio konnte man erfahren, dass ein flüssig schreibender Kugelschreiber kein Zufall ist, sondern dass die Mine hierzu umfangreiche Tests durchlaufen muss. Der Schreibgeräte- und Minenhersteller hatte eine professionelle Minen-Test-Maschine installiert, die Minen automatisch viele Kilometer schreiben lässt. Wem nach Süßem zumute war, konnte sich die auf traditionelle Art gekochten und geformten Bonbons mitnehmen, die ein Mitarbeiter der Jung Bonbonfabrik herstellte. Zogi griff in Obertshausen seine schon auf der PSI viel beachtete Aktion auf: Besucher konnten sich ihre persönliche Powerbank mit ihrem (vor Ort aufgenommenen) Portrait im Digitaldruck bedrucken lassen. Eine schöne Idee, die dem Kunden ein hochwertiges, individuelles Präsent bescherte, Information zum Digitaldruck inklusive. Kahla hatte einen Kaffeestand mitgebracht, an dem sich Besucher verschiedene Kaffeespezialitäten holen konnten – natürlich in Kahla-Tassen. Das Schöne an den Aktionen: Sie lenken die Aufmerksamkeit auf die Produkte, indem sie deren Herstellung, Veredlung oder Verwendung in Szene setzen. Damit machen sie die Produkte greifbarer, wecken das Interesse daran. Ideal also, um Information und Erlebnis zu verbinden. Entsprechend positiv war auch die Resonanz auf die verschiedenen Demonstrationen. Ein Gewinnspiel passend zum Motto „Gemeinsam zum Ziel" rundete die Veranstaltung ab.

Volle Gänge, interessierte Besucher: Ein gewohntes Bild bei der Werbemittelmesse.

STARKES KONZEPT, PROFESSIONELLE UMSETZUNG

Die Werbemittelmesse in Obertshausen steht seit jeher für Professionalität, ist aber auch aber für ihre angenehme Atmosphäre und die herzliche wie persönliche Betreuung der Kunden und Aussteller durch das K+M-Team bekannt. Das Team ist jedes Jahr an einem neuen, schicken Outfit zu erkennen, wobei jeder ein mit seinem Namenszug besticktes Hemd trägt. Das Team steht immer bereit, um Kunden zu den Ausstellern zu begleiten, Fragen zu beantworten und Tipps zu Neuheiten und Trends zu geben. So ergibt sich manches weiterführende Gespräch, in dem Ideen und Sonderanfertigungen besprochen werden können. Nicht zuletzt verführt der unwiderstehliche Duft aus der Catering-Zone alle Anwesenden dazu, dort einmal vorbeizuschauen. Denn ebenso legendär wie die Messe ist auch das Catering, dessen Qualität seinesgleichen sucht – darüber waren sich auch in diesem Jahr alle einig. <

Geschäftsführerin Anne Bartenbach und die „Rheinhessen-Ape“, der originelle Verkaufsstand der Rheinhessen-Jubiläumskollektion, die am Werbemitteltag live präsentiert wurde.

12. BARTENBACH WERBEMITTELTAG

JAHRMARKT DER IDEEN

Bunt, spannend, kreativ – der Jahrmarkt als große Bühne, wo man Neues sehen, erleben und ausprobieren kann, stand Pate bei der Konzeption des diesjährigen Bartenbach Werbemitteltages am 3. März in Mainz. Die 37 Aussteller präsentierten ein breites Spektrum an Werbeideen und sorgten mit Aktionen und Vorführungen für so manche Überraschung. 485 Fachbesucher ließen sich informieren, beraten und begeistern.

Das echte haptische Erleben steht bei uns immer im Mittelpunkt“, erklärte Managing Director Tobias Bartenbach. „Genau deswegen gehen Menschen ja so gerne auf einen Jahrmarkt und genau deswegen kommen unsere Kunden auch so gerne zu uns. Sie wollen etwas Neues anfassen, etwas Ungewohntes hören, etwas Lustiges selbst ausprobieren. Sie suchen neue Ideen, mit denen sie wiederum ihre Kunden und Partner für sich gewinnen können.“ In diesem Sinne war der Event in der Mainzer Lokhalle wieder eine Inspirationsquelle erster Güte. Marketing-Experten waren aus dem gesamten Bundesgebiet angereist, um sich über Trends und Neuheiten auf dem Markt der sympathischen dreidimensionalen Werbeträger zu informieren.

VORZEIGEPROJEKT 200 JAHRE RHEINHESSEN

Schon beim Betreten der Location fiel uns der im Gegensatz zu den Vorjahren veränderte Aufbau der Messe auf. Die Stände waren um eine zentrale Sonderfläche herum angeordnet, auf der ein aktuelles Merchandising-Projekt vorgestellt wurde: Anlässlich des 200-jährigen Jubiläums der Region Rheinhessen in diesem Jahr wurde von Bartenbach im Auftrag von Rheinhessen Marketing eine komplette Jubiläumskollektion aufgelegt. In deren Entstehungs- und Vertriebsprozess war die gesamte Wertschöpfungskette gefragt: von der Idee über die Gestaltung und Produktion, den Vertrieb über den eigenen Online-Shop bis hin zur Logistik. Die Rheinhessen-Jubiläumskollektion wurde am Werbemitteltag live präsentiert und zum Verkauf angeboten – selbstverständlich in einem speziell gebrandeten mobilen Verkaufsstand auf drei Rädern, der Rheinhessen-Ape. Dieses originelle Gefährt war ein geschickt platzierter Hingucker, der die konzeptionelle Kompetenz des Unternehmens demonstrierte.

Motivierte Aussteller, wissbegierige Kunden, gute Stimmung auf dem 12. Bartenbach Werbemitteltag.

BREITES ANGEBOT, INNOVATIVE LÖSUNGEN

Die Riege der Aussteller wartete mit vielen großen und bekannten Lieferanten-Namen auf. Alle Produktgruppen waren repräsentiert, die Auswahl war bemerkenswert: trendige Innovationen und Lifestyle-Artikel, aber auch Werbeklassiker und Weltmarken – sie alle sorgten gemeinsam für ein buntes, vielseitiges Produkt-Angebot für jeden erdenklichen Einsatzbereich. Die Kunden waren äußerst interessiert und ließen sich ausführlich informieren. Was sich nicht auf den ersten Blick von selbst erschloss, ließ man sich vom Aussteller erläutern und vorführen. Auf große Resonanz stieß zum Beispiel das Konzept Haptual von Orcas, das haptische Werbung mit digitalem Marketing verknüpft. Anschaulich und am konkreten Artikel erklärte Tina Mahler, wie zum Beispiel ein individuell gestaltbares Schreibtischprodukt mit Zettelbox, Haftnotizen und Stifteköcher mithilfe eines Codes und einer App zum Portal für virtuelle Inhalte wird. Eine absolut innovative, zeitgemäße und effektive Werbeform, die vor allem junge und technikaffine Zielgruppen im Visier hat. Auch Peter Löw von MiPow freute sich über das große Interesse an seinen stylishen Produkten rund um die Themen Smart Home, Power Sound, Power Tubes und Bluetooth Headsets. Schon von weitem faszinierte das bunte Farbenspiel der dekorativen MiPow Playbulb Sphere. Wie die LED-Leuchtkugel mit App-Steuerung und Farbwechsel funktioniert und welche Effekte man damit erzielen kann, ließ man sich gerne vom Experten vorführen. Wie die Branche modische Trends aufgreift und in eigene Produkte umsetzt, konnte man bei Alta Seta bewundern. „Mann trägt wieder Einstecktuch“, sagte Patrick Polaniok, „deswegen haben wir ein kleines Seidentuch mit vier verschiedenen Mustern entwickelt. Je nachdem, wie es der Herr faltet, hat er vier Einstecktücher in einem.“ Auch der mit zwei Mustern doppelseitig bedruckte Seidenschal ist ein stilvolles Präsent, das uns sehr gut gefallen hat. Natürlich gibt es auch die passende Krawatte dazu.

FRÖHLICHE JAHRMARKT-ATMOSPHÄRE

Im weiteren Verlauf des Rundgangs offenbarte sich immer wieder, wie vielseitig das Veranstaltungsmotto „Jahrmarkt der Ideen“ umgesetzt wurde. Zwischen Kalendern hier und Schreibgeräten dort stieß man zum Beispiel auf einen Schießstand, wo man unter fachkundiger Anleitung sein Ziel ins Visier nehmen konnte – natürlich mit harmloser Korkmunition. Viele Besucher nahmen die Herausforderung an und hatten viel Spaß dabei. Ein paar Stände weiter gab es einen schönen, alten „Hau den Lukas“, der an frühere Zeiten erinnerte und viele Besucher zum Ausprobieren verführte. Auch das frisch gemachte, duftende Popcorn von Magna Sweets passte wunderbar zur Jahrmarkt-Atmosphäre und lenkte die Aufmerksamkeit der Kunden auf die jüngste Innovation des Unternehmens, buntes Popcorn in allen Farben. Mit motivierten Ausstellern, wissbegierigen, aufgeschlossenen Kunden und allseits guter Stimmung war der 12. Bartenbach Werbemitteltag wieder eine sehr erfolgreiche Messe, die die Vielfalt und Kreativität der Branche dokumentierte. <

NACHHALTIG UND ZERTIFIZIERT MIT VERANTWORTUNG WERBEN

Nachhaltigkeit ist heute in aller Munde. Und das zurecht, erkennt doch der Mensch allmählich immer deutlicher, wie (über-)lebenswichtig es ist, natürliche Ressourcen sinnvoll und schonend zu nutzen und damit das Ökosystem des einzig uns zur Verfügung stehenden Planeten zu erhalten.

Verantwortlich leben heißt auch sozial zu handeln. Denn wo nur das „Ich“ im Vordergrund steht, da ist kein gedeihliches Leben möglich. Soziales Handeln bezieht sich aber nicht nur auf die unmittelbare Gesellschaft, sondern auch auf die Umwelt, die ja eigentlich eine Mitwelt ist und alles einschließt, was dem zivilisierten Zusammenleben dient. Doch ohne Leben auch kein Zusammenleben. Der griechische Grundbegriff für Leben lautet „Bio“. Und die „Biosphäre“ bezeichnet den mit Leben erfüllten Raum, wörtlich aus dem Griechischen übersetzt sogar die „Lebenskugel“ und damit den Lebensraum Erde. Der Erhalt – und nicht etwa die Ausbeutung – dieses Lebensraumes sollte also auch im sozialen Sinne zu den obersten Prämissen der auf diesen Lebensraum angewiesenen Spezies Mensch sein. Dies umreißt nur kurz, was es heißt und wie wichtig es ist, verantwortlich zu leben und zu handeln. Dazu zählt selbstverständlich auch nachhaltiges Handeln. Dass sich immer mehr Unternehmen der Werbeartikelwirtschaft der Verantwortung stellen, Ökologie und soziale Verträglichkeit verbinden, zeigen die Produkte dieser Rubrik. <

DIESE BOTSCHAFT BLEIBT HÄNGEN

Jeder kennt es aus Hotels: Ein Türanhänger gibt einem das Gefühl, ein V.I.P. zu sein. Der Anhänger von Sticky Jam verwandelt den Room-Service gewissermaßen zum „Ruhm-Service“. So hilft dieser Anhänger, beim Kunden wirklich „hängen“ zu bleiben und täglich präsent zu sein. Der Türanhänger kann selbstverständlich individuell gestaltet und beschriftet werden. In der Mitte kann der Kunde mittels Drehscheibe zum Beispiel Weckzeiten oder Symbole (Bestellung von Pizza, Obst etc.) einstellen oder nette Sprüche integrieren. Eine individuelle Gestaltung nach Vorlage in 4c (Chromosultfaltkarton, 500 g/m²) ist bereits ab 1.000 Stück möglich.

PSI 49637 • Sticky Jam GmbH • Tel +49 40 30084660
info@stickyjam.de • www.stickyjam.de

HÖCHSTE STANDARDS

Das Unternehmen Hardenbruch stellt seinen Phasenprüfer Modell 300 vor. Das Gerät besticht durch Funktionalität (Werbung mit dauerhaftem Nutzen), Individualität (eine große Farbenvielfalt) und Qualität (VDE-GS geprüft und „Made in Germany“). Die Phasenprüfer erfüllen bereits heute Detailverbesserungen der geplanten neuen Normen in puncto Handschutz (mindestens 5 mm umlaufend), Klipp (aus isoliertem Material), Anzeigesystem (absolut sicher und fest im Handgriff des Prüfers untergebracht) sowie Wahrnehmbarkeit der Anzeige (dunkler Hintergrund). Ab 250 Stück bedruckt Hardenbruch die Phasenprüfer mit dem gewünschten Logo.

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

www.quick-goerlich.de

Natürlich schön:
Baumwolltaschen

HALFAR
Starke Taschen.

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

SONNIGE GRÜSSE

Keine andere Pflanze symbolisiert die Sonne so eindrucksvoll wie die Sonnenblume. Kein Wunder, dass sie gerne verschenkt wird. Bei Multiflower hat man einen Weg gefunden, solch ein Geschenk möglichst naturbelassen zu gestalten. In einem kleinen, ökologisch abbaubaren Kokostopf wird der Bio-Samen einer Sonnenblume eingesät. Ein späteres Umtopfen ist nicht notwendig, denn man kann einfach den kompletten Topf mit der gewachsenen Pflanze in das Erdreich umsetzen. Der Kokostopf „Bio Sonne“ ist ein durch und durch natürliches Give-away für die nächste Werbeaktion. Der Werbedruck erfolgt auf dem Standardmotiv. Eine eigene Gestaltung der Banderole ist bereits ab 250 Stück möglich.

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

SCHOKO? LOGO!

Raute, Dreieck oder Kreis? Egal welche Form – so schokoladig lecker war ein Logo sicherlich noch nie. So schaffen diese originellen Schoko-Logos Werbewirkung mit Geschmacksgarantie. Hier ist fast alles möglich: einfach die Logo-Daten an Kalfany Süße Werbung schicken. Die „süßen“ Spezialisten prüfen dann, ob eine Umsetzung in zartschmelzender Schokolade möglich ist. Die Schokolade aus UTZ zertifiziertem Kakao mit einem Kakaoanteil von mindestens 34,5 Prozent verspricht ausgezeichnete Gießergebnisse. Das ca. 8,5 g schwere Schoko-Unikat wird in einem 90 x 50 mm großen, personalisierten weißen, transparenten oder alubedampften Flowpack IFS-zertifiziert eingetütet und garantiert Imagewerbung für die Augen und den Gaumen.

PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH • Tel +49 7643 801-0
info@ksw24.com • www.suesse-werbung.de

PRIMA BAUMWOLLTASCHEN

Joytex bietet nachhaltige und zertifizierte Produkte. „Nur essen kann man sie noch nicht“, heißt es augenzwinkernd vom Unternehmensstandort. Von der einfachen Werbetasche bis hin zum Rucksack ist das komplette Baumwollsortiment bei Joytex nach dem Oeko-Tex Standard 100 geprüft und zertifiziert. Kurzfristige Lieferzeiten sind möglich, da alle Taschen von Joytex in der eigenen Siebdruckerei im münsterländischen Rhede bedruckt werden. Bis zu sechs Druckfarben sind möglich. Auf weißen oder naturfarbigen Baumwolltaschen ist ein 4c-Rasterdruck möglich. Als attraktive Beispiele dienen die Baumwolltaschen „Cairns“ mit kurzen Henkeln und „Boston“ mit Tragekordeln.

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

Aktualisieren Sie online Ihr Unternehmensprofil für den Supplier Finder 1/2016
Update online your company profile for the Supplier Finder 1/2016

PSI

www.psiproductfinder.de

Bei Rückfragen und für weitere Beratung steht Ihnen das PSI CrossMedia Team telefonisch selbstverständlich gern zu Ihrer Verfügung unter +49 211 90191-114/-150/-315/-321 oder per E-mail an supplierfinder@psi-network.de.

If you have any questions or would like an additional consultation, the PSI CrossMedia Team will gladly assist you. Please call us at +49 211 90191-114/-150/-315/-321 or send an e-mail to supplierfinder@psi-network.de.

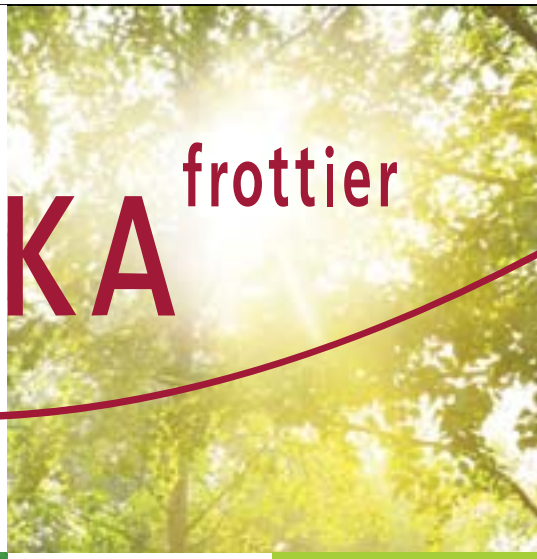
Reed Exhibitions®

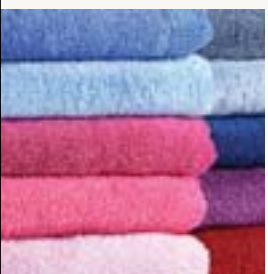
* in Ihrer PSI Mitgliedschaft! / in your PSI membership!

Deadline 6. Mai/May 2016

Wir weben Vielfalt
Weaving diversity

HERKA frottier





100 %
made in

Seit
1927

HERKA GmbH
+43 2864 2317
sales@herka-frottier.at
www.herka-frottier.at

WASCHFESTES MARKIEREN

Eine schnelle und einfache Kennzeichnung von Kleidung, Stoffen, Schuhen und anderen Textilien ermöglichen die neuen Textilstempel des Herstellers Heri. Ob Sachen von Kindern im Kindergarten, Schule oder Sport, ob im Seniorenheim oder beim Krankenhausaufenthalt, ob Privat- oder Berufskleidung, alles kann schnell und einfach markiert werden. Das in den Stempelautomaten integrierte Stempelkissen ist mit spezieller Textilstempelfarbe getränkt und ermöglicht bis zu 1000 Abdrucke und kann dann ausgewechselt werden. Die waschfeste, schwarze Stempelfarbe bleibt auch bei vielen Waschgängen erhalten. Bei der Produktvariante Do-it-Yourself ist neben dem Selbstfärbestempel ein Buchstaben-Set sowie ein weißes Thermoband, mit dem dunkle Kleidung markiert wird, inbegriffen. Als weitere individuelle Produktvariante steht das Modell Printer 20 auch mit der bekannten Online-Gutscheinlösung zum kostenlosen Bezug einer individuellen Stempelplatte zur Verfügung. Alle Produkte sind CO_2-neutral und unter der Öko-Zert 14001 hergestellt und stehen auch als Recycling-Variante „Green Line“ zur Verfügung. Weitere Lösungen auf der Basis von Holzstempeln oder andere Stempelfarben werden kundenspezifisch angeboten und produziert.

PSI 41016 • Heri-Rigoni GmbH • Tel +49 7725 93930
armin.rigoni@heri.de • www.heri.de

EDLER NOTIZ NEHMEN

Aus mancher eilig gekritzelter Notiz sind schon große Ideen und Innovationen entstanden. Höchste Zeit also, die Notiz in Ehren zu halten und ihr einen angemessenen Platz einzuräumen – wie mit der Schreibmappe Modul 1 und der Filzhülle ECO vom Werbetaschen-Spezialisten Halfar. Schon durch ihr Material zeigen die Filzmappen Wirkung, sie sind angenehm weich anzufassen und sehen hochwertig aus. Eine Veredelung per Stick oder einem Label verleiht ihnen den letzten individuellen Schliff. Die Schreibmappe Modul 1 ist zudem innen aufwändig gearbeitet und verfügt über viele Fächer: natürlich für den obligatorischen Schreibblock im DIN-A4-Format (alternativ auch A5-Format) und darüber hinaus für Visitenkarten, Stifte, USB-Stick und mehr. Die Filzhülle ECO ist etwas einfacher gehalten. Sie packt Notizbücher, Kalender und mehr im A4-Format edel in Filz ein. Raffiniert: die Stiftschlaufen außen, die zugleich als Verschluss dienen. Innen ergänzt ein Visitenkartenfach den Inhalt um eine persönliche Note. Beide, sowohl die Schreibmappe Modul 1 als auch die Filzhülle ECO, sind ideal als Prämien für Kunden geeignet oder für die ansprechende Übergabe einer Projektmappe, eines Kataloges oder anderer besonderer Drucksachen.

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

GRÜNE KAMERADEN

Das auf nachhaltige Werbeartikel spezialisierte Unternehmen KW open präsentiert mit Ogreen eine neue Vertriebsmarke. Im Sortiment sind insgesamt vier nach wissenschaftlichen Kriterien ausgewählte Zimmerpflanzen. Diese Pflanzen sind nicht nur optischer Aufputz für Innenräume, sie wirken sich auch positiv auf das Raumklima aus. Laut Studien kann nur einer der grünen „Reinigungsmaschinen“ die Luft eines bis zu 30 Quadratmeter großen Raumes regenerieren. Dabei werden unter gleichzeitiger Erzeugung von Sauerstoff Schadstoffe neutralisiert. Das Vorarlberger Unternehmen KW open hat seit November 2015 die Exklusivrechte für den Vertrieb in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

PSI 49411 • KW Open promotion consulting & trading GmbH
Tel +43 5576 72544 • office@kwopen.com • www.kwopen.com

RECYCELTES GUT

Der Öko-Schreibblock „Keystone“ aus dem großen Sortiment von Easy Gifts besteht aus recyceltem Papier, recyceltem Karton und etwas Kunststoff. Der linierte Block umfasst 120 Seiten und beinhaltet einen integrierten Kugelschreiber. Auf der unteren rechten Ecke ist eine Veredelung durch Tampondruck möglich. Weiterhin „öko“ ist die Baumwolltasche „Antibes“ (nicht im Bild) mit einer Grammatur 145 g/m² und kurzen Henkeln. Sie ist waschbar und wird auf einer Seite per Siebdruck veredelt.

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

GRÜNE BOTSCHAFT

Für Strategiebesprechungen während des Fußballspiels oder für Naturfans als perfekter Vorgarten: Eine Schale aus nachwachsenden Rohstoffen, vorzugsweise aus biologischem Anbau, die zum Sortiment von emotion factory gehört. Innen liegend befinden sich eine Substrattablette und ein Keimschutzbeutel mit Grassamen. Die umliegende Banderole kann individuell gestaltet werden. So kommt die grüne Botschaft an jede Zielgruppe!

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

STROMKONSERVE TO GO

Um einen externen Akku und Schlüsselanhänger zugleich handelt es sich bei Power Bank, einem Artikel aus dem aktuellen Angebot von Troika. Die mobile Stromkonserve eignet sich zum Aufladen von iPhone, Samsung Galaxy und anderen Smartphones mit Lightning- und Mini-USB-Anschluss sowie Ladeanzeige. Die integrierte LED-Leuchte lässt auch unterwegs niemanden im Dunkeln stehen. Eine Werbebotschaft wird durch Druck auf den Artikel oder Gravur auf den Karabiner appliziert. Ab 100 Stück wird die Gravur kostenlos realisiert.

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

Die sind aber ziemlich smart!

Intelligente Business-Artikel von reeko.

Zu finden auf reeko.com

FOUR

Kugelschreiber mit handelsüblicher schwarzer Mine, Touchpen, Smartphoneständer und Displayreiniger.

No. 87082-0 silber | silver
No. 87082-2 schwarz | black
No. 87082-3 blau | blue

SMARTY

Smartphone- und Tabletständer, Touchpen und Kabelmanager.

No. 80116-0 silber | silver
No. 80116-8 antrazit | anthracite
No. 80116-3 blau | blue

reeko DESIGN

Design for Promotion

PROFESSIONELLE WERBEPADS

Ein innovatives Produktsystem mit zahlreichen Modellvarianten: Das ist Axopad. Neben klassischen Mousepads, Schreibunterlagen und Thekenauflagen enthält das Premium-Sortiment spezielle Pads mit Einschüben zur Aufnahme von Dokumenten und Fotos bis hin zu Fußauflagen für Arzt- und Massagepraxen. Ein wesentlicher Aspekt bei der Entwicklung und Herstellung dieser Produkte durch das Unternehmen IMTC ist deren Umweltverträglichkeit und Nachhaltigkeit. Die Materialien für die Produktion der Axopads werden ausschließlich von ISO-zertifizierten Herstellern bezogen und sind überwiegend recycelbar. Kunden bietet die Werbung mit den mehrfach zertifizierten „Made in Germany"-Axopads damit ein Maximum an Investitionssicherheit und geschäftlichen Erfolg.

PSI 43000 • IMTC Manufacturing & Trade GmbH • Tel +49 8171-4339-0
imtc@imtc.de • www.axopad-mousepad.de

ZUHAUSE ERZEUGT

Das Unternehmen Richard Cermak präsentiert seine patentierte Minitaschenlampe Nova NO160 mit heller weißer LED. Und was das Thema Nachhaltigkeit betrifft, hat der Spezialist einiges zu bieten. Alle Minitaschenlampen werden in Deutschland hergestellt, selbst die Batterien sind „Made in Germany". Des Weiteren werden alle Produktionsprozesse nach umweltfreundlichen Maßstäben durchgeführt. Durch den Produktionsstandort Deutschland entfallen lange Transportwege. Und die LEDs sind energiesparend und lange haltbar, die Batterien zudem auswechselbar. So steht Richard Cermak für haltbare Produkte in hoher Qualität. „Mittlerweile sind wir der einzige Hersteller in Deutschland", heißt es aus dem Unternehmen.

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

NACHHALTIG SEIT VIER GENERATIONEN

Die Victorinox-Garantie erstreckt sich zeitlich unbeschränkt auf jeden Material- und Fabrikationsfehler. Diese lebenslange Garantie ist Ausdruck des Selbstverständnisses des Schweizer Messerherstellers Victorinox, dessen Produkte in über 120 Länder der Erde exportiert werden. Die umweltkritischen Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit so gering wie möglich zu halten, ist den Schweizern seit der Gründung des Unternehmens vor 130 Jahren ein Anliegen. Rekordverdächtig ist der geringe Verbrauch von Heizöl dank Wärmerückgewinnung. Das Hauptquartier mit Fabrik sowie mehr als 100 Wohneinheiten wird durch ein Fernwärmenetz versorgt. Aufgrund der umfassenden Schadstoffreduktion mit geschlossenen Systemen und Abwasseraufbereitung, schonendem Umgang mit Rohstoffen und flächendeckendem Einsatz von Recycling wurde Victorinox 2008 mit dem Firmenpreis der Schweizerischen Umweltstiftung ausgezeichnet. Die Verpflichtung zur Nachhaltigkeit durch die Herstellung von langlebigen und leicht zu reparierenden Produkten wird seit 1884 von Generation zu Generation weitergereicht: ein Öko-Credo zum Vorteil der Kunden und der Umwelt.

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

„POWER BRANDING“

Die kleine praktische Mehrfachsteckdose bietet vier Steckdosen und zwei leistungsstarke USB-Anschlüsse (2,1 Ampere), die das gleichzeitige Aufladen von zwei Geräten ermöglichen. Alle Mobilgeräte, wie z. B. Smartphones und Tablets, können aufgeladen werden. Dabei ist die Aufladezeit kürzer als beim Aufladen über einen USB-Anschluss am Notebook. Aufgrund der Würfelform sind sich die einzelnen Stecker gegenseitig nicht im Wege. Im Büro muss man sich erst einmal bücken, um unter dem Schreibtisch die nächste verfügbare Steckdose zu erreichen. Der PowerCube mit Duo-USB-Anschluss wird mit einem 1,5-Meter-Kabel geliefert und einer pfiffigen Haltevorrichtung, die es ermöglicht, den PowerCube am Schreibtisch oder darunter anzubringen. Logos können sowohl auf die schräge Oberseite als auch auf die Seite mit den USB-Anschlüssen gedruckt werden. Das äußerst langlebige Produkt eignet sich als perfektes langfristiges Werbemittel. Die Merkmale im Überblick: Alle Kontakte sind geerdet und kindersicher – patentiertes Design – RedDot Design-Award – CE, RoHS und KEMA geprüft – optisch ansprechende und recycelbare Verpackung.

PSI 49748 • PowerCubes • Tel +31 36 3020 037
info@powercubes.eu • www.power-cube.de

LICHT IN SEINER SCHÖNSTEN FORM

Global Innovations bietet eine riesige Auswahl an tollen Lichterketten, welche auch nach individuellen Vorstellungen gefertigt werden können. Ob leuchtende Figuren aus Acryl, Reispapier oder PVC – mit den nachhaltigen LED Leuchthighlights lassen sich nicht nur Büros oder andere Räumlichkeiten verschönern, sondern man verschenkt auch ein Produkt mit langanhaltender Werbewirkung. Die Lichterketten sind selbstverständlich nach entsprechenden europäischen Richtlinien getestet und zertifiziert. Die Mindestmenge für eine zertifizierte Lichterkette nach Kundenwunsch liegt bei 5.000 Stück.

PSI 46626 • Global Innovations Germany GmbH & Co. KG • Tel +49 6502 930860
info@globalinnovations.de • www.globalinnovations.de

GRÜNE WERBUNG VOM FEINSTEN

Diese Bio-Bärchen schlagen gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: dem Kunden eine fruchtige Freude bereiten und gleichzeitig etwas zum Umweltschutz beitragen. Die Fruchtgummis aus dem IFS-zertifizierten Hause von Kalfany Süße Werbung sind nicht nur geschmacklich und bunt gemischt, sondern auch umweltfreundlich verpackt. Die Bio-Bärchen sind in 85 x 60 mm großen, kompostierbaren Werbetütchen verpackt. Glasklar oder alternativ weiß verleihen sie mit einer individuellen Werbebotschaft bedruckt eine persönliche Note. Die Werbeverpackungsfolien von Kalfany Süße Werbung (zertifiziert mit dem „Keimling“) basieren auf erneuerbaren Rohstoffquellen pflanzlichen Ursprungs und garantieren gemäß der Norm EN 13432 die Kompostierbarkeit. Das ist gelebte, fruchtige Umweltschonung mit nachhaltigem Geschmack.

PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH • Tel +49 7643 801-0
info@ksw24.com • www.suesse-werbung.de

EINE SAUBERE BANDE

Die beliebte Schmoozies Familie aus der MiniFeet Serie von mbw hat 2016 wilden Zuwachs bekommen. Wildschwein, Fledermaus, Drache, Spinne, Sonne, Almkuh sind jetzt neu dabei und können so viel mehr als nur kuscheln und niedlich aus der Wäsche gucken. Klein und fein kommt die Truppe daher und kann dank Mikrofaser an der Unterseite glatte Oberflächen, wie z. B. Handydisplays oder Computerbildschirme, perfekt reinigen. So bringen die Schmoozies richtig Leben ins Büro und machen dabei auch noch einen sauberen Job. Damit man auch weiß, wem man die kleinen Helferlein zu verdanken hat, können die Schmoozies alle mit einer Werbebotschaft auf einem Fähnchen an der Produktunterseite versehen werden. Alle Modelle unterliegen einem EU-weiten Geschmacksmusterschutz und tragen das GS-Zeichen für geprüfte Sicherheit.

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

[illegible]

Der Bioponcho von Josanto bietet alle Vorteile herkömmlicher Regenponchos und ist dabei umweltfreundlich und nachhaltig. Mit großen Druckflächen wird die Werbebotschaft des Kunden direkt am Körper getragen. Zusätzlich lässt sich ein Flyer in die Verpackung einlegen, sodass das Give-away schon überzeugt, bevor es überhaupt ausgepackt ist. Ein herkömmlicher Regenponcho wird etwa eine Stunde genutzt und ist danach wertlos – der ökologische Fußabdruck solcher Einwegprodukte ist äußerst fragwürdig. Der Bioponcho hingegen besteht vollständig aus nachwachsenden Rohstoffen und verzichtet gänzlich auf Rohöl. Er ist zudem auch 100 Prozent kompostierbar. Dies ist nicht nur gut für die Umwelt, sondern erhöht die Akzeptanz für das Give-away und damit den Erfolg der Kampagne.

PSI 49273 • Josanto UG • Tel +49 40 28790614
kontakt@josanto.de • www.josanto.de

[illegible]

Nein, es geht nicht um Experimente im Reagenzglas, sondern um eine harmonisch abgestimmte Rooibusch Bio-Teemischung, die bei Multiflower zu haben ist. Der schmackhafte Inhalt wurde in einem Reagenzglas verstaut und reicht für vier Tassen. Der Werbedruck erfolgt auf dem Standardmotiv. Eine eigene Gestaltung des Fähnchens ist bereits ab 250 Stück möglich.

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

Pins & mehr GmbH & Co. KG
Pins & mehr
GmbH & Co. KG
Lechstrasse 10.8
86415 Mering

Fon: +49 • 8233 • 79312-0
Fax: +49 • 8233 • 79312-29

www.pinsundmehr.de info@pinsundmehr.de

NATÜRLICH IM TREND

Der Umwelt zuliebe und aufgrund des immer weiter fortschreitenden Klimawandels denken viele Unternehmen in Bezug auf nachhaltige und ökologische Produkte um. Auch elasto ist sich dessen bewusst und bringt eine neue recycelbare Kork-Artikel-Serie auf den Markt. Darunter fallen ein Notizbuch mit Gummiband, Lesezeichen und 80 karierten Blättern, ein Organizer mit diversen Einstecklaschen und verschiedenen Schreibutensilien, ein Federmäppchen mit ausreichend Platz, eine Stifterolle mit unterschiedlichen Buntstiften, Lineal, Radiergummi und Spitzer und eine Tablet-PC Tasche mit einem edlen Knopfverschluss. Für das Material wird die dicke Rinde der Korkeiche verwendet. Der Baum muss für das Schälen der Rinde nicht gefällt werden, denn sie erneuert sich immer wieder und steht alle neun Jahre erneut für die Ernte zur Verfügung. Eine geschälte Korkeiche bindet viermal so viel CO_2 wie ein ungeschälter Baum und verbessert unser Klima somit stetig und nachhaltig. Alle Artikel sind 1-farbig im Siebdruck oder 5-farbig im Tampondruck veredelbar.

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

KOMPOSTIERBARE KUGELSCHREIBER

Die ökologischen Kugelschreiber von Stilolinea sind nicht nur biologisch abbaubar, sondern sogar kompostierbar. Die Kugelschreiber werden aus einem speziellen Material hergestellt und zwar aus sogenannten Biopolymeren aus Pflanzen, die nachweislich biologisch abbaubar sind. Die ökologische Produktlinie von Stilolinea richtet sich speziell an Unternehmen, denen die Umwelt am Herzen liegt und die mit einem kostengünstigen Kugelschreiber für dieses wichtige Thema sensibilisieren möchten. Die ökologische Produktlinie umfasst zwei Modelle von Bürokugelschreibern: „Ingeo“ und „Vegetal Pen“. Auf der Clip-Vorderseite beider Modelle und auf dem Griff des „Vegetal Pen“ wird betont, dass es sich um ein Produkt aus einem Biokunststoff handelt. Diese Botschaft macht die Wahl des Produktes zu einer verantwortungsvollen umweltbewussten Entscheidung. Der in der Farbe „grün“ gehaltene Schaft erinnert an das ökologische Konzept. Der Kugelschreiber ist in den Schreibfarben Blau, Schwarz, Grün und Rot erhältlich. Die Öko-Schreiber können aus dem normalen Angebot bestellt oder personalisiert werden.

PSI 45328 • Stilolinea S.r.l. • Tel +39 11 2236350
info@stilolinea.it • www.stilolinea.it

CI-BOOK

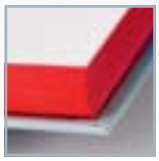
Mehr Individualität geht nicht.

Gummiband
in einer von 14 Farben

Einband
6 verschiedenen Einbandmaterialien, über 30 unterschiedliche Farben

Stiftschlaufe
in einer von 14 Farben

Farbschnitt
Color-Farbschnitt in Wunschfarbe oder optional sogar Motiv-Farbschnitt mit Bild, Logo oder Schrift auf der langen Buchkante



Color-Farbschnitt

Motiv-Farbschnitt

Corporate Identity im Format A4 und A5.
Premium-Notizbuch in hochwertiger Ausstattung, die sich an das individuelle CD anpasst, inklusive Color-Farbschnitt sowie Gummiband und Stiftschlaufe in Wunschfarbe. Optionen wie der neue Motiv-Farbschnitt schaffen weitere Möglichkeiten für eine vollendete Gestaltung. Immer mit dabei: die Mikroperforation aller Seiten, die Einstecktasche am Buchende sowie die runden Ecken von Buchblock und Buchdecke.
Auch als CI-Hybrid lieferbar – die perfekte Kombination aus Business-Notizbuch und Terminkalender.

BUSINESS-NOTIZBÜCHER
mit der unsichtbaren Mikroperforation

geiger notes

NACHHALTIG UND ZERTIFIZIERT

Dank der Spranz Partner myclimate (CO_2-freier Transport) und Lichtblick (Ökostrom) werden alle Produkte der Firma Spranz GmbH von der Herstellungsstätte bis zum Kunden frei von CO_2 transportiert. Das heißt, selbst der Transport von den geografisch weiter entfernten Fernostfabriken verursacht nach Angaben des Unternehmens keine Mehrbelastung der Umwelt. Im Gegenteil, aufgrund der Überkompensation wird mehr CO_2 eingespart als verursacht. Schöner Nebeneffekt ist es, dass die von Spranz unterstützten myclimate Projekte in Entwicklungsländern den Menschen vor Ort zusätzlich helfen, einen besseren und sicheren Lebensstandard zu erreichen, heißt es aus dem Unternehmen. Die Veredelung aller Produkte und Produktion der „Made in Germany"-Linie erfolgt ausschließlich in Koblenz.

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

VERANTWORTUNG ÜBERNEHMEN

Leben in gesunder Umwelt ist kein beliebiges Motto, sondern wird bei Walter Medien bereits seit Jahren ganz konkret gelebt – etwa mit dem gleichnamigen Kalender „Leben in gesunder Umwelt". Mit diesem Kalender, der auf einen schützenswerten und rücksichtsvollen Umgang mit der Natur aufmerksam machen will, unterstützt Walter Medien die Arbeit der Deutschen Umwelthilfe e.V. Eine Spende pro verkauftes Exemplar geht an die Deutsche Umwelthilfe, gedruckt wird auf FSC-zertifiziertem Papier und die Motive zeigen die Vielfalt und Schönheit unserer Natur. Damit übernehmen Walter und seine Kunden Verantwortung für einen bewussten und nachhaltigen Umgang mit unserer Umwelt. Und für eine lebenswerte Zukunft.

PSI 40753 • Walter Medien • Tel +49 7135 104100
kalender@walter.de • www.kalender.walter.de

„GRÜNE" KARTENSPIELE

Die individuell anpassbaren Kartenspiele „Happy Families" (44 Karten) und „Kwartet" (33 Karten) zu den Themen nachhaltige Entwicklung und Artenvielfalt sind die zuverlässige und effiziente Lösung für Unternehmen, die die „grünen" Werte ihres Unternehmens ihrer Zielgruppe übermitteln wollen. Die praktischen Kartenspiele eignen sich perfekt als innovatives Medium für alle Arten von Kommunikations- und Sensibilisierungsmaßnahmen (wie z. B. Messen, Werbekampagnen, usw.) und sind für alle Altersgruppen gedacht. Die Inhalte der Spiele wurden sowohl von der UNESCO als auch vom französischen Umweltministerium geprüft. Des Weiteren ist auch eine Multimedia-Version der Spiele erhältlich, die auch individuell an Kundenwünsche angepasst werden kann. Außerdem sind noch weitere gedruckte und digitale Spiele zu den Themen Umweltschutz und Gesundheit (Memory, Lotto, Quizspiele) erhältlich.

PSI 49682 • Games on Demand • Tel +31 765 317989
contact@gamesondemand.eu • www.gamesondemand.eu

ES GEHT AUCH OHNE PLASTIK

Biokunststoffe stellen eine neue Generation an Materialen dar, die aus erneuerbaren Rohstoffen hergestellt sind, wie zum Beispiel Kartoffelstärke oder Zellulose. Bei geeigneten Bedingungen lösen sich daraus hergestellte Taschen in ein paar Monaten auf, so der Hersteller Sale s.r.o.. Mit diesen Produkten lässt es sich mit gutem Gewissen einkaufen, der Umweltgedanke steht immer im Vordergrund.

PSI 49617 • Sale s.r.o. • Tel +420 777 151946
martin.kozubek@sale-ostrava.cz • www.sale-ostrava.cz

FÜR DIE EWIGKEIT

Der kürzlich von Goudsmit Magnetic Design entwickelte magnetische Notizblock ist ein umweltfreundlicher Werbeträger, der auf einen Metalluntergrund – wie zum Beispiel Kühlschrank, Schreibtisch oder Memotafel – gehängt werden kann. Der Notizblock verbraucht kein Papier und lässt sich immer wieder neu beschreiben. Zum Abwischen genügt ein trockenes Tuch. Die besondere, langlebige Beschichtung kann mit dem mitgelieferten magnetischen Minimarker beschrieben werden. Außerdem eignet sich der Notizblock bestens als Werbeträger (Logo oder Werbebotschaft wird wunschgemäß aufgedruckt). Die Maße sind 110 x 80 Millimeter. Eine Personalisierung ist mit einem Full-Color-Doming mit 35 Millimeter möglich. Lieferbar ab einer Menge von 100 Stück.

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

PF Concept

SLIM
PERFECTION

Choose a colour
as unique as you

WATERMAN
PARIS

WWW.PFCONCEPT.COM

HANDVERLESEN

Das „Loyal Can Gift“, eine elegante matte Metalldose, ist befüllt mit 12 Teebeuteln und kommt modern in matten Farben daher. Je nach Farbe haben die Teebeutel unterschiedliche Füllungen: In der schwarzen Teebox befindet sich Tee mit Blaubeerengeschmack, in der grauen ist Earl Grey Tee, in der orangenen Rooibus mit Vanille und in der grünen Teebox befindet sich Grüner Tee mit Mangogeschmack. Die verwendete Trendmarke „LoyalTea“ setzt zudem Zeichen für Umweltbewusstsein und guten Geschmack. Denn alle LoyalTea-Produkte bestehen aus handerlesenen Teeblättern aus Sri Lanka und sind SGS zertifiziert. Geworben wird auf der Dose mittels Tampondruck.

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

STILVOLL UMWELTSCHONEND

Eine kleine Symphonie aus Glas, Eleganz und Stil: Die Crystal von SodaStream. Jung genug um Trends zu setzen, elegant genug um ein Klassiker zu werden ist sie ein Trinkwassersprudler der Extraklasse. Wasser selbst sprudeln macht das Leben in vielerlei Hinsicht besser: Nie wieder müssen Wasserflaschen geschleppt werden. Studien belegen zudem, dass automatisch mehr getrunken wird. Und im Vordergrund steht der prickelnde Geschmack frisch gesprudelten Wassers aus geschmacksneutralen und eleganten Glaskaraffen. Die Kohlensäure kann individuell dosiert werden. Außerdem schont Crystal Umwelt und Geldbeutel. Und all das mit Deutschlands am besten kontrollierten Lebensmittel: dem Leitungswasser.

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

DER NATUR ZULIEBE

Auch bei Macma hat man die Zeichen der Zeit längst erkannt und setzt zunehmend auf Werbeartikel, die ohne Kunststoffe auskommen. Da wäre beispielsweise die extragroße naturfarbene Jutetasche mit ihren robusten Kordelgriffen und der charakteristischen Verschlussöse zu nennen. Diese bietet außerdem eine große Werbefläche, denn die Botschaft wird direkt auf die Front der Tasche gedruckt. Ebenfalls aus umweltfreundlichem Material ist die Gymbag gefertigt, sie besteht aus naturfarbener Baumwolle aus nachhaltigem Anbau. Aufgrund ihrer Größe ist die Gymbag ideal für Sportutensilien oder als Wäschebeutel auf Reisen. Auch hier steht eine große Fläche zum Aufdrucken von Werbeaussagen zur Verfügung.

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

STEINPAPIER: WIRKLICH NACHHALTIG

Das Cradle-to-Cradle-zertifizierte Steinpapier – für den Werbemittelbereich erhältlich bei JH Innovations – hat eine unschlagbare Öko-Bilanz. Es ist hundertprozentig zellstofffrei, wasser- und reißfest, es entstehen keine Bleichmittel, Laugen oder Säuren, es wird weniger Druckfarbe benötigt, bei brillanten Druckergebnissen. Das Material mit völlig neuer Haptik wird zunehmend von umweltbewussten Printbuyern entdeckt. Für Druckdienstleiter ergeben sich kernige Alleinstellungsmöglichkeiten, wenn die herausragenden Eigenschaften des Papiers z. B. über Informationsbroschüren erklärt bzw. beworben werden. Kunden profitieren durch ein besonders samtiges Produkt und können für sich den Imagegewinn gelten lassen, auf einem der weltweit umweltfreundlichsten Papiere gedruckt zu haben, schlicht mit dem Argument, dass hierfür nicht nur wenige, sondern überhaupt keine Bäume gefällt werden mussten. Weitere Details gibt es direkt bei JH Innovations.

PSI 48291 • JH Innovations GmbH • Tel +49 621 7481466
info@jh-innovations.de • www.jh-innovations.de

Pro Quartal werden an die 500 neue Designs auf den Markt gebracht. Hier in Individualisierungsbeispiel für die Transaero Airlines.

TIE SOLUTION GMBH

APARTE ACCESSOIRES

Neu im PSI Netzwerks ist das Unternehmen Tie Solution, ein international tätiger Hersteller mit seinem neuen Vertriebsbüro in Gießen, das die textile Vielfalt im Mitgliederkreis um hochqualitative Accessoires wie Krawatten, Tücher, Schals und Pashminas bereichert.

Die Unternehmenssparte wurde im Jahre 2004 von der Firma AGS Textil Solution S.L. mit Sitz in Barcelona aufgebaut, um den spezifischen Kundenbedürfnissen nach hochwertigen Accessoires im Handelsmarkenbereich entgegenzukommen. Die Tie Solution GmbH beliefert Distributoren und Großhändler, die hochwertige Accessoires personalisieren möchten, um diese entweder als Eigenmarke weiterzuverbreiten, als Berufsbekleidung zur Aufwertung des eigenen Firmenimages einzusetzen oder als hochwertige Werbepräsente zu nutzen. Vor wenigen Jahren lancierte die Muttergesellschaft AGS die Luxusdesignermarke Pietro Baldini, welche die Nachfrage nach hochexklusiven und hochqualitativen Accessoires im Luxusbereich bedienen soll. Die Pietro Baldini Produkte werden als exklusive Luxusmarke Distributoren und Großhändlern zur weiteren Vermarktung angeboten, während die Tie Solution Produkte als Handelsmarke empfohlen werden.

GROSSES PRODUKTSPEKTRUM

Tie Solution bietet eine Vielzahl an unterschiedlichen Strick-, Wirk- und Webwaren, aus verschiedenen Materialien wie Seide, Kaschmir, Wolle und Baumwolle sowie abwechslungsreichen Geweben und Webmustern, wie Jacquard, Twill, Satin und Krepp an. Das Unternehmen stellt hochqualitative Accessoires, wie Krawatten, Fliegen, Halstücher, Pashmina, Schals und eine Vielfalt an personalisierbaren Verpackungen für all seine Produkte her. Tie Solution hat sich ständiger Innovation verpflichtet, pro Quartal werden an die 500 neue Designs auf den Markt gebracht. Alle Produkte kön-

Für alle Produkte werden eine Reihe an Verpackungsmöglichkeiten in verschiedenen Formaten und Materialien angeboten.

nen in den vorhandenen Designs direkt zum Weiterverkauf von Großhändlern und Distributoren erworben oder auch speziellen Kundenwünschen angepasst werden.

VIELFALT AN OPTIONEN

Die Tie Solution Produkte werden aus einer Vielzahl verschiedener Materialien erstellt, die je nach Produktlinie in Dessin und Produktionstechnik variieren. Dem Kunden werden verschiedene Möglichkeiten der Personalisierung geboten. So kann er sich für ein vorhandenes Tie Solution Dessin entscheiden und dieses mit seinem Firmenlogo an verschiedenen Stellen versehen, oder ein komplett neues Produkt erstellen lassen, wo seine Corporate Identity schon während der Produktion mitberücksichtigt wird.

QUALITÄTSBEWUSST

Das primäre Ziel von Tie Solution ist seine Kunden mit höchster Qualität zu beliefern. Tie Solution hat sich auf dem europäischen Markt als renommierter Hersteller von hochqualitativen Accessoires etabliert. „Durch langjährige internationale Erfahrung, hervorragende Lieferanten und Know-how, das aus der engen Zusammenarbeit mit den besten Designern und Geschäftspartnern aus der Textilindustrie profitiert, ist AGS Tie Solution heute ein Synonym für Qualität und Schnelligkeit“, so Geschäftsführer A.G. Sanchez.

BESTE ROHSTOFFQUALITÄTEN

„Tie Solution verwendet nur erstklassige Materialien um seine unterschiedlichen Produktlinien herzustellen. Die verwendeten Materialien bestehen aus den besten Rohstoffqualitäten, von Seide über Viskose bis hin zu Mikrofaser, von Kaschmir über Wolle hinzu Baumwolle“, erklärt Sanchez. Accessoires werden bei Tie Solution in erster Linie aus Seide erstellt und durch die Verwendung von Gewebearten wie Twill, Satin und Krepp ästhetisch und qualitativ abgerundet. Wolle setzt das Unternehmen zur Herstellung von Schals und Krawatteneinlagen ein. Da Wolle natürliche Thermoregulations-Eigenschaften besitzt, verleiht sie den Tie Solution Kreationen ein angenehmes Tragegefühl, selbst bei feuchtnassen Wetter. Mikrofaser nutzt man, um beim Krawatten- und Fliegensortiment dem Kunden eine Alternative bezüglich Preis und Qualität anzubieten, da Mikrofaser einfach zu reinigen ist und durch die glatte Oberfläche die Textilien vor Flecken schützt. Günstig in der Produktion, bietet Polyester eine gute Möglichkeit preiswerte Produkte herzustellen. „Tie Solution setzt auf höchste Materialqualität, dennoch bieten wir auch die kostengünstige Variante an um jeglichen Kundenwunsch gerecht zu werden“, so Sanchez.

VIELFÄLTIGES SORTIMENT

Das Tie Solution Krawattensortiment wird vierteljährlich um viele neue Dessins erweitert. Jede neue Markteinführung bringt eine Palette von saisonspezifischen Farben und Mustern hervor, die sowohl dem modernen wie dem konservativen Stil gerecht werden. Dabei bietet Tie Solution zwei verschiedene Krawattenarten: Die moderne Krawatte sowie die „Sieben Falten Krawatte“, der „Rolls-Royce“ unter den Krawatten, die ganz nach Maß produziert werden kann. Tie Solution bietet auch eine ausgewählte Kombination an formeller Kleidung. Fliegen werden auf Kundenwunsch und nach Anfrage produziert. Die feierlichen Fliege-Kreationen sind in Seide (Twill oder Satin), Mikrofaser und/oder Polyester erhältlich. Weiter im Sortiment finden sich eine Vielzahl an Schals, Einsteck- und Halstücher in verschiedenen Farben. Alle Strick- und Wirkwaren werden in vielfältigen Mustern und Dessins angeboten.

DAMENSCHALS, PASHMINAS UND TÜCHER

Die Tie Solution Damenproduktlinien reichen von gewebten Seide-, Woll-, Kaschmir- und Mischgewebeschals und Pashminas bis hin zu glatten Seiden-, Mikrofaser- und Polyestertüchern. Alle Tücher sind Standardmäßig in drei verschiedenen Größen erhältlich und können je nach Kundenwunsch mittels unterschiedlichen Drucktechniken personalisiert werden. Darüber hinaus können Kunden sich für jegliches weitere Wunschmaß entscheiden.

VERPACKUNGSMÖGLICHKEITEN

Für alle Produkte werden eine Reihe an Verpackungsmöglichkeiten in verschiedenen Formaten und Materialien angeboten. Dazu gehören: Leder, Holz, Metall, Karton und Papier. „Unsere Verpackungsformate sind so Vielfältig wie unsere Dessins. So kann der Kunde sich für das Verpackungsformat entscheiden, welches ihm am meisten zusagt: rund, eckig, oval, in Form eines Umschlages, Etuis mit oder ohne Reißverschluss und vieles mehr. Je nach Kundenanfrage können die verschiedenen Verpackungen in Massenproduktion oder für kleine Aufträge bezogen werden“, so Sanchez. Alle Tie Solution Verpackungen sind auf Kundenwunsch personalisierbar. Die komplette Kollektion ist auf der Webseite des Unternehmens zu finden.

Tie Solution GmbH
Gießener Str. 72
D-35415 Pohlheim bei Gießen
Ansprechpartner: Antonio Gea
Tel. +49 641 35099680
info@tiesolution.de
www.tiesolution.de
www.tiesolution.com

Der „Cake Cup 2 Go“ ist der erste Becher, der für den Backofen und die Mikrowelle geeignet ist. Er zählte in diesem Jahr auf der PSI zu den PSI FIRST Produkten.

DIE BECHERFABRIK

TO GO IST EINE LEBENSPHILOSOPHIE

Coffee to go ist längst Ausdruck einer Lebensphilosophie geworden. Dem Phänomen des Kaffees für unterwegs verleiht der passende Becher die entsprechende äußere Form. Zu echten Spezialisten in Sachen Promotion- und to go-Becher hat sich die becherfabrik aus Köln entwickelt – mit einer ganz eigenen Philosophie.

Anlässe, ein Unternehmen zu gründen, gibt es viele. Nicht alltäglich dürfte es sein, auf ein Patent in der Familie aufzubauen. Stephanie Azizi gehört zu den zweifelsohne glücklichen Menschen, die jedoch genau das von sich behaupten können. Dabei spielten bei der Überlegung einer Unternehmensgründung mehrere Faktoren eine Rolle. Da ist zum einen die Tatsache, dass Kaffee seit Jahren das Lieblingsgetränk der Deutschen ist. Immerhin genießt jeder Bundesbürger im Schnitt pro Jahr 165 Liter. Zum anderen liegt „to go“ absolut im Trend. In Verbindung mit dem familieneigenen Patent für die Herstellung von einwandigen to go-Bechern im Offsetverfahren lag es nahe, in diesen Bereich zu investieren. Die Idee der becherfabrik war geboren.

NISCHEN BESETZEN UND SICH ETABLIEREN

Die Gründung des Unternehmens folgte 2010. Was einleuchtend und wie eine logische Konsequenz klingt, war durchaus mit den „üblichen Startschwierigkeiten“ verbunden, erinnert sich Stephanie Azizi. Diese Klippen betrachtete die Jungunternehmerin jedoch eher als Herausforderung denn als Hindernis, genauso wie die kritische Beobachtungg durch den einen oder anderen Wettbewerber. Die strategische Ausrichtung der becherfabrik war sehr schnell definiert: Nischen finden und besetzen und sich rasch am Markt etablieren – und das mit kontinuierlichen Produktinnovationen, die sich konsequent an den Bedürfnissen der Kunden orientieren. „Die Kreativität

unserer Kunden führt ständig zu Erweiterungen des Produktsortiments und zu einer permanenten Optimierung unserer Prozesse“, erzählt Stephanie Azizi. Herausgekommen sind in den vergangenen fünf Jahren im Bereich der to go-Becher Entwicklungen wie der Single und Double Wall Becher, der Espresso Cup, der Folien Cup, der Ice Cream Cup und ganz aktuell der Cake and Cook Cup. Dabei ist die becherfabrik keineswegs auf die Produktion von Kartontrinkbechern beschränkt. Schließlich gehört auch der Porzellanbecher zu ihrem Repertoire. Auch hier stellt die becherfabrik ihre Vielseitigkeit unter Beweis. Ob Direkt- oder Transferdruck, innovatives Einfärben mittels Hydrocolor oder Lasergravur, sensitive oder Crystal Touch, Art Print- oder Magic Mug-Dekorationstechnik, durch die der Becher unter dem Einfluss von Wärme seine Farbe ändert – das Kölner Unternehmen bietet zahlreiche Technologieverfahren, die den Porzellanbechern das gewisse äußere Etwas geben.

UMWELTBEWUSST UND SOZIAL ENGAGIERT

To go ist für die becherfabrik weit mehr als ein auf Kaffee reduzierter Lebensstil. Mit to go verbindet das Familienunternehmen auch ein besonderes Umweltbewusstsein. Zu diesem Bewusstsein gehört, dass die becherfabrik klimaneutral drucken lässt. Dazu unterstützen die Kölner das „Project TOGO“. Das im westafrikanischen Staat Togo angesiedelte Projekt dient der Aufforstung von Brachland zu Naturwald, nachhaltigem Nutzwald und Ökolandbau. Dabei wird mit den Menschen vor Ort zusammengearbeitet: von der Errichtung der Baumschulen, dem Heranziehen einheimischer Baumarten über die Pflege, Überwachung und Bewirtschaftung der forstlichen und ackerbaulichen Flächen bis hin zu ergänzenden Infrastrukturmaßnahmen. Mit klimaneutralem Drucken will es die becherfabrik jedoch nicht bewenden lassen. Stephanie Azizi sieht ihr Unternehmen auch in Zukunft stark mit dem Gedanken des Umweltschutzes verbunden. „Wir arbeiten an Materialien und Verarbeitungsideen, die diesem Anspruch Rechnung tragen“, beschreibt sie das, was die becherfabrik schon heute für morgen tut. Ganz im Heute steht die große Spendenbereitschaft des Unternehmens für Flüchtlinge sowie das soziale Engagement im lokalen Fußballverein.

Stephanie Azizi ist die Inhaberin der becherfabrik. Sie ist stolz auf die Entwicklung ihres Unternehmens.

KUNDENNÄHE IST GANZ WICHTIG

Ziele zu haben und engagiert daran zu arbeiten, diese zu erreichen, ist das eine. Das andere sind die Erfolge, auf die Stephanie Azizi bereits mit Stolz blicken kann. Dazu zählt, dass nach fünf Jahren am Markt bereits große Unternehmen zu ihren Kunden gehören. Ein Erfolg, der nicht zuletzt auf die Stärken der becherfabrik zurückzuführen ist. Stephanie Azizi nennt gleich eine Handvoll guter Gründe, die für ihr Unternehmen sprechen: Schnelligkeit, Innovationskraft, Kulanz, immer persönlicher Kundenkontakt und dadurch eine enge Kundenverbundenheit. Diese zeigt sich auch in dem 2015 neu eröffneten Ladenlokal in Köln-Porz, wo das komplette Sortiment ausgestellt ist. Hier können sich Kunden eingehend beraten und auch sofort ein Layout für ihren Becher erstellen lassen. Und selbstverständlich können sie sich vor Ort von der Qualität der Becher überzeugen, einer Qualität, die man, so Stephanie Azizi selbstbewusst, „sieht und fühlt“ – und bloß keine Langeweile. Nicht umsonst heißt das Motto der becherfabrik: „Colour your coffee“. <

die becherfabrik präsentierte sich und ihre Produkte in diesem Jahr auch auf der PSI.

WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN

DAS TRIKOT FÜR GROSSE MOMENTE

Das DFB-Trikot 2016/2017 Home ist das offizielle Trikot der Nationalmannschaft zur bevorstehenden Fußball-Europameisterschaft 2016 in Frankreich. Das aus atmungsaktiven ClimaCool Polyester gefertigte Trikot besticht durch sein traditionelles Design in den klassischen Farben schwarz und weiß. Als Highlight trägt das DFB Trikot Prägungen der bisher errungenen Erfolge bei Europa- und Weltmeisterschaften sowie das DFB-Logo mit den vier Sternen und das goldene FIFA-Weltmeisterlogo auf der Brust. Revolutionär ist auch das 3-Streifen Design an den Seiteneinsätzen. Erhältlich ist das Trikot in den Größen S-3XL und darüber hinaus auch in speziellen Kinder- und Damenvarianten. Mit den offiziellen DFB-Trikots stehen Händler auch bei ihren Kunden mit Sicherheit in der Siegerspur. Sport Böckmann liefert sofort ab Lager.

PSI 44120 • Sport Böckmann GmbH • Tel +49 5494 98880
info@sport-boeckmann.de • www.sport-boeckmann.de

JUNGES GEMÜSE MIT WERBEEFFEKT

Zwei Gemüsesorten, die zum gesunden Naschen einladen: Cocktail-Tomate und Paprika. Ein gelungenes Duo für wachsende Partnerschaften. Auf dem Standardmotiv der Banderole ist ausreichend Platz für den Werbeeindruck. Auch eine eigene Gestaltung der Banderole ist ab 250 Stück möglich.

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

DAS PERFEKTE SOUVENIR

Was gibt es Schöneres als einen Fächer, der hübsche Erinnerungen weckt? Er ist der ideale Begleiter an heißen Sommertagen und auch für Theaterabende. Die Fächer von Abanicos Jose Blay sind modern oder traditionell gestaltet und machen sie damit zu einzigartigen Originalen. Heute werden handgemachte Fächer längst in allen europäischen Touristeninformationen als ideales Souvenir angeboten.

PSI 47670 • Abanicos Jose Blay S.A. • Tel +34 96 1513097
info@abanicosjoseblay.com www.abanicosjoseblay.com

MIT DEN PROFIS GEWINNEN

Mit Spannung erwartet wird die Fußball-EM in Frankreich. Möglichkeiten mit seiner Werbebotschaft zahlreiche Fans zu erreichen, zeigt das umfassende Fußball-Konzept von Rastal. Für seine Produkte hat das Unternehmen nur die Profis nominiert. Der praktische Gutsherren Seidel, veredelt mit einem speziellen Temperatur-Wechsel-Dekor, bietet eine ideale Chance, Werbebotschaften gezielt zu positionieren. Das moderne, schlichte Glasdesign hält dafür eine besonders großzügige Dekorfläche bereit, welche ein effektives Branding im Rahmen von Promotionkampagnen ermöglicht. Der auffällige Temperatur-Wechsel-Dekor auf dem Bierseidel lässt die Spannung steigen, wenn sich das Druckmotiv beim Einschenken des kalten Bieres verfärbt. Wo immer ein Fußballspiel verfolgt wird, Rastal ist mit einer großen Auswahl an hochwertigen Produkten und mit der Option, Logos und Slogans effizient zu platzieren, mit dabei. Vielfältige Veredelungstechniken verwandeln schlichte Trinkgefäße aus Glas und Porzellan in ausgefallene Fußball-Aktionen. Zum Beispiel einen EM-Becher mit Mal-Dekor: Während der Kaffeepause oder in der Halbzeit können Fans das Spielergebnis selbst und mit jedem handelsüblichen wasserlöslichen Buntstift auf ihren Becher tippen. Bei den weiblichen Fans stehen vielmehr Gläser mit Strass-Dekoren im Visier. Der Dekorvorschlag von Rastal zeigt die EM-Spielorte mittels Strass-Steinen auf der Vorderseite und auf der Rückseite lassen sich dank QR-Code-Dekor ausführlichere Informationen rund um die Spielorte und Stadien komprimiert nachlesen. Weitere Dekorvarianten wie Rubbel-Dekore für Gewinnspiele oder Transparent-Dekore generieren ebenfalls eine hohe Aufmerksamkeit rund um die EM. ▯

PSI 41829 • Rastal GmbH & Co. KG • Tel +49 2624 160
werbeartikel-service@rastal.com • www.rastal.com

RELAGS
outdoor-equipment

MEINE NALGENE FLASCHE
Weithals 1 Liter – blau

SIE HABEN DIE WAHL
Flaschentyp
Flaschenfarbe
Deckelfarbe

SIE BESTIMMEN
Logo
Motiv
Druck
Platzierung

Schnell und einfach bei Relags meine Nalgene Flasche konfigurieren lassen.

RELAGS GMBH
Im Grund 6 – 10
D – 83104 Tuntenhausen
Fon 0 80 65 - 90 39 0
E-Mail relags@relags.de
WWW.RELAGS.DE

TREFFSICHER UND STRESSFREI

Einer der beliebtesten Werbeartikel von R & JP ist zweifelsohne der Anti-Stress-Fußball – vor allem dann, wenn das favorisierte Team in ein Elfmeterschießen muss. Der 63 Millimeter große Anti-Stress-Fußball aus Polyurethanschaumstoff von R &JP International kann beim Stressabbau helfen. Er hat einen Durchmesser von 30 Millimeter und kann mit bis zu vier Farben bedruckt werden. Damit wird er zum idealen Werbeartikel für alle, die rund um den Fußball werben möchten. Den Anti-Stress-Fußball, der auch als Schlüsselanhänger erhältlich ist, gibt es in den Farbkombinationen Schwarz-Weiß, Rot-Weiß und Blau-Weiß und lassen sich daher auf die gewünschten Farben des favorisierten Teams abstimmen.

PSI 42762 • R&JP International Limited • Tel +44 1296 436565
jamie@rjpint.com • www.rjpint.com

ERFRISCHEND KURZE LIEFERZEITEN

Bonbonspezialist Jung liefert ab sofort ausgewählte Produkte aus seinem Sortiment in erfrischend schnellen Lieferzeiten: drei Tage nach der Produktionsfreigabe durch den Kunden gehen die Produkte bereits in den Versand. Dies sogar mit individuellem 4c Druck (Bildmotive in Fotoqualität). Folgende Produkte sind im Express-Verfahren erhältlich: Bonbon im Wickler aus weißer Farbe, Basic-Gummibärchen (ca. 7g), Cool-Card Digital, Ritter Sport Mini in der Sorte Edel-Vollmilch sowie die Midi-Dose mit Fruchtmix-Stückchen. So stehen nun auch bei kurzfristigsten Kundenwünschen, zum Beispiel zur Messe oder für einen Event, leckere Sympathieträger mit Eigenwerbung schnell und qualitativ hochwertig zur Verfügung.

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

INDIVIDUELLE TURNBEUTEL

Trendbagz bieten ab sofort zwei individuelle Turnbeutel an, den Drawstringz Photo und den Drawstringz Colors. Der Turnbeutel Drawstringz Photo lässt sich vollflächig fotorealistisch bedrucken. Dabei können die Vorderseite und die Rückseite vom Druckbild variieren. Beim Drawstringz Colors lassen sich das Grundmaterial sowie die Kordel aus sieben Farben auswählen, somit sind 49 Farbkombinationen möglich. Natürlich lässt sich auch dieser Turnbeutel mit einem Logo im Siebdruckverfahren veredeln. Trotz hoher Individualität sind beide Turnbeutel innerhalb von rund sechs Wochen lieferbar.

PSI 48336 • Trendbagz GmbH • Tel +49 201 8993650
info@trendbagz.com • www.trendbagz.com

Michael Mätzener
promoFACTS gmbh
www.promofacts.ch

Robert Scheidegger
promoFACTS gmbh
www.promofacts.ch

made by promoFACTS Knowledge Management Switzerland

PSI INSTITUTE

TERMINE*

19.04.2016	Düsseldorf	„Der Mehrwert des Werbeartikels“
21.04.2016	München	„Der Mehrwert des Werbeartikels“
14.06.2016	Düsseldorf	„Der Werbeartikel im Marketing-Mix“
16.06.2016	Olten (CH)	„Der Werbeartikel im Marketing-Mix“
27.09.2016	Düsseldorf	„Der Mehrwert des Werbeartikels“
29.09.2016	München	„Der Mehrwert des Werbeartikels“
29.11.2016	Düsseldorf	„Der Werbeartikel im Marketing-Mix“
01.12.2016	Olten (CH)	„Der Werbeartikel im Marketing-Mix“

*jeweils 9.00 - 17.00 Uhr

Wir freuen uns auf Ihre Teilnahme!

Ein Angebot vom PSI Institute

SEMINAR 1
„DER MEHRWERT DES WERBEARTIKELS“

Michael Mätzener, promoFACTS

Inhalt:

- Der Mehrwert des Werbeartikels
- Werbeartikelmarketing
- Erfolgreiches Briefing mit Kunden
- Werbeartikel im crossmedialen Einsatz
- Werbeartikel als Werbebooster – Multisensorik
- Case Studies

Ihr Nutzen:

Durch die Vermittlung von Theorie und **Übung in Gruppenarbeiten** kann das Wissen am nächsten Tag in die Praxis umgesetzt werden. Sie steigern die Effizienz und die Effektivität bei Ihrem Kunden.

SEMINAR 2
„DER WERBEARTIKEL IM MARKETING-MIX“

Robert Scheidegger, promoFACTS

Inhalt:

- Werbeartikel SWOT
- Vom klassischen Marketing zum Werbeartikelmarketing
- Erfolgreiches Briefing mit Kunden
- Praxisorientierter Workshop
- Erfolgsfaktoren und Werbewirksamkeit

Ihr Nutzen:

Durch die Vermittlung von Theorie und einem **Workshop** kann das Wissen am nächsten Tag in die Praxis umgesetzt werden. Sie steigern die Effizienz und die Effektivität bei Ihrem Kunden.

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.: +49 211 – 90 191 – 114/-150/-315/-321 +++ FAX: +49 211 – 90 191 – 180 +++ MAIL: VERLAG@PSI-NETWORK.DE

TEXTILIEN / TEXTILES

PSI No. 45461 www.alta-seta.de

PSI No. 44367 www.newwave-germany.de

PSI No. 49354 www.fiftyfive.eu

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder

www.psiproductfinder.de

NACHHALTIGE PRODUKTE / SUSTAINABLE PRODUCTS

PSI No. 46235 www.herka-frottier.at

SCHREIBGERÄTE / WRITING UTENSILS

PSI No. 42809 www.pcollection.de

PSI No. 47160 www.hauff-gmbh.de

PSI No. 41848 www.uma-pen.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

KUNSTSTOFF-ERZEUGNISSE / INJECTION MOUDED PLASTIC PRODUCTS

PSI No. 42299 www.adamo-design.de

SCHLÜSSELANHÄNGER UND CHIPHALTER / KEY FOBS AND TROLLEY COINS

PSI No. 49467 www.keymortizer.de

PSI No. 46925 www.pinsundmehr.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

BÜROBEDARF / OFFICE SUPPLIES

PSI No. 46405 www.siplast.de

PSI No. 45727 www.plastolan.de

WERBE- UND PROMOTIONMATTEN / ADVERTISING AND PROMOTION MATS

PSI No.43358 www.promotions-mats.eu

SÜSSWAREN / SWEETS

PSI No. 49620 www.dergugl.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

KUCHEN / CAKE

PSI No. 49628 www.kathi.de

WERKZEUG, TECHNIK & ELEKTRONIK / TOOLS, TECHNIQUE & ELECTRONICS

PSI No. 40972 www.pfconcept.com

REGENSCHIRME / UMBRELLAS

PSI No. 48720 www.strimaxx.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

SPIELWAREN / TOYS

PSI No. 46903 www.spm-marketing.de

PSI No.44393 www.steiner-pluesch.de

PSI No. 48223 www.kdm-handel.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

SONDERANFERTIGUNGEN / CUSTOM MADE ARTICLES

PSI No. 44613 www.issuetissue.com

PSI No. 44294 www.floerke.de

PSI No. 49104 www.wmhs.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

TASCHENMESSER / POCKET KNIFE

PSI No.41275 www.cjherbertz.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

SICHERHEITSMESSER / SAFETY CUTTERS

PSI No. 40111 www.martor.com

MASSBÄNDER / MEASURING TAPESA

PSI No. 41118 www.hoechstmass.com

VEREDELUNG & WERBEANBRINGUNG / FINISHING & PROMOTIONAL LABELLING

PSI No. 49554 www.signum-druck.de

PSI No. 42087 www.koessinger.de

PSI No. 16618 www.fabuprint.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

PAPIERTASCHENTÜCHER / PAPER TISSUES

PSI No. 49268 www.medicell.de

DIENSTLEISTUNGEN / SERVICES

PSI No. 16842 www.ja-werbeartikel.de

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

QUALITÄTSPRÜFUNG / QUALITYINSPECTION

PSI No. 49658 producttesting-hh@eurofins.com

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 oder online
in unserem PSI Product Finder
www.psiproductfinder.de

GALSWAREN / GLASS WARE

PSI No. 41829 werbeartikel-service@rastal.com

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk
PSI Supplier Finder 2/2015 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

UNTERNEHMENSVERKAUF / BUSINESS FOR SALE

Gesucht - Junger Firmengründer mit finanzieller Grundlage

Gut eingeführtes Unternehmen im Druck- und Veredlungs-Bereich tätig, gibt aus Altersgründen die Bereiche Heimat-, Regionen- und Trend-Artikel ab.

Startkapital 0,5 Mio. € zur Übernahme notwendig.
Lage Mitte/West Deutschland.

Bei Interesse, Zuschriften bitte an:
PSI Journal
Chiffre Nr.: 20160201
Völklinger Str. 4
40219 Düsseldorf
verlag@psi-network.de

STELLENANGEBOTE / JOBOFFERS

Die Informa Music & Media GmbH ist eine Produktionsagentur im Bereich Medienprodukte und Verpackungen. Zu unseren Kunden gehören führende Musikfirmen in Deutschland und Europa.

Wir suchen ab sofort in Vollzeit eine(n)

EINKÄUFER(IN) IM BEREICH WERBEMITTEL || MERCHANDISE

Zu Ihren Aufgaben gehört der komplette Einkauf von Werbemitteln und Merchandising Produkten für unsere Kunden in der Musikindustrie.

Folgende Qualifikationen sind uns wichtig:

- Ausbildung im kaufmännischen Bereich, (idealerweise im Werbemittelbereich)
- Sie sind ein Profi im Einkauf von Werbemitteln, haben gute Lieferantenbeziehungen, idealerweise auch Erfahrungen im Importbereich von Werbemitteln aus China
- Verhandlungssichere Englischkenntnisse
- Sicheres Auftreten gegenüber Kunden, Partnern und Lieferanten

Wir glauben an Menschen, die etwas bewegen wollen, die neugierig sind, über den Tellerrand hinaussehen und als Teamplayer für unsere Kunden neue Wege gehen.

Interessiert? Dann freuen wir uns auf Ihre ausführlichen Bewerbungsunterlagen unter Angabe Ihres frühestmöglichen Eintrittstermin und Ihrer Gehaltsvorstellung.

informa®
MUSIC & MEDIA GmbH
Moltkestraße 8
33330 Gütersloh

FON +49 (0)5241-40005-0
FAX +49 (0)5241-40005-56
MAIL hallo@cd-informa.de
www.cd-informa.de

informa®
MEDIA I MERCH I POS I PACKAGING

INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page
45461	ALTA SETA GmbH & Co. KG	070
41169	ASS - Spielkartenfabrik Altenburg GmbH	029
	Chiffre 20160201	076
45619	CLIPY Artur Begin, S.L.	U2/IFP
42819	Gustav Daiber GmbH	005
45720	DreamPen, Polish Ball-Point Pens Producer, Inh. Dariusz Libera	025
PSI Partner	FKM e.V.	002
41615	Geiger Aktiengesellschaft	057
45666	Halfar System GmbH	045
41275	C. Jul. Herbertz GmbH	073
46235	Herka GmbH	047, 070
16394	informa MUSIC & MEDIA GmbH	076
42907	Inspirion GmbH	013
44613	IssueTissue® / IssueTissue bv	073
16842	JA Werbeartikel, Inh. Jens Ackermann	074
48291	JH Innovations GmbH	029
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	049
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH	072
42438	Lediberg GmbH	003
42020	mbw® Vertriebsges. mbH	U4/OBC
45974	Multiflower GmbH	061
44367	New Wave GmbH	007
42809	F. Pecher GmbH - Fabrik für Schreibgeräte	053, 070
40660	PF Concept Deutschland GmbH	059
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	055, 071
45727	Plastolan GmbH	061, 071
42332	prodir S.A.	001
43952	PSI - Reed Exhibitions Deutschland GmbH	047, 069, 077, 083, U3/IBC
46261	reeko design gmbH & co. Kg	051
48295	Relags GmbH	067
49018	Michael Schiffer Promotion GmbH	021
46405	SIPLAST Siegerländer Plastik GmbH	031, 071
41108	STAEDTLER MARS GmbH & Co. KG	015
45328	Stilolinea Srl	019
41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	017
43385	VELOFLEX - Carsten Thormählen GmbH & Co.	027
47555	Vim Solution GmbH	023
49104	Werbemittel-Händlerservice	073
	Beilagen / Inserts (* Teilauflage / Part circulation)	
49124	BQS Textiles BV	*

94% ALLER PROFESSIONELLEN ENTSCHEIDER NUTZEN FACHMEDIEN.

FACHMEDIEN BLEIBEN DIE WICHTIGSTE BERUFSBEZOGENE INFORMATIONSQUELLE FÜR ENTSCHEIDER. DIE B2B-KERNZIELGRUPPE WIRD ÜBER DIGITALE UND GEDRUCKTE FACHMEDIEN NAHEZU KOMPLETT ERREICHT. DABEI WERDEN FACHZEITSCHRIFTEN WEITER HÄUFIGER REGELMÄSSIG GENUTZT, ALS DIGITALE FACHMEDIEN. MEHR ERFAHREN SIE AUF WWW.DEUTSCHE-FACHPRESSE.DE

Deutsche Fachpresse

UNTERSTÜTZT VON:

Print wirkt.

TOP-PRODUKTTHEMEN IM PSI JOURNAL

Elektronische Gadgets, Verpackungsinnovationen oder kreative Geschenksets für Weihnachten und Co. – Präsentieren Sie Ihre Produkt-Highlights in der Juni Ausgabe des PSI Journals vor.

Ausgabe 06 2016
ELEKTRONIK UND KOMMUNIKATION und **WEIHNACHTEN UND GESCHENKSETS**
Redaktionsschluss: 15.4.2016
Anzeigenschluss: 5.5.2016

Ausgabe 07 2016
SPIELWAREN UND PLÜSCHARTIKEL und **WELLNESS UND GESUNDHEIT**
Redaktionsschluss: 16.5.2016
Anzeigenschluss: 6.6.2016

Ausgabe 8/9 2016
KUNSTSTOFF, HOLZ, LEDER und **PAPIER, VERPACKUNG UND VEREDLUNG**
Redaktionsschluss: 24.6.2016
Anzeigenschluss: 5.8.2016

Ausgabe 10 2016
FESTE UND EVENTS und **CORPORATE FASHION, FREIZEIT- UND OUTDOOR-LOOKS**
Redaktionsschluss: 18.8.2016
Anzeigenschluss: 5.9.2016

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

PSI BUSINESS PERFORMANCE INDEX MACHT FIT FÜR DEN MARKT

Der Vergleich mit anderen – Benchmarking genannt – hilft einem zu verstehen, wie wettbewerbsfähig man für die Zukunft ist. Es geht dabei im Wesentlichen um die Identifizierung von Stärken und Schwächen und die Ableitung von Maßnahmen, um besser zu werden. Um ein Benchmarking für den Werbeartikelhandel möglich zu machen, setzt das PSI aktuell mit dem renommierten Marktforschungsinstitut techconsult ein Projekt auf, mit dem die Leistungsfähigkeit von Handelsunternehmen messbar gemacht wird und mit dem sich jeder Werbeartikelhändler messen kann. Dieser „PSI Business Performance Index“ basiert unter anderem auf der **Abfrage von relevanten Daten aus den Bereichen Einkauf, Verkauf, Finanzen, Marketing, Logistik, Personal**. Die Abfrage erfolgt ähnlich wie beim PSI-Branchenbarometer über einen Onlinefragebogen. Aus der Gesamtheit der anonym erhobenen Daten entsteht ein **Daten-Pool, der mit seinen Durchschnittswerten den Vergleich mit dem eigenen Unternehmen ermöglicht**. Dabei werden nur ähnliche Unternehmen betrachtet. Auf diese Weise bekommt jedes Handelsunternehmen eine spezifische Analyse mit Handlungsempfehlungen, die als Grundlage für eine erfolgreiche Unternehmensplanung dient.

PRÄZISER WETTBEWERBSVERGLEICH DANK ECHTDATEN

Um die Datenbank mit den notwendigen Daten füllen zu können, sind alle Interessierten aufgerufen, sich aktiv zu beteiligen: www.psi-network.de und dann unter Services einfach PSI Business Perfomance Index auswählen. Bereits die Umfrage selbst ist für Teilnehmer von konkretem Nutzen, da sie dabei eine bewährte Struktur durchlaufen, die Arbeitsabläufe (Prozesse) im eigenen Unternehmen systematisch erfasst und aufzeigt. So lassen sich bereits zu diesem Zeitpunkt Schwachstellen oder bislang weniger beachtete Aspekte erkennen und beleuchten. <

Fragen zum PSI Business Performance Index beantwortet das PSI Marketingteam unter Telefon +49 211 90191-719 oder per E-Mail institute@psi-network.de. Onlinefragebogen unter www.psi-network.de ➔Services➔ PSI Business Performance Index.

LIEFERANTENDATEN JETZT AKTUALISIEREN

Der **PSI Supplier Finder** ist für Händler eine verlässliche Quelle bei der Suche nach geeigneten PSI Lieferanten. Wer im PSI Supplier Finder steht, wird gefunden. Das offizielle Lieferantenverzeichnis des PSI erscheint zweimal im Jahr und wird an alle PSI Werbeartikelhändler versandt. Neben Unternehmensstammdaten enthält es auch wichtige Informationen wie Warengruppen und erlangte Zertifizierungen. Schon jetzt können PSI Mitglieder (Hersteller und Lieferanten) ihre Einträge in der ersten Ausgabe des Supplier Finders 2016 sichern. Noch bis **6. Mai 2016** können Einträge vorgenommen werden. <

PSI Mitglieder können sich unter *psiproductfinder.de/de/account/profile* mit ihren PSI Zugangsdaten einloggen, um das Onlineformular zu bearbeiten.

PSI SUSTAINABILITY AWARDS GEHEN IN DIE ZWEITE RUNDE – **JETZT ANMELDEN**!

Jeder zweite Lieferant setzt auf Nachhaltigkeit. Bei den Händlern ist es jeder Dritte, der konkrete Maßnahmen ergreift, um seine Tätigkeit zu zertifizieren oder Nachweise der Nachhaltigkeit zu erhalten. Tendenz: steigend. Dies geht aus dem aktuellen PSI Branchenbarometer hervor, das zur PSI Messe 2016 erschienen ist. Es zeigt: Das Thema Nachhaltigkeit ist längst in der Werbeartikelbranche zu einem zentralen Thema geworden. Mit den **PSI Sustainability Awards** 2016 sorgt das PSI für mehr Transparenz, wenn es um einen zuverlässigen Nachweis über die Nachhaltigkeit der Branche geht. Nach der erfolgreichen Premiere 2015 gehen die Awards nun in die **zweite Runde. Anmeldeschluss ist der 15. Mai 2016**. Teilnehmen können alle Unternehmen der Werbeartikelwirtschaft aus dem In- und Ausland, ob PSI-Mitglied oder nicht. Hersteller, Importeure, Werbeartikelagenturen und -händler können sich dabei für alle Kategorien online anmelden. Für die Kategorien Produkt und Kampagne können sich zusätzlich auch Anwender und Designer bewerben. Auch Unternehmen, die bereits 2015 im Rennen um die PSI Sustainability Awards waren, können 2016 wieder teilnehmen. Die Kosten für die Anmeldung belaufen sich für PSI-Mitglieder auf 190 bis 230 Euro, für Nicht-Mitglieder auf 380 bis 460 Euro.

TRANSPARENTE BEWERTUNG

Bewertet werden die Einreichungen in einem zweigliedrigen System. In einem ersten Schritt werden sämtliche hochgeladenen Zertifikate durch ein hinterlegtes Scoringsystem mit Punkten bewertet. Dabei gilt: Je anspruchsvoller das Profil eines Zertifikates, desto höher wird dieses bewertet. Eine Fachjury vergibt zusätzlich Punkte in den Kategorien Ökologische Initiative, Soziale Initiative, Produkt und Kampagne. Die zusammengerechneten Punkte entscheiden, welche Unternehmen in den einzelnen Kategorien mit einem PSI Sustainability Award ausgezeichnet werden. Die Kategorie 8 bezeichnet den Gesamtsieger. Der Gewinner ergibt sich hier aus der Addition der erreichten Punkte in den Einzelkategorien 1 bis 7.

DIE PREISVERLEIHUNG

Die PSI Sustainability Awards werden am 2. September 2016 feierlich verliehen. Die Auszeichnung erfolgt in allen acht Kategorien. Weitere Informationen zur Anmeldung und zum Ablauf gibt es unter: *www.psi-sustainability-awards.de.*<

KATEGORIEN

Vergeben werden die PSI Sustainability Awards in den acht Kategorien:

- Ökonomie
- Ökologie
- Soziales
- Ökologische Initiative
- Soziale Initiative
- Produkt
- Kampagne
- PSI Sustainable Company of the Year 2016.

PSI SUSTAINABILITY AWARDS

Neue Mitglieder
New Members

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

PSI Händler / Distributor

PSI No. 16986	2 Pierre SRL , ITALY	
PSI No. 16984	2000 Publimark SL , SPAIN	
PSI No. 16993	2u Werbeservice Inh. Jens Werner, GERMANY	www.2u-werbeartikel.de
PSI No. 17012	8 Com GmbH & Co.KG , GERMANY	www.8com.de
PSI No. 16987	Absolon Alfred Absolon, GERMANY	www.absolon.de
PSI No. 16991	AK Media André van Keulen, THE NETHERLANDS	www.digipromotions.nl
PSI No. 17004	Alex Company SRL , ROMANIA	www.alexcompany.ro
PSI No. 16989	Amicca Werbeagentur Inh. Michael Kirmeß, GERMANY	www.amicca-werbeagentur.de
PSI No. 17017	Belle Impression SARL , FRANCE	www.belle-impression.ppo.com
PSI No. 17007	Berlin Design GmbH & Co.KG , GERMANY	
PSI No. 17006	Brand Distibution Group SRL , ROMANIA	www.brandoffice.ro
PSI No. 16998	Brand Specials Inh. Bas de Zeeuw, THE NETHERLANDS	www.brandspecials.nl
PSI No. 16988	Brianto NV , BELGIUM	www.brianto.be
PSI No. 17024	C-Concepts GmbH , GERMANY	www.cconcepts.de
PSI No. 16983	Comercializadora de Objetos de Reclamo, SL , SPAIN	www.goodie.es
PSI No. 17020	Contrazt ApS , DENMARK	www.contrazt.dk
PSI No. 16995	Dabrock Werbung KG , GERMANY	www.dabrock.de
PSI No. 17003	Digital World Computer Design LCC , UNITED ARAB EMIRATES	www.digitalworldgroup.com
PSI No. 12331	DJA Europe BV , THE NETHERLANDS	www.denley.nl
PSI No. 16985	Tresdglass LDA , PORTUGAL	www.3dglass.pt
PSI No. 17008	etPlix Projekt UG (Haftungsbeschränkt) , GERMANY	www.etplix.de
PSI No. 17015	Gut Aiderbichl GmbH , AUSTRIA	www.gut-aiderbichl.com
PSI No. 17021	Hanser & Ruh GdbR , GERMANY	www.reklame
PSI No. 17019	h&h creativteam Inh. Detlef Hein, GERMANY	www.hh-creativteam.de
PSI No. 17011	HMA Creative Hurst Morris Associates Ltd. , UNITED KINGDOM	www.hmacreative.com
PSI No. 16992	imagePLUS GmbH , GERMANY	www.imageplus-effekt.de
PSI No. 16982	IMPO S.A. , SPAIN	www.imposa.es
PSI No. 16978	Inextremis - Publicidade e Marketing Lda , PORTUGAL	www.inextremis.pt
PSI No. 17005	JOBB BV ltd , THE NETHERLANDS	www.job-b.nl
PSI No. 17009	Ketzler Werbe- & Textilsiebdruck Inh. Werner Ketzler, GERMANY	www.siebdruck-ketzler.de
PSI No. 17018	No Skip Advertisement LLC , SAUDI ARABIA	www.noskipad.com
PSI No. 16979	Novi LDA , PORTUGAL	www.novi.pt
PSI No. 16996	Overture Premiums and Promotions LLC , UNITED STATES	www.overturepromotions.com
PSI No. 16997	PAS PLC , BELGIUM	www.pasprint.be
PSI No. 17023	Philipse Sign Traiding vof , THE NETHERLANDS	www.philipsesigntraiding.com
PSI No. 12186	ProDrink BV , THE NETHERLANDS	www.prodrink.com
PSI No. 17002	Project Eternity Werbehandel Gbr , GERMANY	www.project-eternity.de
PSI No. 16981	Publiway - Publicidade e Servicios LDA , PORTUGAL	www.publiwaybrindes.com
PSI No. 17014	Quality Print OÜ Ltd , ESTONIA	www.qualityprint.ee
PSI No. 17001	SC Sales Serv SRL , ROMANIA	www.promotop.eu
PSI No. 17010	SD 4 Business Präsente Inh. Sabine Hohmann-Jann, GERMANY	www.SD-4businesspraesente.de
PSI No. 16994	Smart Travel Goods BV , THE NETHERLANDS	www.luggagemate.com
PSI No. 12499	Sportswear Langer GmbH , GERMANY	www.langer-sportswear.de
PSI No. 17000	Textigraph 2000 , BELGIUM	www.textigraph2000.be
PSI No. 17016	TOERMALIJN TRADING B.V. , THE NETHERLANDS	www.toermalijntraiding.nl
PSI No. 16980	Via Imagen SL , SPAIN	
PSI No. 16990	Weber Beschriftungen Inh. Brigitte Weber, GERMANY	www.weber-beschriftungen.de
PSI No. 17022	werberater GmbH , GERMANY	www.werberater.de
PSI No. 17013	Winkler Werbung Inh. Tobias Winkler, GERMANY	www.winklerwerbung.de
PSI No. 16999	Wizzard Gifts Ltd , UNITED KINGDOM	

Neue Mitglieder
New Members

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

PSI Lieferanten / Supplier

PSI No. 49169 Bionatic GmbH & Co. KG , GERMANY www.biologischverpacken.de

Bei greenbox© Bionatic ist Nachhaltigkeit nicht nur ein Schlagwort! Das Bremer Unternehmen vertreibt ein modernes Sortiment an Food-Service-Verpackungen aus nachwachsenden oder mit recycelten Rohstoffen. Es kommen dabei u.a. Bio-Kunststoffe, Zuckerrohr, Palmblatt und Karton zum Einsatz. Viele Artikel wie z.B. die Bio-Kaffeebecher und Papiertragetaschen sind nicht nur ab Werk, sondern auch nachträglich bedruckbar.

PSI No. 48039 BVBA Bokafe , BELGIUM

PSI No. 49747 Cookie Cutter® ASSCA GmbH, GERMANY www.cookiecutter.de

Cookie Cutter ist seit mehr als 8 Jahren einer der führenden Markenhersteller für individuelle Food-Shaping Produkte. Das Sortiment umfasst Ausstechformen in Wunschform, Backformen, Eiswürfelformen, BBQ Stempel, Toaststempel uvm. Es stehen zahlreiche Branding- und Verpackungslösungen zur Verfügung.

Cookie Cutter is for more than 8 years one of the leading brands for individual food-shaping products.
The range includes customized cookie cutters, cake pans, ice cube trays, BBQ stamps, toast stamps and more.
There are many branding and packaging solutions available.

PSI No. 48082 Golden Life S.N.C. , ITALY www.goldenlife.it

PSI No. 45053 Hesas Hediyelik Esya San. Ve Tic. A.S., TURKEY www.hesas.com.tr

PSI No. 49727 MemorySweets GmbH , GERMANY www.memorysweets.com

Außergewöhnliche Süßwaren und Spezialitäten aus aller Welt: Gebrandet, thematisiert, individualisiert. Der erste Dienstleister und Süßwaren Händler zugleich mit Zugriff auf alle Süßigkeiten ohne Grenzen. Konfektionen und Branding bereits ab zweistelligen Mindestabnahmemengen.

Extraordinary sweets and specialties from all over the world: Branded, thematized, individualized. The first service provider and sweets retailer with access to all sweets without limits. Manufacturing and branding already up from double-digit minimum order quantities.

PSI No. 48087 Minibeachflag , THE NETHERLANDS

PSI No. 48032 Star Innovations LLC , UNITED STATES www.logostars.net

PSI No. 48134 Walter Simon e.K. Knusperreich - Bio Cookies, GERMANY www.knusperreich.de

WIR LIEFERN NUR GUTE WARE

Das Thema Werbeartikel gewinnt für Prüfungsunternehmen wie TÜV oder Intertek immer mehr an Bedeutung. Grund hierfür ist das wachsende Sicherheits- und Qualitätsbewusstsein der global aktiven Großunternehmen. Ja, es sind speziell die Großunternehmen der Automobil-, Nahrungsmittel- oder auch der Chemieindustrie, die von ihren bisherigen Konzepten – dem Lieferant von Werbeartikeln alles zu glauben, was er verspricht – Abstand nehmen. Warum? Weil sie reichlich negative Erfahrungen gemacht haben. Die große Herausforderung für global aufgestellte Großabnehmer von Werbeartikeln sind die unterschiedlichen rechtlichen Anforderungen an Werbeartikel in den einzelnen Absatzmärkten. Diese Erkenntnis setzt sich im Markt immer mehr durch. Kunden wie zum Beispiel Nestlé bitten bei der Qualitätssicherung ihrer Werbeartikel zunehmend externe Dienstleister um Unterstützung.

In der Vergangenheit suchte ich immer wieder das Gespräch mit PSI-Mitgliedern, um auf die Notwendigkeit hinzuweisen, Qualitätssicherungskonzepte einzuführen. Immer wieder waren es Mittelständler, die mit den gleichen Sprüchen antworteten: „Wir kennen unsere Lieferanten seit Jahren, die liefern nur gute Ware." Oder: „Wir bekommen immer Konformitätserklärungen von unseren Lieferanten, die bestätigen, dass alle Anforderungen eingehalten werden." Kaum ein Unternehmen fasst das Thema Qualitätssicherung wirklich an. Immer wieder hörte ich: Zu teuer, zu viel Aufwand, brauchen wir nicht…

Bei diesen Äußerungen spielt der Kampf um Preis und Margen eine große Rolle. Kann dies eine Entschuldigung sein? Sicher nicht. Ein großer Lieferant gab mir kürzlich den Hinweis, dass er am liebsten einigen Unternehmen die Prüfbehörden ins Haus schicken würde, da keines ihrer Produkte die notwendigen Zertifikate oder Prüfsiegel aufweise. Dadurch können die Produkte günstiger angeboten werden. Sauber geprüfte und zertifizierte Werbeartikel haben dann oft keine Chance mehr in diesem unfairen Wettbewerb.

Die Branche muss aufpassen. Gerade in Zeiten der Veränderung und in einer Phase, in der es wirtschaftlich wieder bergauf geht (und das tut es!), werden diese vermeintlichen „Kavaliersdelikte" immer gefährlicher und können das Image der Branche schädigen. „Es wird uns Müll geliefert", habe ich gestern beispielsweise von einem Marktführer der Lebensmittelindustrie gehört. „Wenn ich von meinem deutschen Lieferanten Prüfdokumente anfordere, erhalte ich maximal eine Bestätigung von seinem chinesischen Lieferanten, dass alles ok ist." Diese Praktiken werden insbesondere den kleineren Unternehmen unserer Branche Schaden zufügen.

Laut Bundesverband „Industrie Kommunikation" sind im letzten Jahr die Etats der deutschen B2B-Unternehmen um über 30 Prozent gewachsen. Webeartikel spielen bei der Aufteilung der Budgets neben Messen, Produktinformationen, Web und Print die wichtigste Rolle. Wieder eine große Chance für die Branche, die nicht durch die Nachlässigkeit bei gesetzlichen Vorgaben und Nachhaltigkeitsthemen verspielt werden sollte.

»Wer Qualitätssicherung und Nachhaltigkeit nicht ernsthaft umsetzt, verspielt eine große Chance.«

Es grüßt Sie

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

PSI
SUSTAINABILITY
AWARDS

Nachhaltigkeit ist in der Werbeartikelindustrie längst ein Thema. Die eigenverantwortliche Balance zwischen Ökonomie, Ökologie und Sozialem und deren transparente Dokumentation belegen viele Unternehmen mit Einzelzertifikaten.
Auch die Werbeartikelwirtschaft braucht ein nachhaltiges Gesicht. Diese Aufgabe übernehmen die PSI Sustainability Awards, die das Düsseldorfer PSI als exklusive Auszeichnungen für den Werbeartikelmarkt ins Leben gerufen hat.

Weitere Informationen:
www.psi-awards.de

Jetzt anmelden

STILVOLL GENIESSEN

Wer hätte das gedacht: Die ersten nachweisbaren Strukturen einer Küche, also ein von einer reinen Feuerstelle unterscheidbarer Bereich zur Nahrungszubereitung, finden sich in Grabungsfunden der vorkeramischen Neolithikum-A-Strukturen aus Jericho im 8. Jahrtausend vor Christus. Der Beweis, dass die Kultur des Kochens eine der ältesten zivilisationsbildenden Errungenschaften darstellt. Seither hat sich natürlich viel getan. Doch noch immer ist die Weiterentwicklung der prähistorischen Feuerstelle, die Küche, der Mittelpunkt häuslichen Lebens. In der Aprilausgabe erweisen wir diesem Lifestyle-Thema unsre Referenz mit Produkten der Branche – und stellen dazu Passendes aus den Bereichen „Süßes und Kulinarisches“ vor.

Bitte denken Sie schon jetzt an das Produktthema der Juni-Ausgabe mit den Themengruppen „Elektronik und Kommunikation“ sowie „Weihnachten und Geschenksets“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 15. April 2016 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail hoechemer@edit-line.de. <

EMOTIONEN TRANSPORTIEREN

Als der Jungunternehmer Arne Schubert mit seinem Projekt „allbranded“ in die Welt individueller Werbeartikel startet, hat er bereits klare Vorstellungen davon, wie er die dreidimensionale Werbung erfolgversprechend mit der digitalen Wirklichkeit verbinden will. Dass es ihm zusammen mit seinem Team gelingt, den Werbemittelmarkt innerhalb kürzester Frist mit einem zeitgemäßen Konzept neu aufzumischen, ist eine Story, die es lohnt, erzählt zu werden. <

EIN PLATZ IN DER SONNE

Werbebotschaften, die einen Platz in der Sonne haben – die Sonnenblenden von Clipy machen es möglich. Einfallsreichtum, unternehmerischer Geist und Charme haben das in Madrid angesiedelte Unternehmen zu einem Spezialisten gemacht, der längst weit über die Grenzen Spaniens bekannt ist. Eine beachtliche Entwicklung für die Zufallsbekanntschaft eines Mannes mit einem einst neuen Produkt. <

IMPRESSUM

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

Herausgeber: Michael Freter

Geschäftsleitung: Hans-Joachim Erbel, André Weijde

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

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

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

Chef vom 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,
Karsten Böhme
Tel.: +49 211 90 191-321, karsten.boehme@reedexpo.de

Sales Executive: Thomas Passenheim
Tel.: +49 211 90 191-150,
thomas.passenheim@reedexpo.de
Alexandra Rymanova,
Tel.: +49 211 90 191-315,
alexandra.rymanova@ reedexpo.de

REGIONALE KONTAKTE

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

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

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

Türkei: Istexpo
Eylül Ingin
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.

Reed Exhibitions

PSI

10. – 12. Januar Düsseldorf 2017

Die Europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

Reed Exhibitions

www.psi-messe.com

mbw®

MIT LIEBE ZUM DETAIL!

DIE TÜV-GEPRÜFTEN

SCHNABELS®-ENTEN

SIND GENAUSO SYMPATHISCH
WIE IHR UNTERNEHMEN.

TÜVRheinland ZERTIFIZIERT
Schadstoff-geprüft
Sicherheit
www.tuv.com
ID 0000039873

Schnabels®