

Düsseldorf · G-30212

Internationales Magazin  
für Werbeartikel

JUNI 2016  
55. Jahrgang

▶ **PSI**

# JOURNAL



**Christian Hauptfleisch**  
Werbepräsente  
Hauptfleisch  
Es gab nie einen  
anderen Weg



**Dr. Andreas Penz**  
Trotec  
Rekordumsatz  
im Laserbereich

**Werbeartikel-Guide**  
Elektronik & Kommunikation  
Weihnachten & Geschenksets

**Tag der Logistik bei ztv**  
Erfolgreicher Tag für alle

**150 Jahre BOFA-Doublet**  
Werbung in neuer Dimension

**graf. Kommunikation**  
Cleansmann  
Imagekampagne mit Pfiff



**HAPTİK IN DER  
VERKAUFSFÖRDERUNG  
BERÜHREN  
ERWÜNSCHT**

# POLO'S FÜR JEDEN ANLASS





VICTORINOX

## EDITORIAL

# GENERATION INTERNET 2.0

**R**esponsive Webdesign, Data-Driven Marketing, Messaging und Multi-Device User Tracking, mit diesen und ähnlichen Anforderungen der Internet-Zeit könnte man ganze Seiten füllen. Vieles gehört zur Schaumschlagerei von Marketing- und Netz-Philosophen. Aber hinter tausend Neuwörtern verbergen sich sehr dynamische Entwicklungen. Das Internet erfindet sich ständig neu.

Kürzlich las ich ein Zitat in einer US-Zeitschrift. Da stand tatsächlich zu lesen: „2015 was the year the old internet finally died.“ Es stammt von einer Größe in Silicon Valley, deren Namen ich leider vergessen habe. Aber was denkt man, wenn man so was liest? Ja, der Desktop ist auf dem Rückzug, Smartphones und Tablets sind massiv auf dem Vormarsch. Die Apple watch brummt oder brummt nicht. Aber das ist nicht das Internet, das sind nur Werkzeuge, um sich in dieser Welt bewegen zu können. Geändert hat sich, dass man in der 1. Generation Internet den direkten Weg zu Websites der Lieferanten und Kunden gesucht hat. Der Glanz der Websites ist jedoch verblasst. Suchmaschinen und Social Media wie Facebook sind aktiver und interaktiver – sie müssen auf die Websites locken.

Das Gesetz des Internets Generation 2 heißt: Wir müssen mit unseren Botschaften dorthin gehen, wo die Menschen sind. Google und Facebook sind Zubringer geworden, und zwar sehr wichtige. Sie müssen mit wertigem Content gefüttert werden, damit Menschen wieder direkt zu uns finden, weil wir ihr Interesse wecken konnten. Zu uns, das heißt zu Beratern, zu Lieferanten und natürlich zu uns, zum PSI und zum PSI Journal. Der Anteil des von Usern selbst Geschriebenen ging bei Facebook um 21 Prozent zurück. Es wird dramatisch mehr „geteilt“ und Links werden empfohlen. Wer also mit „Bla-Bla“ auf sich und seine Website aufmerksam machen will, der wird langfristig allein bleiben. Content is key. Schmuck- und sprachlose Botschaften – auch über Werbeartikel – werden in der Flut im Netz untergehen. Unser Auftritt muss so sein, dass unsere Inhalte von Freunden „geteilt“ und empfohlen werden.

Dazu müssen wir Geschichten erzählen. Geschichten von und um Werbeartikel und rund um diejenigen, die sie erdacht, fabriziert und vorgestellt haben. Schaut man sich im Internet um, dann ist da noch viel zu tun. Allein die Präsentationen vieler Firmen auf ihren eigenen Websites bei „über uns“ ist oft langweilig oder gar nicht vorhanden. Würden Sie Ausgefallenes bei jemandem bestellen, von dem Sie gar nichts wissen? Die 2. Generation Internet fordert mehr Content, mehr Geschichten, mehr Bilder, mehr Highlights, mehr Erlebnis. Schöne Erlebnisse und gute Tipps „teilt“ man gern.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser  
 Chefredakteur PSI Journal  
 Ihre Meinung: [schloesser@edit-line.de](mailto:schloesser@edit-line.de)



Manfred Schlösser



## DER LANGZEIT- WERBETRÄGER

Swiss Card Nailcare  
 13 Funktionen



## Der perfekte Werbeträger für Ihre Marke

Jeder kennt Sie – die original SIGG Trinkflasche. Ihr markantes, international renommiertes Design macht sie zum Kultobjekt und zu einem perfekten Werbemittel, dass Ihre Marke zu einem gern gesehenen Begleiter macht. Profitieren Sie davon und setzen Sie auf die Markenstärke von SIGG. Gerne erstellen wir Ihnen eine persönliche Offerte und freuen uns auf Ihre Anfrage.



### SMARTE BOTSCHAFTEN

12

Dass auch die Werbemittelbranche stets auf der Höhe ihrer Zeit agiert, zeigt die Produktgruppe, deren Neuheiten wir auf diesen Seiten vorstellen. Die Werbeatikel zu diesem Thema demonstrieren, wie wirksam sich neue Kommunikationsmedien und dreidimensionale Werbung ergänzen lassen. Und das Zusammenspiel von digitalem Zeitalter mit dreidimensionalen Werbemedien ist ständig gegenwärtig und generiert durch den täglichen Umgang eine wünschenswert nachhaltige Werbewirkung.



<b>TRENDS &amp; BRANDS</b>	Weißes Gold	4
	Sonnige Aussichten	6
<b>FOKUS</b>	Haptik in der Verkaufsförderung: Berühren erwünscht	8
<b>ELEKTRONIK UND KOMMUNIKATION</b>	Smarte Botschaften	12
<b>BRANCHE</b>	Unternehmen, Ereignisse, Märkte	28
	Tag der Logistik bei ztv: Erfolgreicher Tag für alle	32
	Hallbauer Werbeatikelmesse: Fulminantes Messe-Comeback	34
	Werbemittel Ruppner: Haptische Erlebnisse	36
<b>WEIHNACHTEN UND GESCHENKSETS</b>	Alle Jahre wieder	38
<b>UNTERNEHMEN</b>	150 Jahre BOFA-Doublet: „Werbung in neuer Dimension“	60
	Trotec: Rekordumsatz im Laserbereich	64
<b>BUSINESS</b>	CLEANSMANN: Imagekampagne mit Pfiff	66
<b>PORTRAIT</b>	Christian Hauptfleisch: „Es gab nie einen anderen Weg“	68
	Werbemittel-Innovationen	72
<b>NEU AM MARKT</b>	Informationen für PSI Mitglieder	82
<b>MEINUNG</b>		86
<b>VORSCHAU/IMPRESSUM</b>		88

**THE ORIGINAL.**

WWW.SIGG.DE/WERBEGESCHENKE

## HAPTIK IN DER VERKAUFSFÖRDERUNG

8



Wer heute Kunden begeistern will, sollte sie möglichst über mehrere Sinneskanäle ansprechen. Denn je mehr Sinne in den Kommunikationsprozess eingebunden werden, desto eindrucksvoller wird die Botschaft wahrgenommen und um so schneller kauft der Kunde. Unternehmen können so ein Differenzierungsmerkmal schaffen, wenn sie sich zu einem multisensorischen Unternehmen entwickeln – einem Unternehmen der fünf Sinne.

## 150 JAHRE BOFA-DOUBLET: NEUE DIMENSIONEN

60



Die BOFA-Doublet GmbH, Spezialist für Beflagung, Außen- und Innenkommunikation sowie Events, feiert in diesem Jahr ihr 150-jähriges Bestehen. 1866 gegründet als Geschäft für Dekorationsartikel und Tapeten ist der traditionsreiche Betrieb seit 2012 Teil der Unternehmensgruppe Doublet.

## CLEANSMANN: IMAGEKAMPAGNE MIT PFIFF

66



Auch die Werbearbeitwirtschaft stellt sich mit vielen werbestarken Produkten auf den Spitzensport ein. Am Beispiel des Projekts „CLEANSMANN“ zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 von graf.Kommunikation zeigen wir auf, wie intelligent und kreativ sich Werbearbeit-Agenturen in übergeordnete Konzepte einbringen. Eine Fallstudie, die inspirieren kann.

## CHRISTIAN HAUPTFLEISCH: EHRGEIZIGE ZIELE

68



Christian Hauptfleisch ist einer der Unternehmer, die in ihrem Beruf aufgehen. Und wie alle, die sich mit ihrem Job identifizieren, ist er richtig gut darin. Dass er mit Werbepräsentate Hauptfleisch ein solide geführtes Familienunternehmen übernehmen und weiterentwickeln konnte, würdigt er als historische Chance, die er ohne Zögern ergriff. Ein unternehmerischer, kommunikationsstarker Firmenchef mit klarem Konzept und ehrgeizigen Zielen.



Plüschtierwelt

# Frische Ideen in Plüsch!

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



Sonderanfertigungen für Promotion,  
Maskottchen, ect.

– nach Ihren  
Wünschen.

Promotion!



**TRIGON Deutschland GmbH**

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



### HEISS UND STYLISH TRINKEN

Porzellantasse „La Mata“  
Easy Gifts GmbH  
PSI Nr.: 47300  
www.easygifts.de



### PFIFFIGER HINGUCKER

Kaffeebecher „Samira“  
HNC Import-Export & Vertriebs GmbH  
PSI Nr.: 43891  
www.hnc-werbeartikel.de



### FARBENFROHER GENUSS

Becher „On colours“  
Könitz Porzellan GmbH  
PSI Nr.: 44071  
www.3plus1.com

### STILECHTES TEEVERGNÜGEN

Set aus Bone China Porzellan  
Global Innovations Germany GmbH & Co. KG  
PSI Nr.: 46626  
www.globalinnovations.de



### WEISSES GOLD

Dass Porzellan kostbar ist, zeigt sich bereits an dem gern verwendeten Synonym „weißes Gold“. Diese Bezeichnung übrigens reicht ins frühe 18. Jahrhundert zurück. Am 15. Januar 1708 gelang es Johann Friedrich Böttger und Ehrenfried Walther von Tschirnhaus in Dresden, das erste europäische Hartporzellan zu erzeugen. 1710 wurde in Meißen die erste europäische Porzellanproduktionsstätte eingerichtet. Die Herstellung von Porzellan wurde bereits über tausend Jahre zuvor im Kaiserreich China erfunden. Durch Marco Polo erfuhren die Europäer vermutlich zum ersten Mal von einem weißen edlen Material, das die Chinesen als Tafelgeschirr nutzten. Dass heute Porzellan längst auch in der Werbeartikelbranche Einzug gehalten hat, beweisen diese exemplarisch vorgestellten Stücke.

# Lediberg

NEU | VIELFÄLTIG | EINZIGARTIG

## NEW Digital Print

**Castelli** solution  
by Lediberg

KREATIVE  
BRANDING  
LÖSUNGEN

### TERMINKALENDER

EXZELLENZ VON DEN  
BRANDING EXPERTEN

### NOTIZBÜCHER

WEGWEISEND IN QUALITÄT,  
VIELFALT UND EINZIGARTIGKEIT



**HIGH DEFINITION**  
UV-Drucksystem  
**Castelli** solution

Mehr Infos unter: [info@lediberg.de](mailto:info@lediberg.de) oder Telefon 05261 606-0



### DRAUSSEN SCHMAUSEN

Picknickkorb „Bon Vivant“  
Meinzer GmbH  
PSI Nr.: 44643  
www.ambiente-meinzer.de



### GESCHMEIDIGER SCHUTZ

Lippenpflege „Nature“  
KHK GmbH  
PSI Nr.: 46131  
www.lipcare.de

### SCHWUNGVOLLE KÜHLUNG

Souvenir-Fächer  
Abanicos Jose Blay S. A.  
PSI Nr.: 47670  
www.abanicosjoseblay.com



### SOMMERLICHER ERFOLGSREZEPTE

Nachhaltige Printprodukte  
Dorling Kindersley Verlag GmbH  
PSI Nr.: 48489  
www.dorlingkindersley.de

### SONNIGE AUSSICHTEN

Die durchschnittliche jährliche Sonnenscheindauer liegt in Deutschland je nach Ort zwischen 1300 und 1900 Stunden. Spitzenreiter in Europa sind unter anderen die französische Stadt Digne-les-Bains, Kreta oder Calvià auf Mallorca mit 300 Tagen Sonnenschein im Jahr. Die Sommersonnenwende findet 2016 am 21. Juni statt. Zur Sommersonnenwende erreicht die Sonne auf der Nordhalbkugel der Erde ihren höchsten Stand über dem Horizont und scheint damit am längsten. Das bedeutet: viel Zeit für Freizeit- und Freiluftaktivitäten, bei denen auch ein gewisses Maß an Sonnen- und Hitzeschutz nicht vergessen werden sollte.



daiber

myrtle  
beach

JAMES &  
NICHOLSON

# HOT STYLES

für coole Zeiten!



## HAPTIK IN DER VERKAUFSFÖRDERUNG

# BERÜHREN ERWÜNSCHT

Der Mensch ist ein sinnliches Wesen. Ergo ist auch der Kunde ein sinnliches Wesen. Wer heute Kunden begeistern will, sollte sie möglichst über mehrere Sinneskanäle ansprechen. Denn je mehr Sinne in den Kommunikationsprozess eingebunden werden, desto eindrucksvoller wird die Botschaft wahrgenommen und umso schneller kauft der Kunde. Unternehmen können so ein Differenzierungsmerkmal schaffen, wenn sie sich zu einem multisensorischen Unternehmen entwickeln – einem Unternehmen der fünf Sinne. Das meint zumindest Karl Werner Schmitz, Autor des Buches „Die Strategie der 5 Sinne“.

**W**ichtigstes Ziel eines multisensorischen Unternehmens muss es sein, so Karl Werner Schmitz, mit seinen Produkten und Dienstleistungen und dem gesamten Unternehmensauftritt möglichst alle Sinne des Kunden anzusprechen und in die Positionierung am Markt einzubeziehen. Alle Sinne? Welche sind das? Und warum ist das wichtig? Karl Werner Schmitz beschreibt das so: „Der Kunde weiß komplett, mit allen fünf Sinnen, ob ihm das Produkt einen Nutzen verschafft. Dabei ist besonders die Haptik von Bedeutung. Verlässt sich der Kunde allein auf Auge und Ohr, bekommt er keinen voll-

ständigen Eindruck.“ Der visuelle und der auditive Sinneskanal allein sind also eher unzuverlässig. Während der Mensch von visuellen und akustischen Reizen – auch in den klassischen Werbeformen – geradezu überflutet wird, werden die übrigen Sinne vergleichsweise wenig stimuliert. Sinnvollerweise bedarf es demnach mehr: Optische und akustische Sinnesreize gilt es durch Einbinden der Haptik (Tastsinn) und möglichst auch der Gustatorik (Geschmackssinn) und Olfaktorik (Geruchssinn) zu ergänzen und „so ein sinnliches Gesamtkunstwerk zu schaffen“, drückt es Karl Werner Schmitz pointiert aus.

### TASTSINN IST DER SINN ALLER SINNE

Dem Tastsinn kommt dabei eine besondere Bedeutung zu. Er ist der Sinn aller Sinne. Es gibt kein Leben ohne Tastsinn. Der Mensch kann den Tastsinn nicht völlig verlieren. Wer ein Produkt mit den eigenen Händen angefasst und be-griffen hat, vertraut seiner eigenen Wahrnehmung. „Was ich anfasse, fühle und begreife, ist für mich exakt in dem Augenblick der Berührung unmittelbare und pure eigene Wahrheit“, ist für Karl Werner Schmitz die Basis seiner Philosophie. Oder anders formuliert: Wer sich mit dem Tastsinn informiert, ist sich seiner Beurteilung sicherer. Jeder kennt

das Gefühl, seinen Augen nicht zu trauen oder sich verhöhrt zu haben. Vermutlich wird jedoch niemand jemals sagen: „Ich glaube, ich traue meinen Fingern nicht.“ Was ein Mensch hört oder sieht, ist er eher bereit anzuzweifeln. Zweifelsfrei dagegen ist für ihn immer die subjektiv unmittelbare Wahrheit durch Fühlen, Berühren, Begreifen. Der Tastsinn ist laut Karl Werner Schmitz die entscheidende Instanz. Der Mensch nimmt Informationen zwar bewusst über Augen und Gehör auf, aber häufig entscheidet er entsprechend seiner haptischen Erfahrung. Es ist vor allem der Tastsinn, der aus medialen Informationen eine eigene körperliche Erfahrung, eine begreifbare Wahrheit macht. „Der Mensch ist ein Körperwesen, und der Tastsinn ist der Sinn, der den größten Einfluss auf unser Denken und Handeln und unsere Entscheidungen ausübt“, beschreibt Karl Werner Schmitz. Jede Information, die über den Tastsinn kommt, ist untrennbar mit einem direkten Gefühl verbunden. Gefühle und Fühlen stehen also in einem direkten Zusammenhang, denn jede gefühlte Information und jedes Gefühl werden für den Fühlenden sofort zu seiner persönlichen Wahrheit.

**PRODUKTE MÜSSEN „UNTER DIE HAUT GEHEN“**

Auch Produkte, die in der Werbung oder als Verkaufshilfen eingesetzt werden, sollten den wichtigsten der menschlichen Sinne, den Tastsinn, ansprechen. Bei fast allen Kaufentscheidungen löst erst das Anfassen, das Begreifen den Kaufimpuls aus. Wer erfolgreich verkaufen möchte, sollte seine Kunden emotional berühren und seine Produkte oder Dienstleistungen so kreieren und anbieten, dass sie dem Kunden im wahrsten Sinne des Wortes „unter die Haut gehen“, empfiehlt Karl Werner Schmitz. Natürlich können neben dem Tastsinn noch weitere Sinne angesprochen werden. Sinneswahrnehmungen addieren sich. Je mehr Sinne, so Karl Werner Schmitz, desto höher der Lerneffekt. So gelangen Werbebotschaften und Verkaufsargumente, die über mehrere Sinneskanäle kommuniziert werden, schneller und effektiver zum Empfänger. Allerdings gibt es nun einmal Pro-



**Riechen und fühlen: Auch auf der PSI steht die Multisensorik im Mittelpunkt.**

dukte, die weder riechen noch schmecken und sich zudem nicht anfassen lassen. Und es gibt eine ganze Reihe abstrakter Dienstleistungen, die demzufolge eine andere Möglichkeit benötigen, wie sich dennoch auf allen Sinnesebenen mehrdimensionale körperliche Wahrnehmungen prägen lassen. Die Lösung ist so simpel wie einleuchtend: Haptische Verkaufshilfen. Für Karl Werner Schmitz, den „Vater der Haptischen Verkaufshilfen“, sind sie ein überzeugender Weg, Kundennutzen sinnlich darzustellen.

**SINN UND ZWECK HAPTISCHER VERKAUFSHILFEN**

Wie sieht eine Haptische Verkaufshilfe nun aber konkret aus? In seinem Buch „Die Strategie der 5 Sinne“ zeigt Karl Werner Schmitz, der sich nach eigenen Angaben seit fast 30 Jahren mit dem Thema Haptik beschäftigt und sich selbst als „Vollblut-Haptiker“ bezeichnet, einige Beispiele. An dieser Stelle seien die Haptischen Dominosteine exemplarisch beschrieben. Sie helfen einem Versicherungsberater etwa, die Lebensziele des Kunden lebendig und anschaulich zu thematisieren. Diese Verkaufshilfe besteht aus sechs Steinen: „Einkommen“, „Finanzielle Sicherheit“, „Vermögensaufbau“, „Lebensqualität“, „Die eigenen vier Wände“ und „Reise/Hobby“. Der Berater gibt dem Kunden fünf Domi-



**Haptische Verkaufshilfen wie Dominosteine oder Vorsorge-Baum stellen den Kundennutzen sinn(bild)lich dar.**

nosteine in die Hand und behält den mit „Einkommen“ zurück. Der Kunde stellt die übrigen Dominosteine in der Reihenfolge seiner persönlichen Priorität auf. Nun platziert der Berater den Dominostein „Einkommen“ vor der Reihe der anderen Steine und stößt ihn um, sodass alle anderen Steine auch umfallen. Mit einiger Wahrscheinlichkeit ist der Kunde nun an einer Lösung des Versicherungsberaters interessiert, denn er möchte sein Einkommen sichern, um seine Lebensziele zu verwirklichen.

#### DIE VORTEILE HAPTISCHER VERKAUFSHILFEN

Die Vorteile Haptischer Verkaufshilfen liegen klar auf der Hand: Sie beleben das Gespräch multisensorisch. Durch das Zusammenwirken der Sinne Hören, Sehen und Begreifen prägen sich die Argumente, die für den Kauf sprechen, schneller, einfacher und wesentlich nachhaltiger ein. Das bedeutet, durch die Verkaufshilfe erkennt und begreift der Kunde seinen Bedarf sofort, auch und gerade wenn es um die Vermittlung abstrakter Sachverhalte geht. Haptische Verkaufshilfen machen Ungreifbares greifbar, entfalten so Überzeugungskraft und ermöglichen eine konkrete Produkterfahrung. Die Vorteile Haptischer Verkaufshilfen sind jedoch noch vielschichtiger: Was den Kunden bei seiner Entscheidungsfin-

dung leiten soll, ist auch eine Verkaufshilfe für den Berater und Verkäufer, um einen idealen Einstieg in das gewünschte Verkaufsgespräch zu finden. Als „roter Faden“ unterstützt sie eine strukturierte Gesprächsführung. Ist die haptische Verkaufshilfe geschickt gewählt, macht ihre unge-



wohnte und besondere Art den Kunden neugierig. Ist sie darüber hinaus auch noch exklusiver Natur, bietet sie ein besonderes Alleinstellungsmerkmal für das Unternehmen. Der Kunde wird motiviert, sich aktiv mit dem Produkt zu beschäftigen, es zu entdecken, selbst wenn der Nutzen ein ungenügendes und eher abstrakter ist. Durch diese Beschäftigung entsteht eine höhere Kaufbereitschaft.

#### HERAUSFORDERUNG FÜR DIE WERBEARTIKELWIRTSCHAFT

Eine Haptische Verkaufshilfe wird vom Berater oder Verkäufer eingesetzt, um ihn am Point of Sale in der Kundenkommunikation zu unterstützen. Allerdings bedarf sie auch der Erklärung, da sie nicht eigenständig kommunizieren kann. Dies hingegen vermag das haptische Werbemittel. Zu einem solchen wird ein Artikel, wenn er nützlich ist, mehrfach verwendet werden kann, beim Gebrauch den Geber positiv in Erinnerung bringt und mit einer sinnhaften Werbeaussage verbunden wird. Präsente, Give-aways und damit nicht zuletzt Werbeartikel gewinnen unter haptischen und multisensorischen Gesichtspunkten immer mehr an Bedeutung. Dabei sollte der qualitative Aspekt nicht außer Acht gelassen werden: Ein Kugelschreiber darf sich nicht in seiner Funktion als trendiger, haptischer Werbeartikel erschöpfen. Er sollte auch eine Zeitlang nutzbar sein, nicht auslaufen und dem Kunden beim Schreiben Freude bereiten. Und der Werbeartikel Kaffeetasse dürfe nicht beim Gebrauch zu Bruch gehen, rät Karl Werner Schmitz. Ob haptische Verkaufshilfe oder haptischer Werbeartikel – der Ansatz Karl Werner Schmitz' könnte auch für die Werbeartikelwirtschaft eine interessante Herausforderung sein, kreative und aussagekräftige Produkte für spezielle Kommunikationsaufgaben zu entwickeln.

## Die wahrscheinlich erste Haptische Verkaufshilfe

1492 entdeckte Christoph Kolumbus Amerika. Nach seiner Rückkehr nach Spanien wurde Kolumbus während eines Essens bei Kardinal Mendoza vorgehalten, es sei ein Leichtes gewesen, die Neue Welt zu entdecken, schließlich hätte das auch jeder andere vollbringen können. Um seine Kritiker auf die Probe zu stellen, verlangte Kolumbus daraufhin von den anwesenden Personen, ein Ei auf dessen Spitze zu stellen. Es wurden viele Versuche unternommen, aber niemand schaffte es, diese Aufgabe zu erfüllen. Man war schließlich davon überzeugt, dass es sich um eine unlösbare Aufgabe handelte, und Kolumbus wurde aufgefordert, es selbst zu versuchen. Dieser schlug sein Ei mit der Spitze auf den Tisch, so dass sie leicht eingedrückt wurde und das Ei schließlich stehenblieb. Als die Anwesenden protestierten, dass sie das auch gekonnt hätten, antwortete Kolumbus: „Der Unterschied ist, meine Herren, dass Sie es hätten tun können, ich hingegen habe es getan!“ Kolumbus zeigt uns: Wenn es gelingt, den Gesprächspartner oder den Kunden etwas körperlich begreifen zu lassen, ist die Überzeugungskraft höher, weil die körperliche Wahrnehmung immer eine unumstößliche Bestätigung darstellt. (Quelle: wikipedia. In: Karl Werner Schmitz, „Die Strategie der 5 Sinne“)



# DIE SECHS PHASEN HAPTISCHEN VERKAUFENS

## GEBEN UND NEHMEN

Der Verkäufer übergibt dem Kunden erstmals die Verkaufshilfe. Durch die persönliche Übergabe entsteht automatisch ein Kontakt. Der Kunde, der physisch etwas annimmt, wird auch ein Angebot / Produkt eher akzeptieren.

## NEUGIER

Das einfache Vorhandensein macht neugierig, die erneute Bewegung des Objekts in die Reichweite des Kunden forciert den Neugier-Effekt erheblich.

## SPIELTRIEB

Wer den Spieltrieb im Verkauf nutzen möchte, muss behutsam vorgehen, denn hier liegen richtig und falsch nahe beieinander. Von Natur aus ist der Spieltrieb ein wichtiger Katalysator, der ein Geschäft beflügeln kann. Denn beim Spielen ist das Gehirn enorm leistungsfähig, empfindet dabei aber keine Belastung, sondern Spaß und Freude. Ganz wichtige Regel: die Haptische Verkaufshilfe darf nicht zu kindisch sein, sondern muss das Geltungsbedürfnis des Kunden positiv ansprechen. Also: spielerisch, aber auf Erwachsenen-Niveau und mit vernünftigem Hintergrund. Sonst fühlt sich der Kunde nicht ernst genommen.

## BEGREIFEN

Learning by doing: „Was Du lernen willst zu tun, lernst Du nur, indem Du es tust.“ Übertragen wir das auf den Kunden, dann heißt das, dass er mittels der Haptischen Verkaufshilfe etwas über das Produkt lernen und seinen Bedarf klar erkennen soll. Die Konditionierung durch Haptische Verkaufshilfen ist viel intensiver und prägender als jedes gesprochene Wort und auch als jedes Bild, davon ist Karl Werner Schmitz fest überzeugt. Deswegen vergisst man sie auch nicht und behält die Botschaft lange im Gedächtnis.

## BESITZWUNSCH DURCH ANFASSEN

Der Greifreflex ist ein Urtrieb. Das Besitzen von Eigentum gibt uns das Gefühl, die Grundängste wie Hunger, Durst und Ob-



dachlosigkeit im Griff zu haben, Eigentum beruhigt. Wenn wir etwas in die Hand nehmen, löst dies spontan den Besitzwunsch aus und der Kunde ist bereit, einen höheren Preis zu zahlen, wie jüngste Studien ergeben haben. Je näher er dem Produkt kommt, umso eher möchte er es haben.

## SYMBOLISCHES VERKAUFEN

Ein starkes Symbol ist Gold wert. Nutzt man zum Beispiel den Kreis als Verkaufshilfe, dann löst der fehlende Teil beim Betrachter eine Komplettierungstendenz aus. „Das ist genau der Effekt, den wir brauchen, damit ein Kunde kauft, weiß Schmitz aus Erfahrung.

## DIE DREI GRUNDELEMENTE DES HAPTISCHEN VERKAUFENS SIND LAUT KARL WERNER SCHMITZ:

- Berühren, also die Aufhebung der Distanz zum Produkt
- Begreifen, also annehmen, aufnehmen, in Besitz nehmen
- Bewegen, also mitmachen, eine Aktion ausführen

## KARL WERNER SCHMITZ

Karl Werner Schmitz hat 1987 gemeinsam mit seinem ehemaligen Partner die Idee der Haptischen Verkaufshilfe entwickelt und ein erstes Produkt zum Patent geführt. Aus der Idee der Haptischen Verkaufshilfe wurden eine Verkaufsstrategie, ein Seminarkonzept und eine Philosophie. Der Kerngedanke: Die gezielte Ansprache von allen fünf Sinnen führt zu mehr Verkaufserfolg.



„Die Strategie der 5 Sinne“, 1. Auflage 2015, Wiley-VCH Verlag & Co. KGaA, Weinheim  
KWS Haptische Verkaufshilfen e.K.  
[www.haptische-verkaufshilfen.de](http://www.haptische-verkaufshilfen.de)  
[info@haptische-verkaufshilfen.de](mailto:info@haptische-verkaufshilfen.de)



# ELEKTRONIK UND KOMMUNIKATION

## SMARTE BOTSCHAFTEN

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

**Z**unächst aber sei an dieser Stelle eine kleine Wortkunde vorausgeschickt: Der Begriff Elektronik leitet sich von dem griechischen Wort „elektron“ ab, das eigentlich „Bernstein“ bedeutet. Elektronik ist ein Kunstwort, das aus den Begriffen Elektron (dem Elementarteilchen) und Technik zusammengesetzt wurde. Die Elektronik ist sozusagen die Elektronen-Technik. Sie umfasst heute unzählige Gebiete. Seit dem Siegeszug des Computers, der stetigen Entwicklung der Informationstechnologie und der zunehmenden Automation hat sich die Bedeutung der Elektronik beständig erweitert. Die Elektronik nimmt heute in unserer Gesellschaft einen großen Stellenwert ein und ist aus vielen Bereichen nicht mehr wegzudenken. Zu den neuen Medientechniken zählen alle elektronischen, digitalen und interaktiven Medien sowie der Kontext Multimedia. Das Zusammenspiel von digitalem Zeitalter (und diesem adäquaten Geräten wie Laptop, Smartphone und Tablet) mit dreidimensionalen Werbemedien ist ständig gegenwärtig und erzielt durch den täglichen Umgang eine wünschenswert nachhaltige Werbewirkung. <



## VIRTUAL REALITY

**S**hade ist eine Virtual Reality Cardboard Brille, die es Nutzern ermöglicht, 360° Filme, 3D-Spiele und anderes mit Hilfe eines herkömmlichen Smartphones zu betrachten. So wird das VR-Thema auch all jenen nahe gebracht, die sich nicht als ausgewiesene Technikfans und Spezialisten betrachten. Shade unterscheidet sich in drei wesentlichen Aspekten von herkömmlichen Cardboard Brillen: Sie verfügt nicht nur über einen höheren Tragekomfort, sondern zudem über das höchstmögliche Sichtfeld sowie über verstellbare Linsen. Vor allem für die Werbemittel und Werbebranche eignet sich Shade als individuell gestaltbares, kreatives Produkt zu einem attraktiven Preis-Leistungsverhältnis.

PSI 49661 • JustVR GmbH • Tel +49 6221 5997281  
www.just-vr.com • markus.heimer@just-vr.com



## FARBE IM DIGITALEN ALLTAG

**D**ie Erfolgsgeschichte der Lenny-Reihe wird mit dem Lenny 3 und einem optimierten Nutzererlebnis fortgeführt. Lenny 3 wurde für Kunden konzipiert, die einfache Ansprüche an ihre Smartphonennutzung haben und eine gute Begleitung für ihren digitalen Alltag benötigen. Es richtet sich auch diejenigen, die ein zugängliches, einfaches Smartphone mit farbenfrohem Design und perfekten Features zum besten Preis suchen.

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



A100417

### USB Stick Expert

ab 25 Stück  
alle Preise inkl. Drucknebenkosten und einem einseitigen, 1-farbigen Druck oder einer Lasergravur



A100116

### Q-Pack Tubby

ab 25 Stück  
2000mAh - 3000mAh



A100115

### Q-Pack Solid

ab 25 Stück  
2000mAh - 3000mAh



## FIT IN DEN FRÜHLING

**D**urch Wald und Flur geht es gleich dreimal besser, wenn Musik dabei hilft, beim Joggen den richtigen Rhythmus zu finden. Der IPX4 spritzwassergeschützte Kopfhörer mit Bluetooth Technologie Reflects-Biddeford ermöglicht es sogar, zwischendurch zu telefonieren, denn er besitzt eine integrierte Freisprecheinrichtung. Seine praktische Form verschafft viel Bewegungsfreiheit beim Sport: Schließlich wird er ohne störende Kabel im Nacken gehalten. Der Kopfhörer wird samt USB zu Micro-USB-Kabel zum Aufladen des Geräts geliefert. Auch die Batterien sind inklusive.

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

## ANSPRECHENDE KLANGWELTEN

**M**it seinem Bluetooth-Lautsprecher Heju Dahlia setzt KMS Kafitz Medienservice auf edle Optik: Sein hoch attraktives Erscheinungsbild erhält der Lautsprecher über ein gravierbares Metall-Mittelteil und über einen kultigen LED-Leuchtring. Und mit einer Größe von 59 mal 61 Millimetern und einem Gewicht von 123 Gramm wird er zum perfekten, kompakt dimensionierten Wegbegleiter. Durch seine Werbefläche von 30 mal 10 Millimetern lässt sich das gravierte oder bedruckte Logo aufmerksamkeitsstark in Szene setzen. Der Lautsprecher ist in Schwarz, Silber, Rot und Blau erhältlich und wird in einer weißen Papierbox geliefert. Ab einer bestimmten Menge können Speaker und Verpackung auch in der Wunschfarbe des Kunden eingefärbt beziehungsweise bedruckt werden.

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



## INDIVIDUALITÄT IST PROGRAMM

**D**as neue CI-Book von Geiger-Notes punktet als Premium-Notizbuch, das sich individuell gestalten lässt. Nahezu alles ist möglich: Für das im Format A4 und A5 erhältliche CI-Book stehen nicht nur über 50 Einbände und Farben zur Auswahl, auch die sonstige Ausstattung passt sich ganz an die individuellen Wünsche der Kunden an. Für Gummiband-Verschluss und Stiftschleife stehen jeweils 14 Farben zur Verfügung. Der Color-Farbschnitt im individuellen Wunsch-Farbtönen ist inklusive. Hinzu kommen zahlreiche Optionen, vom Motiv-Farbschnitt bis zum praktischen Orga-Set. Wer sich für den CI-Hybrid entscheidet, erhält eine Mischung aus Business-Notizbuch und Terminkalender. Besondere Kennzeichen sind die runden Ecken von Buchblock und Buchdecke sowie die Mikroperforation aller Notizseiten, die alle Business-Notizbücher von Geiger-Notes auszeichnen.

**PSI 41615 • Geiger-Notes AG • Tel +49 6134 188-0  
info@geiger-notes.ag • www.geiger-notes.ag**





# Ein ganzes Jahr voller Augenblicke

Großflächiges Display,  
brillante Lesbarkeit in UHD.

Immer einsatzbereit,  
Systemabstürze unmöglich.

Keine Warnmeldungen,  
nur jährliche Updates.

Highlight-Zeitfenster,  
überragende Fernwirkung.

Ohne Akku,  
kein Stromverbrauch.

Analoge Technik,  
voll im Trend.





## SCHLUSS MIT KALTEN HÄNDEN

**D**er praktische 9 mal 4 mal 0,8 Zentimeter große und 45 Gramm leichte Handwärmer im edlen Aluminium-Look mit graviertem Logo, einer Textil-Socke und einzeln im Geschenk-Karton verpackt ist ein hochwertiger Werbeartikel für kalte Tage. Die Akkudauer liegt bei gut zwei Stunden (je nach Außentemperatur). Dabei wird eine Wärme von bis zu 45 °C abgegeben. Mit dem mitgelieferten USB-Kabel kann der Handwärmer ungefähr 500 Mal wieder aufgeladen werden. Standardfarben sind ab 500 Stück, Sonderfarben ab 1.000 Stück erhältlich.

**PSI 48291 • JH Innovations GmbH • Tel +49 621 7481466**

**info@jh-innovations.de • www.jh-innovations.de**



## MOBILES BÜRO

**D**as stylische Notizbuch von Dragon Gifts ist mehr als nur ein reiner Notizensammler, denn dank des in den Umschlag integrierten USB-Speichers dient es zusätzlich als tragbarer Speicherplatz für alle elektronischen Dateien des Anwenders. Dank seines sicheren Platzes kann das Speichermedium nicht verloren gehen. Und der Clou: Das Notizbuch verfügt außerdem noch über eine integrierte 3000 mAh Powerbank: Damit kann etwa das Smartphone oder der Tablet-Computer jederzeit unterwegs mit neuer Energie versorgt werden. Zudem sind Ladekabel für den Ladeprozess an iOS respektive Android Outputs inklusive: So ist der Nutzer rundum und dauerhaft mit seinen persönlichen Informationen versorgt.

**PSI 49304 • Dragon Gifts Ltd. • Tel +7 922 2288684**

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

FÜR DIE BESONDEREN  
GRÜSSE ZUR WEIHNACHTSZEIT

- ✦ kreative Adventskalender
- ✦ Weihnachtskarten
- ✦ Geldgeschenkkarten
- ✦ Geschenktüten
- ✦ Kalender
- ✦ Malbücher
- ✦ und vieles mehr



Auf Wunsch mit  
individuellem  
Eindruck  
und Logo



**Grätz** VERLAG  
www.graetz-verlag.de

## EXPRESSDRUCK-SERVICE

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

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

- Siebdruck
- Laserbeschriften
- Tampondruck
- Lohndruck

**25**  
*Jahre*  
1991 - 2016

WIR ZAUBERN  
**FARBE**  
AUF IHRE PRODUKTE

**ISO**  
9001:2008  
zertifiziert

**Signum**  
Siebdruck-Tampondruck GmbH



Im Tal 41  
78112 St. Georgen  
Telefon (0 77 24) 94 94 8-0  
Telefax (0 77 24) 75 00  
[www.signum-druck.de](http://www.signum-druck.de)



EUROPEAN SOCCER  
FRANCE 2016



**StiloLinea**  
MARKING INSTRUMENTS SINCE 1972



STILOLINEA S.r.l. - Via Toscana, 26  
San Mauro T.se (TO) ITALY  
Ph +39 011 2236550 - Fax +39 011 2236537  
info@stiloinea.it - www.stiloinea.it

SHOOT FOR YOUR GOALS!



## TAUSENDSASSA FÜR DIE REISE

**M**etmaxx Multiset Travel&Go, das bei Spranz erhältliche Reiseset für Profi-Traveler, besteht aus Multi-Ladeadapter mit Wandstecker-Anschluss für den Einsatz in Office, Hotelzimmer und Zuhause und verfügt zudem über einen Autoanschluss für den Betrieb im Dienst-, Privat- oder Mietwagen. Zu den weiteren Vorzügen gehört die Kabeltrommelfunktion des praktischen Multiadapters, passend für alle gängigen Mobiltelefone, einschließlich des praktischen Touchpen-Stifts und eingebauter Taschenlampe: eben ein Multi-Reise-Genie im praktischen Karabinerrucksack, um in Tasche respektive Rucksack immer mit von der Partie sein zu können.

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

## VOLL IM SAFT

**D**er Akku des Smartphones macht schlapp und das im falschen Moment? Mit dem USB-Ladeadapter Lightly von elasto gehören leere Akkus von mobilen Geräten der Vergangenheit an. Im taschenfreundlichen Kunststoffgehäuse mit einem Ausgang von 5V/1A, welches in Schwarz, Weiß, Rot und Blau erhältlich ist, steckt ein Akku mit einer Leistung von 3000 mAh. Im voll geladenen Zustand reicht diese Leistung für die Ladung eines Smartphones. Alle USB-Adapter von elasto sind nach den europäischen Sicherheit-Standards wie etwa CE und Rohs zertifiziert und garantieren Schutz vor Überhitzung, Über- und Entladung sowie Sicherung vor dem Kurzschluss. Zum Lieferumfang gehört auch ein Micro-USB-Kabel. Veredelt wird der Adapter einfarbig im Siebdruck oder fünffarbig im Tampondruck.

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



## EIN GUTER KABELHIRTE

**N**ützliche Produkte für Smartphone & Co. bietet Bühring. Die Ladestation „Kabelhirte“ bewahrt Smartphones beim Aufladen vor Bodenkontakt und bringt Ordnung ins Kabelgewirr. Das Gerät einfach in die Einschubtasche stecken, ans Ladekabel anschließen und den Netzstecker über die Aussparung oben in die Steckdose stecken. Das Smartphone-Etui „Multi Smart-Coat“ schützt das Gerät durch den stoßdämpfenden Wollfilz. Die zwei Vorfächer bieten Platz für Visitenkarten.

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



## KLAMMERN ERWÜNSCHT

**M**r. Hoohu (Hook & Hug) hängt und klammert, wo immer es gewünscht ist. Vorbei die Zeiten, etwa nach Entdeckung der Steckdose im Hotelzimmer leider das Smartphone auf den Boden legen zu müssen. Mr. Hoohu trägt aber nicht nur das Smartphone durch alle erdenklichen Situationen, sondern er hält auch die Tür, die Buchseiten und auf Wunsch sogar einen Vorhang. Er ist extrem biegsam, zirka 20,5 mal 10 Zentimeter groß und 0,5 Zentimeter dick. Das aus Silikon gefertigte Produkt ist ab Lager in Rot, Orange, Grün, Blau, Schwarz und Weiß erhältlich. Im Direktimport sind bereits ab 3.000 Stück Sonderfarben möglich. Die Einzelverpackung ist im Polybeutel mit farbigen Anwendungsbeispielen.

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

## HELL UND KLANGVOLL

**M**it dem Bluetooth-Lautsprecher Boom Light von Topico können Kunden ihre Lieblingsmusik in bester Klangqualität und eindrucksvoller Lautstärke hören. Zudem ist der Lautsprecher mit einem Stimmungslicht ausgestattet, das in drei Helligkeitsstufen gedimmt werden kann und über einen ausklappbaren Metallbügel zum Aufhängen verfügt. Die Lampe mit einer Lichtleistung von 1,6 Watt lässt sich über die Touch-Funktion auf der Lautsprecherabdeckung bedienen. Dank Bluetooth, Version 3.0, und über seinen 3,5 Millimeter Klinkenanschluss lässt sich der Lautsprecher mit Smartphone, MP3-Player, Laptop oder Tablet verbinden. Musik kann das Gerät auch von einer Micro-SD-Karte abspielen. Das Bedienmenü mit den gängigen Playerfunktionen befindet sich am Sockel. Die Soundbox mit integriertem Licht besitzt eine Ausgangsleistung von fünf Watt. Zudem ist Boom Light mit einem leistungsstarken Lithium-Ionen-Akku ausgestattet und wird per USB-Kabel mit Strom versorgt.

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





## ENTSPANNTE ANSICHTEN

**D**er XD Design Alp A ist eine universell einsetzbare und flexible Tablet-Halterung. Sie ist nicht nur optisch attraktiv gestaltet, sondern verfügt über sechs verschiedene Stufen der Verstellung, sodass das für den Platz auf Alp A gedachte Tablet in einer Größe von bis zu zehn Zoll in verschiedenen Neigungswinkeln positioniert werden kann. So kann der Anwender etwa entspannt einen Film schauen oder auch bequem mit dem Touchstift am Bildschirm arbeiten. Da er beide Hände frei hat, kann er gleichzeitig beispielsweise auch telefonieren. Für die Umsetzung des schlanken Halters wurde ein Materialmix aus Aluminium und Textil gewählt. Erhältlich sind vier stylische Farben. Im Lieferumfang ist zudem ein Aluminium Touch-Pen enthalten, so die Information aus den Niederlanden.

PSI 42772 • Xindao B.V. • Tel +31 70 3199960  
l.reijgers@xindao.nl • www.xindao.com

## STYLISCHE LICHTKUGEL

**Z**u einem schönen, dekorativen Zuhause gehören in erster Linie geschmackvolle Accessoires und das passende Licht. Die MiPow Playbulb Sphere von Löw Energy Systems ist eine moderne Lichtkugel, die gleichzeitig als Deko-Element und Beleuchtung fungiert und damit jeden Raum verschönert. Ganz ohne lästiges Kabel kann die stylische Lichtkugel dank des internen Akkus je nach Wunsch überall im Haus platziert werden: auf Regalen, in Ecken oder auf Fensterbänken. Als Nachtlicht sorgt sie in Kinderzimmern für sanfte Träume. Die Leuchtkugel ist wasserfest und rückt so auch die Gartenparty ins richtige Licht. Dank der dazugehörigen App, verfügbar für iOS und Android, können bis zu 16 Millionen Farben, Farbwechseleffekte oder auch diverse Zeitfunktionen je nach Stimmung oder Anlass bequem per Fingerwisch mit dem Smartphone gesteuert werden. Bis zu fünf Playbulb Sphere-Leuchtkugeln lassen sich gleichzeitig bedienen und garantieren ein außergewöhnliches Ambiente.

PSI 47113 • Löw Energy Systems e.K. • Tel. +49 2181 479100  
info@loew-energy.de • www.promohub.de





TECHNIQUE  
M E E T S  
DESIGN



## DREIDIMENSIONALE VEREDELUNG

**D**ie neueste Innovation aus dem Hause MSW Lasertechnik ist ein 3D-Faserlaser, der die Gravur von Metallen aller Art und vielen Kunststoffen in der dritten Dimension ermöglicht. Damit ist der Anwender bei der Veredelung seiner Werbemittel nicht mehr an ebene Oberflächen gebunden, wodurch sich völlig neue Einsatzgebiete und Möglichkeiten eröffnen. Auf einem Beschriftungsfeld von 160 mal 160 Millimetern kann eine Höhe von 40 Millimetern ausgeglichen werden. Dabei spielt keine Rolle, ob eine Kugel, ein Kegel, ein Zylinder oder eine frei gewählte Form graviert wird. Die benutzerfreundliche Software erlaubt auch den direkten Import von freien 3D-Formen als Vorlage, auf welche sich die zu gravierende Datei dann perfekt anpasst. Hier setzen auch Bar-Codes, QR-Codes, Seriennummer und vieles mehr dem Anwender keine Grenzen. Weitere Infos bei MSW Lasertechnik.

PSI 47776 • MSW Lasertechnik • Tel +49 7066 9118360  
info@msw-lasertechnik.de • www.msw-lasertechnik.de



DOUBLE  
CHARGER



**N-m 338**

USB LADEGERÄT MIT LED-LICHT

●●● PER DIREKTIMPORT LIEFERBAR.



## UNVERZICHTBAR FÜR DEN WEINGENUSS

**D**as vom Technikspezialisten TECHNOLINE vertriebene Weinthermometer WS 1006 misst nicht nur schnell und einfach die Temperatur, sondern vergleicht diese Temperatur mit der optimalen Temperatur von 19 unterschiedlichen Weinsorten. Berühmte Weine von Bordeaux, Pinot und Merlot, über Zinfandel und Chardonnay, bis hin zu Portwein und Champagner wurden einprogrammiert. Durch eine integrierte Balkenanzeige und ein akustisches Warnsignal wird die optimale Wein-temperatur niemals verpasst.

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

## ERHELLENDE EFFEKTE

**N**eu im Programm von Lumitoys ist das USB-Kabel mit Lauflicht-Effekt: Damit wird der Strom- respektive Datenfluss sichtbar. Ein Blickfang während des Ladevorgangs, bei dem das Licht je nach Ladestand des Akkus schnell oder langsam läuft. Bei voll geladenem Akku erlischt es. Das USB-Kabel kann zum Laden sowie auch zur Datenübertragung verwendet werden. Beide Vorgänge werden begleitet vom entsprechenden Lichteffekt. Verfügbar sind die Anschlüsse USB auf Micro-USB und optional mit Lightning Adapter, passend unter anderem für iPhone und iPad und auch entsprechend zertifiziert. Das passende Netzteil wird ebenfalls optional mitgeliefert. Mit einer Länge von 31,5 Zoll erlaubt das Kabel eine optimale und flexible Platzierung im angeschlossenen Zustand. Zur Auswahl stehen nicht nur verschiedene Lichtfarben, auch das Kabel selbst kann neben den vorhandenen Standardfarben individuell eingefärbt werden. Zudem lässt sich ein Werbedruck anbringen.

PSI 46095 • Lumitoys GmbH • Tel +49 2331 377545-0  
info@lumitoys.de • www.lumitoys.de



## KOMMUNIKATION LEICHT GEMACHT

**G**ebührenfreie Kommunikation mit dem Walkie-Talkie von Brennenstuhl. Mit einer Reichweite von bis zu fünf Kilometern sind Benutzer in der Freizeit, bei privaten oder beruflichen Aktivitäten immer in Kontakt, wann und wo immer sie es möchten. Einfache Bedienung, klein und übersichtlich mit LC-Display und Hintergrundbeleuchtung. Diese Eigenschaften zeichnet das Walkie-Talkie von Brennenstuhl aus. Auf Wunsch besteht die Möglichkeit einer Veredelung.

PSI 41141 • Hugo Brennenstuhl GmbH & Co. KG • Tel +49 7071 8801171  
werbemittel@brennenstuhl.de • www.brennenstuhl.de





**-5%**

Rabatt auf jedes Polo aus der CLIQUE BASIC Kollektion,  
bei Bestellung über unseren Webshop.  
Einfach Aktionscode "Poloattack" angeben und profitieren.  
Aktion gültig bis 30.06.2016

**DEUTSCHLAND:**

info@newwave-germany.de

Tel.: +49(0)8033 979 120

B2B-Webshop:

www.newwave-germany.de

**ÖSTERREICH:**

info@newwave-austria.at

Tel.: +43(0)5373 200 60 0

B2B-Webshop:

www.newwave-austria.at

*NewWave*<sup>®</sup>  
your complete promowear supplier

## AUFGELADENE ATMOSPHÄRE

**R** & JP International aus Großbritannien hat sein breites Sortiment an Werbemitteln erweitert. Eine der Neuheiten ist das für viele elektronische Geräte passende USB-Ladegerät, das es in zwei Varianten gibt. Zum einen mit kurzem Kabel zur Vermeidung lästigen Kabelsalats, zum anderen in einer Version mit langem Kabel zur Überbrückung größerer Entfernungen, etwa vom PC bis zur Steckerleiste am Boden. Das Ladegerät ist kompatibel mit nahezu allen aktuellen Smartphones, die sich problemlos am USB-Slot aufladen lassen. Erhältlich ist eine Auswahl farbiger Ringe, die im 4c-Druck aufmerksamkeitsstark gebrandet werden können. Weitere Infos auf Anfrage.

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



## FARBENFROHE AKUSTIK-INNOVATION

**D**er für neue Trends und Innovationen bekannte Spezialist Global Innovations bringt ab sofort mehr Farbe ins Leben: mit den neuartigen TwoTones mit zweifarbigen Kabeln und In-Ear-Kopfhörern. TwoTones werden in einem aufwendigen Herstellungsprozess auf eigens umgerüsteter Fertigungsmaschine produziert und sind exklusiv bei Global Innovations zu beziehen. Durch das zweifarbige Design des Trendprodukts ist es möglich, Unternehmens- wie Vereinsfarben immer bei sich zu tragen. Damit ist für eine lang anhaltende Werbewirkung gesorgt. Logos können zusätzlich auf den Ohrstöpseln positioniert werden.

PSI 46626 • Global Innovations Germany GmbH & Co. KG  
Tel +49 6502 93086-17  
info@globalinnovations.de • www.globalinnovations.de

## PRAKTISCHE ARBEITSLEUCHE

**D**ie bei Giving Europe unter der Artikelnummer 6639 geführte LED-Lampe Maxi aus Aluminium verfügt über drei LEDs, einen flexiblen, zirka 40 Zentimeter langen Teleskopstab und wird inklusive Magnet und Batterien geliefert. Dank des sehr hellen Lichts und flexiblen Teleskopstabs eignet sich die Leuchte vor allem für das Arbeiten am oder unterm Auto sowie in dunklen Nischen. Durch ihre unterschiedlichen Oberflächen erweist sich diese Lampe laut Hersteller als sehr griffig. Und dank der Magnet-Funktion hat der Anwender beide Hände frei zum werkeln. Die Leuchte ist in Schwarz, Rot, Blau und Silber erhältlich. Eine Werbeanbringung kann mittels Lasergravur umgesetzt werden.

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





SETZEN SIE  
**IHRE MARKE**  
 GESCHMACKVOLL  
**IN SZENE**

## VIRTUELLE INSZENIERUNG

**M**it Smart Goggles vom polnischen Hersteller Raster wird die Betrachtung von Bildern und Videos auf dem Smartphone fast zum dreidimensionalen Kino-Erlebnis: Schließlich realisiert die werblich individualisierbare 3D-Brille die Wahrnehmung eines 360° Panoramas. Smart Goggles ist aus dreilagigem Karton gefertigt und wird als spielend leicht fertig zu stellender Bausatz geliefert. Die kinderleichte Handhabung und das verstellbare Kopfband gehören ebenso zu den Vorzügen des Produkts wie die gute Verarbeitung und das gute Preis-Leistungsverhältnis.

PSI 44741 • Raster • Tel +48 41 3446777

raster@raster.com.pl • www.raster.eu



## SUPER LEICHT – SUPER MODERN

**E**in praktischer Begleiter auf Schritt und Tritt ist der elektronische Schrittzähler „Fit Pro“ von Kasper & Richter. Er passt in jede Hosen-, Brust- und Jackentasche, an Lanyards, Halsketten oder an den Schlüsselbund. Dank der neuartigen 3D-Motion G-Sensor Technik ist es mit diesem Schrittzähler erstmals möglich, unabhängig von der Trageposition, die Schritte seines „Trägers“ zuverlässig zu erfassen. Trotz umfangreicher technischer Highlights ist die Bedienbarkeit sehr einfach gehalten.

PSI 40043 • Kasper & Richter GmbH & Co. KG • Tel +49 9131 506550

ralf@kasper-richter.de • www.kasper-richter.de



11265500  
**MINO**  
 Wein- und Käseset

*Paul Bause*



## IMMER RICHTIG IM BILDE

Der Selfiestick ist längst salonfähig geworden. JOSANTO hat die Möglichkeiten zur Werbeanbringung auf Selfiesticks weiter perfektioniert. Denn die Modelle lassen sich vollständig individualisieren, damit die Werbung immer dann wirkt, wenn der Empfänger des Selfiesticks die schönsten Erinnerungsfotos macht. Die verschiedenen Selfiestick-Modelle lassen sich an zwei großen Druckflächen mehrfarbig bedrucken. Zusätzlich kann die Produktfarbe nach PANTONE bestimmt, Verpackung und sogar die Form des Griffs individuell gestaltet werden.

PSI 49273 • JOSANTO UG • Tel +49 40 35778350  
dorian@josanto.de • www.josanto.de

## EINGÄNGIGER SOUND

Der hochwertige High-Definition In-Ear Kopfhörer Cool-vibes HD, erhältlich bei Krüger & Gregoriades, besticht durch seine hervorragende Klangqualität. Hauptmerkmale sind ein glasklarer, hochauflösender HiFi-Sound mit enormen Bass-Reserven, geschuldet den technischen Daten: Der Frequenzumfang beträgt 20-20.000 kHz, der Schalldruckpegel 105 dB bei einer Leistung von 20 mW und maximaler Belastbarkeit von 170 mW. Zudem überzeugt das Produkt durch hohen Tragekomfort, gewährleistet durch weiche Silikonaufsätze, die es in drei verschiedenen Größen gibt. Zum Lieferumfang der in einer Geschenkbox aus Kunststoff verpackten In-Ear-Kopfhörer mit einer Kabellänge von 120 Zentimetern und 3,5 Millimeter-Klinkenstecker gehört neben praktischer Headset-Funktion eine Softhalterung zur Aufbewahrung in der Tasche. Ein breit gefächertes und stets aktuelles Sortiment ermöglicht es den Hamburgern, Kundenwünsche differenziert zu erfüllen. Mehr als 900 Artikel, darunter verschiedenste Geschenk- und Trend- sowie Werbeartikel, Spielwaren und Plüsch, sind ständig lieferbar.

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





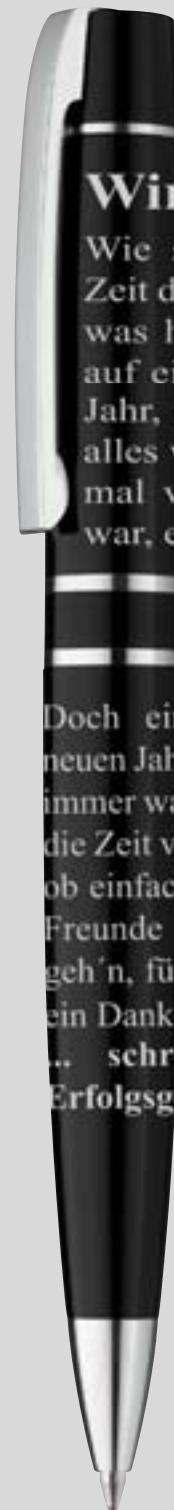
## LEICHT UND SICHER

Die rundum gesäumte mondo pazzo Tablet-Hülle von Pruner Werbemittel, gefertigt aus metallisch glänzendem Material, bewahrt alle darin zu verstauenden Geräte wie etwa das Tablet stoßsicher auf. Zur einfachen Entnahme ist die attraktive Tasche auf der kurzen Seite offen und hat eine Aussparung. Der hippe Aufbewahrungshelfer ist in frischen, bunten Farben erhältlich. Der Metalleffekt unterstreicht den extrem coolen und dynamischen Auftritt. Summa summarum erhält der Kunde mit der mondo pazzo Tablet-Hülle ein Werbemittel, das alle Blicke auf sich und jede darauf effektiv inszenierte Werbebotschaft zieht.

PSI 42634 • Pruner Werbemittel • Tel +49 7644 1063  
 info@pruner-werbemittel.de • www.pruner-werbemittel.de



Serie STRAIGHT  
0-9450



Serie VIP  
0-9100

360° LASIERUNG

Win  
 Wie s  
 Zeit da  
 was h  
 auf ei  
 Jahr, n  
 alles v  
 mal v  
 war, e

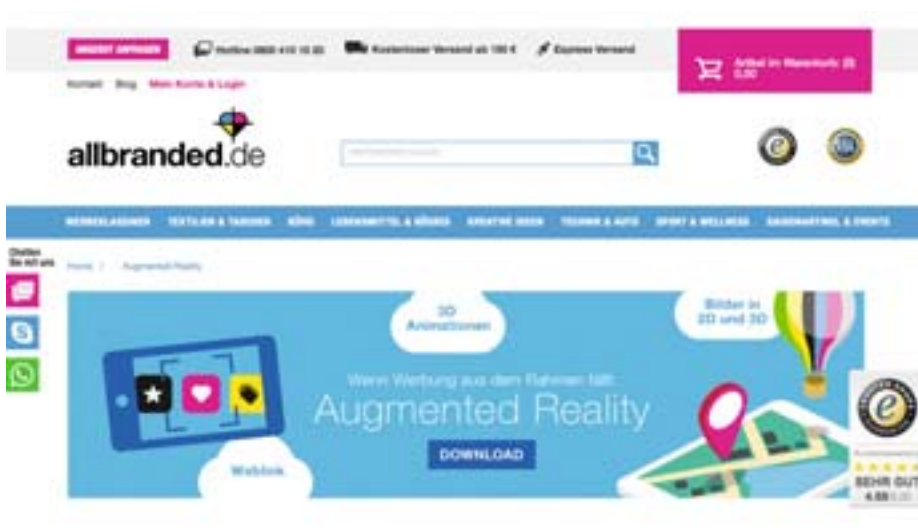
Doch ein  
 neuen Jah  
 immer wa  
 die Zeit v  
 ob einfac  
 Freunde  
 geh'n, für  
 ein Danke  
 .. schr  
 Erfolgsg

360°  
HIGH GLOSS  
UMA

## ALLBRANDED

## WERBEARTIKEL NEU ERLEBEN

**A**llbranded, der Werbeartikel-Spezialist aus Hamburg, ermöglicht seinen Kunden ab sofort eine besondere Form der Individualisierung. Auf Anfrage können 2D-Modelle, 3D-Abbilder oder personalisierte Animationen des Logos erstellt werden, die Smartphone- oder Tablet-Nutzer in eine neue Erlebniswelt der Werbung entführen. Mit diesem Angebot folgt der Werbeartikelhändler dem neuesten Trend der PSI 2016, der einen hohen Innovationscharakter, vielfältige Interaktivitätsmöglichkeiten und multiple Vernetzung verschiedener Medien ermöglicht: Augmented Reality. Unter „Augmented Reality“ versteht man die Erweiterung der Realitätswahrnehmung, bei der sich reale und virtuelle Welt vermischen. Als Vorreiter der Branche gelingt es allbranded, diesen Techniktrend für seine Kunden zugänglich zu machen. Über den Werbeartikel



werden Logos zum Leben erweckt und 3D-Animationen, Textinformationen sowie Grafiken in Echtzeit auf das Smartphone oder Tablet des Betrachters transportiert. Reale Werbeartikel erzählen somit digitale Geschichten und verstärken ihre Werbeeffekte. Neben der Haptik haben Werbeartikel nun auch diese digitale Komponente, die es Unternehmen ermöglicht, für Interaktionen zu sorgen und den Kunden viel stärker miteinzubeziehen, als mit simpler Werbung in Printmedien. Ähnlich wie beim QR-Code, dem indirekten Vorgänger dieser Technologie, werden Animationen, Videos oder Produktinformationen des werbenden Unternehmens in kodierter Form mit dem jeweiligen Logo verknüpft. Die App sensor, die kostenlos im App Store und im Google Play Store verfügbar ist, scannt dann das Logo mithilfe der Smartphone-Kamera und stellt die Animation auf dem Display des Endnutzers dar. So kann nicht nur das Logo auf dem Werbeartikel als Schlüssel zur Animation dienen, sondern auch jede Zeichnung und jeder Abdruck des selbigen Logos. „Augmented Reality bietet nicht nur für die Technik- und Computerbranche eine Vielzahl von neuen Möglichkeiten. Ebenso kann haptische Werbung mithilfe der neuen Technologie noch mehr Sinne ansprechen und ihre werbende Wirkung erhöhen“, erklärt Arne Schubert, CEO der allbranded GmbH. „Wir leben in einer Welt, in der wir von morgens bis abends mit Werbung berieselt werden. Werbeartikel sind die Werbeträger mit dem höchsten Erinnerungswert, denen wir von nun an mit animierten Logos die Extraportion ‚Originalität‘ oder einen kreativen ‚Spaßfaktor‘ einhauchen. So entsteht Werbung, die Menschen neugierig macht und über die man spricht.“ [www.allbranded.de/Augmented-Reality/](http://www.allbranded.de/Augmented-Reality/)

## FOKUS KUNDENBETREUUNG

## S&amp;P WERBEARTIKEL VERSTÄRKT VERTRIEB

**A**nfang Mai hat sich S&P Werbeartikel aus Meerbusch um den neuen Kollegen Matthias Janßen im Bereich Key-Account verstärkt. Das nun 6-köpfige



Matthias Janßen

Team um die Inhaber Carsten Lenz und Daniel Meffert trägt mit der neuen Personalie dem stetig gewachsenen Kundenstamm Rechnung. Carsten Lenz: „Mit Matthias Janßen haben wir einen erfahrenen

Kundenberater mit dem frischen Blick von außen gewonnen.“ Matthias Janßen arbeitete zuletzt als Key Account-Manager und Teamleiter beim Personalvermittler Amadeus Fire. Als Marketing-Fachmann soll er weitere Impulse ins Unternehmen einbringen und freut sich auf die vielseitige Kundenbetreuung im Bereich Werbeartikel. „S&P ist auf einem stetigen Wachstumskurs. Dabei setzen wir weiterhin auf den Faktor Mensch in der Kundeberatung“, so Daniel Meffert. Die namhaften Kunden des Meerbuscher Händlers schätzten immer stärker den konzeptionellen Marketing-Ansatz von S&P. Matthias Janßen werde neben dem Arbeitsschwerpunkt Vertrieb auch intensiv in die Organisation der S&P-eigenen Veranstaltung „Werbeartikelmesse Meerbusch 2016“ am 1. September auf dem Areal Böhler involviert. „Hier rechnen wir mit einem Wachstum von deutlich über 20 Prozent im Hinblick auf Besucher- wie auch den Ausstellerzahlen“, ist die S&P-Geschäftsführung zuversichtlich. [www.sp-werbeartikel.de](http://www.sp-werbeartikel.de)

FÜR INNEN- UND AUSSENDIENST

ZWEI NEUZUGÄNGE  
BEI INSPIRION

Die Inspirion GmbH, Bremen, hat ihr internationales Vertriebssteam verstärkt. Zwei Neuzugänge sorgen im Innen- und Außendienst für eine qualifizierte Kundenberatung sowie für die reibungslose Angebots- und Auftragsabwicklung. Seit März 2016 betreut Sarah Sickfeld Kunden aus der Schweiz und Österreich. Die Bremerin übernimmt die



Sarah Sickfeld und Helen Chan-Fröhlich.

Vertretung für Sinja Lettmann, die im Juni in Elternzeit geht. Die gelernte Kauffrau für Groß- und Außenhandel war zuvor im Metallhandel tätig. Jetzt schlägt ihr Herz für Werbeartikel. Ebenfalls neu an Bord ist Helen Chan-Fröhlich. Die gebürtige Hongkong-Chinesin blickt auf mehrjährige Berufserfahrung im Vertrieb zurück und ist seit 1. April Ansprechpartnerin für Kunden in Nordeuropa. Chan-Fröhlich spricht Deutsch, Englisch, Französisch und Kantonesisch. „Wir haben nicht nur in Deutschland, sondern auch in unseren internationalen Märkten in diesem Jahr viel vor“, erklärt Jörg-Peter Helmers, Sales Director B2B Northern & Central Europa bei Inspirion. „Deshalb freuen wir uns, dass uns dabei jetzt zwei neue fähige und motivierte Kolleginnen unterstützen.“

[www.inspiration.eu](http://www.inspiration.eu)

FABER-CASTELL

NACHFOLGEREGELUNG IM GANGE

Die Familie von Faber-Castell und der Aufsichtsrat der Faber-Castell AG haben entschieden, als Nachfolger für den verstorbenen Anton-Wolfgang Graf von Faber-Castell einen externen Vorstandsvorsitzenden (CEO) zu suchen. Es wird davon ausgegangen, die Kandidatenauswahl bis Ende dieses Jahres erfolgreich abschließen zu können.



Charles Graf von Faber-Castell

Bis der neue Vorstandsvorsitzende gefunden ist, wird Mary E. Gräfin von Faber-Castell, die zu Beginn des Jahres 2016 in den Vorstand der Faber-Castell AG berufen wurde, die Rolle als Vorstandssprecher übernehmen und die Ressorts der anderen Vorstandsmitglieder koordinieren. Die Familie von Faber-Castell wird auch in Zukunft eine Schlüsselrolle in Vorstand, Aufsichtsrat und Gesellschafterversammlungen einnehmen, um in dem traditionsreichen Unternehmen, das sich weiterhin zu 100 Prozent in Familienbesitz befindet, ihren Einfluss zu sichern und die Faber-Castell AG auch in der neunten Generation als Familienunternehmen fortzuführen. Charles Graf von Faber-Castell, der zurzeit für das Premium Segment „Graf von Faber-Castell“ zuständig ist, wird seine Erfahrungen in weiteren Bereichen des Unternehmens ausbauen, um zusätzliche Führungsaufgaben zu übernehmen.

[www.faber-castell.de](http://www.faber-castell.de)



Mary E. Gräfin von Faber-Castell

WERBEMITTELHÄNDLER AUF MALLORCA

ERFOLGREICHES UNTERNEHMERSEMINAR

Das diesjährige Unternehmer-Forum für Werbeartikel-Händler fand Ende Februar im Hotel Bendinat auf Mallorca statt. Da die zuvor vom bwg-Verband organisierte Veranstaltung unter dem Dach des neuen GWW nicht mehr mit eingeplant war, führten acht partnerschaftlich verbundene Händler das Seminar in diesem Jahr erstmalig in Eigenregie durch. Hauptthemen des dreitägigen Fortbildungskurses waren Effektivität, Effizienz und gutes Zeitmanagement. Wie jedes Jahr stand auch die Kommunikation besonders im Vordergrund. Dabei wurden unter anderem wichtige Handelsthemen erörtert und diskutiert. Der Seminarleiter und ehemalige Vorstandsvorsitzende des bwg, Joachim Schulz, resümiert: „Das Seminar war ein voller Erfolg. Der gewinnbringende Austausch während des ganztägigen Programms und die sonigen Abendstunden, in denen persönliche Kontakte innerhalb der Branche gepflegt werden konnten, kamen wieder gut an und waren sehr lohnenswert.“

Das Unternehmer-Forum auf Mallorca soll auch nächstes Jahr im gleichen Zeitraum stattfinden. „Auch dann sind alle Werbeartikel-Händler herzlich dazu eingeladen, an dem Seminar teilzunehmen“, so Joachim Schulz. Kontakt unter: [www.absatzplus.com](http://www.absatzplus.com)



Die Werbemittelhändler setzten ihr traditionelles Unternehmer-Forum auf Mallorca auch in diesem Jahr fort.

## BRUNNEN &amp; EILERS

## NEUES DACH FÜR WERBEARTIKELVERTRIEB

**E**rfolgreicher Start: Am 1. Januar 2016 wurde die Brunnen & Eilers Promotion Service GmbH & Co. KG gegründet – das neue Dach für den gesamten Werbeartikelvertrieb der Schneider Gruppe. Auch ein entscheidender Schritt, um ganzheitlichen Kundenservice zu realisieren. Der Zusammenschluss von Brunnen & Eilers vergrößert die Auswahl werbestarker Nutzobjekte, die von der Arbeit bis zur Freizeit wertvolle Dienste leisten. Die komplementär erweiterte Produktpalette umfasst jetzt Kalender, Notizbücher, Büro- und Schreibbedarf. Verbindende Merkmale: hohe Qualität, vielfältige Möglichkeiten zur Individualisierung, inspirierende Bandbreite für die konzeptionelle Abstimmung auf Zielgruppe, Anlass und Kommunikationsziel. Nicht der einzige Vorteil für Kunden und Geschäftspartner.



Andreas Helmsorig

Geleitet wird die neue Gesellschaft von Andreas Helmsorig. Für persönlichere Betreuung und mehr Kundennähe sorgen zwei Vertriebsbüros. Dort erwarten die Kunden bewährte Teams und versierte Ansprechpartner. Sven Weiß zeichnet verantwortlich für den Vertrieb Nord mit Sitz in Bielefeld, Günter Eisele ist verantwortlich für den Vertrieb Süd mit Sitz in Heilbronn. Vorteil für die Kunden: Sie treffen auf Expertise für erfolgreichen Werbeartikeleinsatz, reichlich Erfahrung und hohe Beratungskompetenz. Erklärtes Ziel der neuen Vertriebsgesellschaft ist, Kundenwünsche individuell und innovativ umzusetzen. Voraussetzung, um sich vom Wettbewerb abzuheben, auch in infogefluteten Zeiten noch Aufmerksamkeit zu wecken und positiv in Erinnerung zu bleiben. Die Rundumbetreuung Brunnen & Eilers entlastet die Kunden ebenfalls von zeitaufwendigen Organisationsaufgaben. Komplexe Bestell- und Logistikprozesse managen die Service-Teams des Hauses. Dabei profitieren die Kunden u.a. von einem schnellen, leistungsstarken Lieferservice, der über ein zentrales, hoch effizientes Logistikzentrum abgewickelt wird. Der willkommene Effekt für die Kunden: Ihnen wird die Realisierung von Werbeartikelkonzepten so leicht wie möglich gemacht.



Günter Eisele

Der Ausblick für die Zukunft: Gebündeltes Know-how von der Beratung bis zur Produktion und gemeinsame Ressourcen bilden auch die Basis für weitere Investitionen und die innovative Weiterentwicklung werbestarker Produkte. Ein Ziel, das Brunnen & Eilers ebenfalls in der AG Zukunft weiter verfolgen werden. Die Mitglieder dieser Unternehmensinitiative engagieren sich für nachhaltiges, sozial verantwortliches Wirtschaften und für die Förderung von Print-Werbemitteln, die die Win-win-Strategie einlösen. [www.brunnenpromotion.com](http://www.brunnenpromotion.com)



Sven Weiß

## VERSTÄRKUNG

## KÖNITZ GRUPPE WÄCHST

**M**it Thomas Hirsch erhalten die Marken Könitz, Waechtersbach, Weimar Porzellan und KönitzPlus kompetente Verstärkung.



Thomas Hirsch

Der 34-Jährige hat jahrelange Erfahrung in den Bereichen Sonderanfertigung/ Konsumgüter branchenverwandter Unternehmen wie Lensen Toppoint B.V. oder Senator GmbH

& Co. KgaA gesammelt. Thomas Hirsch betreut für die Könitz Gruppe das Gebiet Süd- und Westdeutschland sowie Österreich. [www.mug-company.com](http://www.mug-company.com)

## PF CONCEPT

## NEUER COUNTRY MANAGER FÜR SKANDINAVIEN

**J**örgen Lorentzon ist neuer General Manager von PF Concept Skandinavien in Göteborg. Er kommt von Didriksons AB, wo er seit 2010 als International Sales Director arbeitete und den Bereich für Endkonsumenten mit aufgebaut hat. Zuvor



Jörgen Lorentzon

war er bei Procurator AB für die Eigenmarken zuständig. Daneben betrieb er ein eigenes Unternehmen im Bereich der Textilproduktion und -gestaltung. Den Grundstein für seine Expertise legte

Jörgen Lorentzon in den 1990er Jahren bei JC, wo im Bereich Retail Markt arbeitete. Als Country Manager von PF Concept Skandinavien verantwortet Jörgen Lorentzon alle Geschäfte von PF Concept in Dänemark, Finnland, Norwegen und Schweden. [www.pfconcept.com](http://www.pfconcept.com)



**TROTEC LASER DEUTSCHLAND**

**OLIVER KUSSAUER ERHÄLT GESAMTPROKURA**

**A**ufgrund seiner besonderen Leistungen und der verzeichneten Erfolge am deutschen Markt wurde Oliver Kussauer kürzlich die Gesamtprokura der Trotec Laser Deutschland GmbH erteilt. Oliver Kussauer ist somit gemeinsam mit einem der beiden Geschäftsführer Dr. Andreas Penz oder Christian Spicker für die Trotec



**Oliver Kussauer**

Laser Deutschland GmbH zeichnungsberechtigt. Nach jahrelanger Vertriebsleitung im Verkauf von Graviermaschinen und Laser für ein Handelsunternehmen, wechselte

Oliver Kussauer 1998 als selbstständiger Handelsvertreter zu Trotec Laser. Im April 2011 wurde ihm infolge seiner erfolgreichen Leistungen zuerst die Verkaufsführung für Trotec Laser in Norddeutschland übertragen. Seit einiger Zeit zeichnet Oliver Kussauer auch für die Vertriebsleitung deutschlandweit sowie in Dänemark verantwortlich. Im Jahr 2015 hat Trotec weltweit ein Rekordjahr mit einem Umsatz von über 100 Millionen Euro als Lasersystemhersteller im Hochtechnologiebereich erzielt. Vor allem im Kernmarkt Deutschland haben sich die Geschäfte besonders stark entwickelt. „Wir bedanken uns bei Oliver Kussauer für sein großes Engagement der letzten Jahre und wünschen ihm auf diesem Weg weiterhin viel Erfolg. Aufgrund seines enormen persönlichen Einsatzes, hat er erheblich zum erfolgreichen Aufbau von Trotec Laser in Deutschland beigetragen“, freut sich Christian Spicker. [www.troteclaser.com](http://www.troteclaser.com) <

**HALFAR**

**AUSGEZEICHNET FAMILIENFREUNDLICH**

**D**ie Balance zwischen Beruf und Familie zu schaffen – dabei unterstützt der Bielefelder Taschenexperte Halfar seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter seit eh und je. Jetzt hat er dafür die Auszeichnung „Ausgezeichnet familienfreundlich“ des Bielefelder Bündnisses für Familie erhalten. Als eines von drei Unternehmen nahm die Halfar System GmbH die Urkunde entgegen. Am 5. April wurde sie den Geschäftsführern Kathrin Stühmeyer und Armin Halfar vom Bielefelder Oberbürgermeister Pit Clausen überreicht.

„Wir freuen uns sehr über die Auszeichnung, denn als inhabergeführtes Unternehmen liegt uns Familienfreundlichkeit besonders am Herzen“, betont Armin Halfar die Bedeutung der Auszeichnung. Dabei ist das Thema ein weites Feld. Ob Familienzuwachs oder ein plötzlicher Pflegefall in der Familie: Die Situationen und Bedürfnisse des Einzelnen können ganz unterschiedlich sein. Sicher ist: Diese Ereignisse verändern den Alltag und stellen Berufstätige vor ganze neue Herausforderungen. Das Unternehmen Halfar unterstützt seine Mitarbeitenden mit schnellen, flexiblen und vor allem unbürokratischen Lösungen. So können Eltern vorübergehend auch einmal ein Kind zur Arbeit mitnehmen. Ausdrücklich unterstützt es den Wunsch von Vätern, in Elternzeit zu gehen. Und mit gleitenden Arbeitszeiten können Eltern oder pflegende Angehörige Beruf und Familie besser vereinbaren.

Beispiele, die zeigen, wie das Unternehmen ganz individuell auf die Bedürfnisse und Lebenssituationen seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingeht. Und das zahlt sich für beide Seiten aus. Die Mitarbeitenden profitieren von einem guten Betriebsklima und der Möglichkeit, in ihrem Unternehmen und im gewohnten Arbeitsumfeld weiterzuarbeiten. Und das Unternehmen von zufriedenen, motiviertem Personal, das sich mit seinem Unternehmen (oder Arbeitgeber) identifiziert und verbunden fühlt – gerade in Zeiten des Fachkräftemangels ein unschätzbare Wert. [www.de.halfar.com](http://www.de.halfar.com) <



**Freuten sich über die Auszeichnung: (v.l.) Angela Rehorst (Bündnis für Familie und Handwerkskammer), Kathrin Stühmeyer (Halfar System), Katrin Hinney (Stadtwerke), Armin Halfar, Oberbürgermeister Pit Clausen, Christopher Hettlage, Brigitte Alers (beide bbs-bentlage), Thomas Niehoff (IHK), Lena Strothmann (Handwerkskammer) und Brigitte Meier (WEGE)**

**FARE SCHIRMWERK**

**REDDOT FÜR WELTNEUHEIT FARE-IAUTO**

**D**as FARE Schirmwerk brachte 2015 erneut eine Weltneuheit auf den Markt: FARE-iAuto! Der erste Taschenschirm, der sich elektrisch auf Knopfdruck öffnen und vollständig wieder schließen lässt. Im Herbst 2015 gewann der Taschenschirm in Polen den „Super Gift Award“ in der Kategorie „Super Business Gift“ – der beste Werbeartikel für Manager und vor kurzem wurde der Mini mit dem anerkannten reddot design award ausgezeichnet. Hier gibt es nähere Informationen zum FARE-iAuto: [www.fare.de/de/iauto/](http://www.fare.de/de/iauto/) <



Beim Tag der Logistik durften die jungen Gäste selbst Hand anlegen.

## TAG DER LOGISTIK BEI ZTV

# ERFOLGREICHER TAG FÜR ALLE

Der Logistikdienstleister ztv in Krefeld Fichtenhain gewährte am 21. April, dem internationalen Tag der Logistik, einen exklusiven Blick hinter die Kulissen. 60 Schüler und Studierende der Region besuchten das Unternehmen. Sie erhielten eine kurze Präsentation über berufliche Möglichkeiten, machten einen Rundgang durch die Lagerhallen und legten am Ende des Tages selbst Hand an.

**D**ie vielen Fragen der Schüler und Studierende zu Berufsausbildungen, dualen Studiengängen und allgemeinen beruflichen Möglichkeiten zeigten das Interesse der jungen Leute an einer Perspektive in der Logistikbranche. Darüber hinaus wurden sie in praktische Tätigkeiten mit eingebunden und konnten so auch einen guten Einblick in die Abläufe gewinnen. Durch das stetige Wachstum der ztv bedarf es regelmäßig neuer Fachkräfte. Aus diesem Grund traf ztv Anfang des Jahres die Entscheidung, sich erstmalig beim diesjährigen Tag der Logistik zu beteiligen. Zu diesem Zweck wur-

den Schüler und Studierende der Region und somit potentielle Arbeitnehmer angesprochen.

**SEIT 2013 LOGISTIKPARTNER DER PSI**  
Die Zustell-, Transport- und Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG (ztv) entstand 1997 aus den Logistikabteilungen der Pressegroßvertriebe Friedrich J. Keppel GmbH & Co. KG in Krefeld und Friedrich Keppel GmbH & Co. KG in Koblenz. Seit 1945 (Krefeld) bzw. 1960 (Koblenz) stellen die Pressegroßvertriebe ununterbrochen die tägliche Belieferung des Einzelhandels mit Zeitungen und Zeitschriften in ihren jeweiligen Vertriebsgebieten sicher. Seit der

Ausgründung übernimmt die ztv die logistischen Funktionen für Presse Keppel und bietet Dienstleistungen darüber hinaus erfolgreich am Markt an. Die in den letzten Jahren entwickelten speziellen B2B-Lösungen für die Werbemittelbranche konnten nach Unternehmensangaben dabei besonders viele Kunden überzeugen. ztv ist seit 2013 Logistikpartner der PSI und wird das eigene Leistungsspektrum auch 2017 wieder als Aussteller in Düsseldorf präsentieren.

### KOMPLETTER LOGISTIKSERVICE AUS EINER HAND

Das Unternehmen verfügt über 16.000 Quadratmeter Lagerfläche sowie verschiedene Lagerarten. Ein Team von rund 150 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kümmert sich gewissenhaft um die Belange der Kunden. Mithilfe eines modernen Lagerverwaltungssystems werden alle laufenden Prozesse optimal abgebildet, so ztv. Mittels Schnittstellen können unterschiedliche Kundensysteme wie beispielsweise SAP oder Online-Shops angebunden werden. Vom Wareneingang über die Lagerung, Kommissionierung und Konfektionierung bis hin zur Auslieferung bietet ztv ihren Kunden den kompletten Logistikservice abgestimmt auf deren individuellen Anforderungen und Bedürfnisse. Das Spektrum reicht dabei von regionalen Lösungen bis hin zu internationalem Versand inklusive der kompletten Zollabwicklung.

[www.ztv-logistik.de](http://www.ztv-logistik.de)



# Unser Lieblings-Gegner wird 25



*Die 11 Jahre zuvor  
waren fast ein bisschen langweilig.*

Herzlichen Glückwunsch vom elasto Team



## HALLBAUER WERBEARTIKELMESSE LEIPZIG

# FULMINANTES MESSE-COMEBACK

Einen regelrechten Ansturm von Besuchern erlebten die 30 Aussteller und das Team von Hallbauer Exklusivwerbung im Eventbereich der Tropenhalle „Gondwanaland“ des Leipziger Zoos. Nach den drei gemeinsam mit Abakus Riesa organisierten AHA Werbeartikeltagen ist Hallbauer nach zweijähriger Pause einmal mehr ein überaus erfolgreicher, eigener Event gelungen.

Schon die Einladungskampagne zur Werbeartikelmesse Leipzig machte neugierig: Von der Einladungskarte über den „Entdecker-Pass“ und die Messetasche bis hin zu Eintrittsbadge mit Lanyard – sämtliche Materialien waren im Hause Hallbauer in einheitlichem, phantasievollem Urwald-Design gestaltet worden und machten Lust, selbst auf Entdeckungsreise zu gehen. Rund 350 Gäste aus 220 Firmen waren gekommen, um Trends zu entde-

cken und bei 26 Grad Lufttemperatur in die atemberaubende Tropenhalle des Zoos einzutauchen. „Es haben sich wesentlich mehr Kunden angemeldet als erwartet. Die Aussteller und auch wir als Gastgeber sind sehr zufrieden mit dem heutigen Tag“, freute sich Geschäftsführer Jürgen Hallbauer gegen Ende des Messtages.

**VOLLES HAUS IM WERBE-DSCHUNGL** Geschäftigkeit und Interesse spürte man allenthalben: Die 30 Aussteller, die einen

**Generationswechsel bei Hallbauer Exklusivwerbung: Marie-Theres Köhler übernimmt die Geschäftsführung von Jürgen Hallbauer, an ihrer Seite der langjährige Prokurist Stefan Hertranft.**

abwechslungsreichen Werbeartikel-Mix präsentierten, waren den ganzen Tag über in intensive Beratungsgespräche eingebunden und entsprechend locker und gut gelaunt. Unter dem Motto „Entdecke das Unglaubliche“ zeigten sie den Kunden inspirierende Neuheiten, Werbeklassiker und die Top-Promotion-Hits der Saison. Im ausgesprochen vielseitigen Produktportfolio fanden sich vom Streuartikel bis zum höherwertigen (Marken-) Präsent alles, was des Werbers Herz begehrt. Auch der Mut zu Ausgefallenerem hatte sich gelohnt, denn auch die kreativen Werbe-Socken von ABER wie auch die Salzspezialitäten von Saltini's – um nur zwei Beispiele herauszugreifen – stießen auf große Resonanz bei den Besuchern.

### NEUE AUSSTELLER, VIELE TOP-KUNDEN

Mit dem Zoo als Messe-Location hat sich Jürgen Hallbauer einen schön länger gehegten Traum erfüllt. Das Konzept lag bereits vor den AHA-Messen in der Schublade und wurde nun mit großem Erfolg umgesetzt. „Ich bin stolz darauf, dass so viele Top-Kunden gekommen sind. Zudem konnten wir auch weitere, eher fachhändlerorientierte Marken als Aussteller gewinnen“, sagte Hallbauer, der auf der anderen Seite auch große Marken zu seinen Kunden zählt. Für das Uhren-Label Glashütte zum Beispiel hat Hallbauer eine ständig wachsende Kollektion für den Auftritt auf internationalen Messen entwickelt. „Dazu gehören zum Beispiel Notizbücher, Handtaschenhalter, USB-Sticks und vieles mehr, alles entsteht im Eigendesign bei uns“, ergänzt Prokurist Stefan Hertranft.

**GENERATIONSWECHSEL STEHT AN** Jürgen Hallbauer nutzte unser Gespräch auch dazu, uns mit den jüngsten Entwicklungen innerhalb des Unternehmens vertraut zu machen. „Im Laufe des Jahres



**Viele wissbegierige Besucher, lockere Aussteller: Das Messe-Comeback war ein Riesen-Erfolg.**



**Viel Zeit für Beratung und Kontaktpflege.**



**Messehighlight Naturerlebnis: Üppiges Grün und exotische Tiere in der größten Tropenhalle Europas.**

fan Hertranft. Hierzu gehören an erster Stelle Beratung und Kundenbindung. Dass Hallbauer trotz der Hausmesse auch die Newsweek am 30. Mai in Leipzig als Kontaktplattform nutzt, ist nur die logische Konsequenz daraus.

**ENTDECKUNGSREISE  
IN TROPISCHEM FLAIR**

Die attraktive Location hatte sicher das Ihrige zum Erfolg der Veranstaltung beigetragen. Schon beim Betreten der Eventräume tauchte man in angenehm warme Luft ein, passierte einen echten Jeep im Eingangsbereich und hatte schon vom Eingang der Ausstellungsräume einen großartigen Blick hinaus ins üppige tropische Grün. Sogleich fühlte man sich in südliche Gefilde versetzt. Von den Ausstellungsräumen hatten die Besucher direkten Zugang zur größten Tropenhalle Europas, die dem Besucher die Pflanzen- und Tierwelt Asiens, Südamerikas und Afrikas sowie die erdgeschichtliche Entwicklung der drei Kontinente vor Augen führt. In der nach Gondwana, dem Urkontinent auf der Südhalbkugel, benannten, 16.500 Quadratmeter großen und bis zu 36 Meter hohen Halle sind etwa 100 Tierarten sowie 17.000 tropische Pflanzen angesiedelt. Nach dem dem Besuch der Stände nahmen viele Kunden die Einladung Hallbauers zum kostenlosen Bummel durch den exotischen Dschungel an. Auch außerhalb der Gehege konnte man Äffchen, Vögel und allerlei Kleintiere entdecken und beobachten. Ein besonderes Naturerlebnis, das ein zusätzliches Highlight des Tages war.

werde ich mich nach und nach aus dem operativen Geschäft zurückziehen und demnächst die Geschäftsführung meiner Enkeltochter Marie-Theres Köhler übergeben, die das Unternehmen zusammen mit Stefan Hertranft weiter voranbringen wird“, erklärt Hallbauer, der natürlich weiterhin mit Rat und Tat zur Verfügung steht. Köhler ist nach Abschluss ihres Studiums im Bereich BWL/Internationales Management und längeren Auslandsaufenthalten bereits seit 2013 im Management des Werbeartikelspezialisten tätig. „Ich freue mich darauf, die bestehenden Kontakte weiterzuführen und neue Kundenkreise zu erschließen. Vor allem werde ich mich verstärkt um den Ausbau des Online-Vertriebs und die Weiterentwicklung der Online-Plattform kümmern“, so Marie-Theres Köhler.

**STABILE BUDGETS**

2015 war insgesamt ein erfolgreiches Jahr für Hallbauer Exklusivwerbung, darüber

ist sich das Führungstrio einig. Immerhin hätten sich die Budgets stabilisiert, obwohl die Wirtschaftslage in den neuen Ländern aufgrund der anhaltenden Strukturschwäche nach wie vor schwierig ist, sagte Stefan Hertranft. „Wir haben hier zwar viele Produktionsbetriebe, aber die Zentralen, wo die Entscheidungen fallen, sind in der Regel in München, Stuttgart oder Frankfurt“, ergänzt Hallbauer. Seine Antwort auf diese Situation: „Wir haben den Vertrieb ausgebaut und den Außendienst verstärkt und hochmodern ausgerüstet, um die Kunden noch intensiver betreuen zu können.“ Bei immer mehr Marktteilnehmern und vielen kleinen Händlerfirmen wird das Geschäft zunehmend schwieriger und deswegen muss man als Berater nicht nur aktiver, sondern auch kreativer werden, darüber sind sich unsere Gesprächspartner einig. „Was können wir als Mehrwert bieten?“ sei die zentrale Frage, der sich der Handel heute stellen müsse, resümiert Ste-



Die ausstellenden Lieferantenpartner boten mit ihren Kollektionen Einblick in die Vielfalt einer starken Branche.

## WERBEMITTEL RÜPPNER

# HAPTISCHE ERLEBNISSE

Geradezu familiäre Wohlfühlatmosphäre verströmte die jüngste Hausmesse der Werbemittel Ruppner GmbH & Co. KG. Wie in den Vorjahren präsentierten die Experten für haptische Werbung die neuesten Branchenprodukte zusammen mit ihren Partnerlieferanten erneut im Leonardo Hotel Weimar.

**V**erkehrsgünstig im Zentrum des Bundesstaats Thüringen gelegen hat sich das Leonardo Hotel mit seinen für diese Zwecke bestens geeigneten Veranstaltungsräumen als idealer Anlaufpunkt und Präsentationsort des Ruppnerschen Angebotsspektrums entwickelt – zumal die Stadt Weimar mit ihrem reichhaltigen kulturhistorischen Erbe zusätzliche Anziehungspunkte für einen Besuch bietet. Die angereisten Kunden des Werbemittelhänd-

lers aus Braunsbedra richteten indes ihre ganze Konzentration auf die vielseitig werbewirksamen Exponate der 23 ausstellenden Lieferantenpartner, die mit ihren Kollektionen Einblick in die Vielfalt einer starken Branche boten. Von 9.30 Uhr bis 17 Uhr erlebten schließlich insgesamt 133 Gäste aus 85 Unternehmen, wie sich das Marketing ihrer Firmen durch haptische Promotion optimieren lässt. Die Geschäftsführer Jürgen Ruppner und Steffen Thor-

hold lieferten Hand in Hand mit ihrem Team und den anwesenden Produktspezialisten die adäquate Beratung und gaben hilfreiche Hinweise und Tipps zur erfolgreichen Verstärkung von Werbewirkung durch die passende Kombination maßgeschneiderter Artikel.

### PRÄSENZ VERBINDET

Wie bei den traditionellen Ruppner-Hausmessen üblich, nahmen sich die aus Thüringen, Sachsen-Anhalt und Sachsen angereisten Kunden auch diesmal viel Zeit zur ausführlichen Begutachtung und Be-



ratung der Produkte. „Präsenz verbindet“ lautet die Maxime von Werbemittel Ruppner. Und dieses verbindende Element war auch auf der diesjährigen Hausveranstaltung deutlich zu spüren. Denn bei vielen der anwesenden Gäste handelt es sich um langjährige, treue Geschäftskontakte, die auf gegenseitiges Vertrauen gründen. Seitens der Unternehmenskunden weiß man, dass man sich auf die umfassenden Serviceleistungen und intensive Betreuung bei Ruppner in jeder Phase der realisierten Aufträge verlassen kann. Gerne geht man bei den thüringischen Werbemittelprofis auch auf spezielle Wünsche ein und realisiert auch Sonderproduktionen. Pluspunkte sind hier einerseits die große Erfahrung – im kommenden Jahr begeht das Unternehmen Werbemittel Ruppner sein 25-jähriges Bestehen – und andererseits der stets zeitgemäße Support der Kunden.



Die Kunden aus Thüringen, Sachsen-Anhalt und Sachsen angereisten Kunden nahmen sich viel Zeit zur ausführlichen Produktschau und Beratung.

### RUNDUM GELUNGEN

Bei der Hausmesse jedoch standen die positiven Kräfte des Werbeartikels selbst im Mittelpunkt. Auch kulinarisch bestens umsorgt wurden die Gäste auf der Suche nach neuen Produktideen allesamt fündig. Zahlreiche konkrete Anfragen trugen zum Erfolg der Hausmesse mit bei, so daß die Veranstalter ein rundweg positives Fazit ziehen konnten. Am Gelingen des Events hatte auch der gesellige Lieferantenabend am Vortag der Schau seinen Anteil. Im Weimarer Atrium trafen sich Aussteller und Ruppner-Team zum gemeinsamen Abendessen, das in eine sportlich wie kommunikativ akzentuierte Bowling-Runde mündete. [www.rueppner.de](http://www.rueppner.de)



### IM GWW AKTIV

Als ebenso langes Mitglied beim nun im Gesamtverband der deutschen Werbeartikelwirtschaft (GWW) aufgegangenen Bundesverband der Werbemittel-Großhändler und -Berater kümmert man sich auch aktiv um die Belange der Branche. Jürgen Ruppner und Steffen Thorhold erhoffen sich durch den neuen Einheitsverband einen neuen Schub bei der Beseitigung der steuerrechtlichen Nachteile des Werbeartikels und sehen auch die Aufklärungsarbeit zum Thema Compliance im Fokus der (unternehmens-)politischen Aufgaben des GWW.



Im Weimarer Atrium trafen sich Aussteller und Ruppner-Team zu gemeinsamen Abendessen und Bowling.



# WEIHNACHTEN UND GESCHENKSETS

## ALLE JAHRE WIEDER

Des Jahres schönste Zeit ist für viele Menschen des christlich geprägten Kulturkreises die Advents- und Weihnachtszeit. Es ist aber ebenso die wichtigste Zeit für viele Wirtschaftszweige. Auch unsere Branche bringt so manches schöne wie werbeträchtige Produkt mit auf den Gabentisch.

**Z**war liegt das letzte Christfest noch gar nicht so lange zurück, doch in der Werbebranche, zumal in jener der gegenständlichen Werbung gilt: Nach Weihnachten ist vor Weihnachten. Neben Ostern zählt das Fest der Geburt Jesu zu den großen Anlässen für gegenseitige Gaben aller Art. Um das Geschäft mit den werbewirksamen Präsenten adäquat zu planen, gilt es, sich rechtzeitig einen Überblick über die zur festlichen Gelegenheit passenden Produkte zu machen. Die vielfältigen haptischen Werbehilfen, darunter immer neu erfundene Klassiker wie der Adventskalender, aber auch zahlreiche pfiffige Innovationen huldigen dem scheinbar unstillbaren Gabetrieb einer moderat christlichen und zunehmend säkular geprägten Gesellschaft. Gäbe es Weihnachten nicht, es müsste allein schon für diese Branche und ihre werbestarken Erzeugnisse erfunden werden. Wir tragen diesen Überlegungen Rechnung und stellen auf diesen Rubrikseiten eine Auswahl neuer Produkte zum Thema „Weihnachten und Geschenksets“ vor, die jedem bedachten Kunden und Geschäftspartner sicherlich lange in Erinnerung bleiben werden. <





## WEIHNACHTLICHE DELIKATESSEN

**D**ie hochwertigen und exklusiven Traditionsstollen, nach klassischen Rezepten von Meisterhand gebacken und erhältlich bei Global Innovations, sind ein wahrer Hochgenuss für festliche Stunden: ideal für alle, die sich gerne verwöhnen lassen und die vielfach ausgezeichnete Handwerkskunst in vollen Zügen genießen möchten. Bei größeren Mengen und entsprechend günstigerem Zielpreis können die Spezialisten aus Longuich alternativ Werbestollen sowie feine Gebäck- und Kuchenspezialitäten anbieten. Hochwertige Feinkostprodukte wie Öle, Dips und Gewürze sowie getrocknete Früchte exklusiv aus Südtirol erweitern das Sortiment. Die Spezialitäten von Global Innovations eignen sich ideal als Weihnachtspräsent für kulinarische Feinschmecker und Delikatessenliebhaber.

PSI 46626 • Global Innovations Germany GmbH & Co. KG • Tel +49 6502 93086-17  
info@globalinnovations.de • www.globalinnovations.de



## FEINER ROTER IN HOLZ

**G**iving Europe offeriert sein exklusives Luxus-Weinset Merlot, attraktiv verpackt in einer Holz-Geschenkbox, passend für eine 0,7-Liter-Weinflasche und nützliche Metall-Accessoires. Die Zusammenstellung ist prädestiniert für Weinliebhaber und -kenner, ein Luxus-Geschenk, das durch die Holz-Geschenkbox besonders edel aufgemacht ist. Laut Empfehlung von Giving Europe ist eine Werbeanbringung mittels Tampondruck geboten.

PSI 45737 • Giving Europe GmbH • Tel +49 421 596597-32  
nicolakoehler@givingeurope.de • www.givingeurope.de

# Sweets & More

## WINTER COLLECTION

# 2016



MERCY ADVENTSKALENDER

*Individuell*



SCHOKINI WEIHNACHTSBAUM

*Standard*



*Standard*

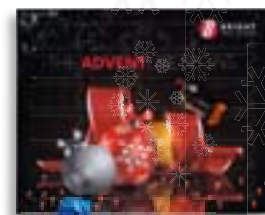
*Individuell*



ADVENTSKISTE STANDARDMOTIV

ADVENTSKISTE INDIVIDUELL

*Lindt*



LINDT HELLO ADVENTSKALENDER

LINDT NIKOLAUS  
GROSS / KLEIN

*MAGNA*  
*sweets and more*

MAGNA sweets GmbH  
Gewerbering 5/6  
D - 82272 Moorenweis  
Fon +49 (0) 81 46 - 99 66 0  
info@magna-sweets.de  
www.magna-sweets.de



## WÄRMSTENS EMPFOHLEN

**A**BER textil+design strickt Weihnachts- und Nikolaussocken mit Standardmotiven oder komplett nach Kundenwunsch. Die Motive werden während der Produktion direkt mit eingestrickt. Der Hersteller aus dem Raum Hannover gestaltet und strickt kundenindividuelle Socken made in Germany – und das schon ab 50 Paar. Es werden ausschließlich Materialien nach Öko-Tex Standard verwendet: Die Fußwärmer bestehen zu 80 Prozent aus feinsten Baumwolle, 18 Prozent strapazierfähigem Polyamid sowie zu 2 Prozent aus formgebendem Elasthan. Außer Business-Socken liefern die Niedersachsen auch Socken mit Flauschsohle, Vollflaussocken und Socken mit Antirutsch-Noppen sowie Baby- und Kindersocken. Neben der individuellen Einstrickung sind Werbeanbringungen auf einem Top-Label oder einer Bänderole möglich. Und gerade zu Weihnachten ist ein Finish mit Satinschleife eine passende Abrundung dieses sympathischen Werbeartikels.

PSI 49549 • Aber Textil+Design • Tel +49 5109 5646825  
 info@aber-textil-design.de • www.aber-textil-design.de

## JUST RELAX

**D**ie Produkte der Just-relax-Welt von myrtle beach und James & Nicholson, erhältlich bei Daiber, stehen für Momente der Ruhe und Entspannung. Kuschelig weiches Walkfrottier, zarte, schnell trocknende Mikrofaser oder wärmendes Fleece in Form von Bademänteln, Saunatüchern oder Fleece-Decken verwöhnen im SPA-Bereich und verwandeln jedes Badezimmer in eine Wellness-Oase. Vor allem in Sachen Wellness und Hotellerie statten die Profis Beauty- und Relax-Bereiche sowie Gästezimmer mit den SPA Produkten von myrtle beach aus. Neben der weichen, gut waschbaren Qualität und den schönen Designs gehört die große Farbvielfalt zu den Spezialitäten der Kuscherie von myrtle beach. Auch die komfortablen Outfits aus der James & Nicholson Relax-Welt überzeugen durch warme Farben, bequeme Schnitte und weiche Materialien. Alle textilen Produkte von Daiber können dank der verschiedenen Sticktechniken in individuellem Design veredelt werden. Alle Neuheiten sind im Katalog 24 The base zusammengestellt.

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



# Soft rocks.

**Der neue**  
QS20 mit 3D  
Oberfläche  
in samtweichem  
Soft Touch.

**Be touched.**

PromoFritz 2016  
für den QS00



The Promotional  
Gift Award  
Winner 2016



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

Personality pens.  
Swiss made.

**prodir**<sup>®</sup>



## GUTER STIL MIT INDIVIDUALITÄT

**F**lybelt ist genau das Richtige für jeden, der einen guten Stil schätzt und die Abwechslung und Individualität liebt. Neben der hervorragenden Qualität und dem schönen Design der Gürtel und Schließen gibt es noch weitere Gründe, die für Flybelt sprechen. Die Verarbeitung des Flybelt mit einem Kunststoffklemmteil ermöglicht ein einfaches Passieren von Metalldetektoren. Dank One-Size-System und der Größenmarkierung auf der Rückseite des Gürtels lässt sich der Gürtel problemlos auf die gewünschte Länge kürzen. Durch das patentierte System lassen sich sämtliche Gürtel und Schließen innerhalb des Programmes kombinieren. Eine Lasergravur ist auf der Schließe oder dem Ledergürtel möglich, ein Druck auf der Verpackung oder der Schließe.

**PSI 48929 • Customer Service International GmbH • Tel +49 6182 898060  
info@csi-gmbh.net • www.flybelt.at/flybelt-system**

## NUTCRACKER FÜR WERBECKRACKS

**E**ine edle Werbeidee hat Multiflower in Form eines Sets mit Nuss-Säckchen mit rotem Filzbeutel, zirka 100 Gramm Walnüssen und Edelstahl-Nutcracker im Köcher. Der Werbeandruck, der ab einer Abnahmemenge von 250 Stück in Auftrag gegeben werden kann, erfolgt auf dem Standardmotiv des Anhängerkärtchens. Eine eigene Gestaltung des Kärtchens kann ebenfalls ab 250 Stück realisiert werden. Zudem besteht ab einer Bestellung von 100 Stück auf dem Edelstahl-Nussknacker die Möglichkeit einer Lasergravur: eine Veredelung, die nachhaltig in Erinnerung bleibt.

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



## SCHOKOLADEN-PUZZLES

**G**erade in der Vorweihnachtszeit zeigt die Kaiserstuhl Chocolaterie bei Kunden und Geschäftspartnern besondere Präsenz: Dabei sorgen die neuen Schokoladen-Adventskalender mit vier verschiedenen Sorten feinsten Schokolade für genussvolle Momente. 24 feinste Schokoladen-Täfelchen mit den Zahlen 1 bis 24 direkt in die Schokolade gegossen, in glasklarer Folie einzeln verpackt und in eine Maxi-Dose eingelegt, sind nur ein Beispiel für einen Schokoladen-Adventskalender, der seinesgleichen sucht und sich von den üblichen Klassikern abhebt. Für die 24 Täfelchen stehen auch weihnachtliche Standardmotive zur Verfügung. Und der weiße Deckel bietet eine außerordentlich große Werbefläche, die individuell nach Kundenwunsch bedruckt wird. Außerdem können die einzelnen Täfelchen ebenfalls individuell gestaltet werden.

**PSI 48639 • Kaiserstuhl Chocolaterie GmbH & Co KG • Tel +49 7642 900090  
info@kaiserstuhl-chocolaterie.de • www.kaiserstuhl-chocolaterie.de**





## KULINARISCHE HIGHLIGHTS

**M**it seinen Vinomaxx Genuss-Sets Essig&Öl SaborDeLuxe, CucinaMediterrana sowie Viagem&PicNic hält Spranz aus Koblenz eine delikate Auswahl für Genießer vor. Edelste Zutaten wie kaltgepresstes Luxus-Olivenöl und sorgfältig erzeugter Weinessig zeichnen das Set Essig&Öl SaborDeLuxe aus, geliefert inklusive praktischem Essig- und Ölpender aus Glas, leicht mit einer Hand zu bedienen und ausgestattet mit luftdichtem Verschluss. Das Vinomaxx Genuss-Set CucinaMediterrana beinhaltet herkunftsgarantiertes Meersalz, dessen Blume traditionell von der Wasseroberfläche mit Holzinstrumenten abgeschöpft wird und den Körper mit vielen wertvollen Mineralien versorgt, sowie edelstes kaltgepresstes, samtweiches Olivenöl. Lust but not least besticht das Genuss-Set Viagem&PicNic durch einen frischen Vinho Verde, edles kaltgepresstes Olivenöl, ein Gourmet Messer, Weinöffner, teilbares Besteck und einen Bluetooth Lautsprecher, womit für entspannte Momente unterwegs gesorgt ist. All diese Artikel werden in Originalverpackungen repräsentativ im Karton auf Stroh arrangiert.

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

Geschenkideen mit  
emotionalem Mehrwert

Gefertigt in Werkstätten  
für Menschen mit Behinderung

Individualisierbar

Eigenprodukte

Made in Germany

www.wunderle.com



WECKEN SIE EMOTIONEN



Wunderle

PSI 49622

**Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG**

Mrs. Birgit Müller  
Lütkefeld 15  
D-34414 Warburg

Phone: +49.5641.95481  
birgit.muellner@brauns-heitmann.de

## Christmasballs with Logo!

Weihnachtskugeln mit Logoaufdruck!  
Boules de Noel avec logo!

Made in  
Germany



BRAUNS HEITMANN



## KUSCHELIGE BESCHÜTZER

**A**uf der Suche nach einem kuschelweichen Geschenk, das die gewünschte Werbebotschaft weiterträgt, werden Interessenten bei sigikid fündig: Diese Schutzengel von sigikid gehen mit ihrem Besitzer durch dick und dünn. Die 22 Zentimeter großen Seelentröster trocknen alle Tränen und zaubern ein Lächeln in das Gesicht ihres neuen Besitzers – der Beginn einer langen Freundschaft. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, ein Logo oder einen individuellen Slogan an einem sigikid-Artikel anzubringen. Je nach gewünschter Bestellmenge könnte dies über ein Einnäh- beziehungsweise Anhängetikett oder ein Halstuch erfolgen.

PSI 48911 • Sigikid, H. Scharrer & Koch GmbH & Co KG

Tel +49 9201 70116

kuschelige-werbung@sigikid.de • www.sigikid.com

## ECHTES SCHMUCKSTÜCK

**W**eihnachten ist die Zeit für besinnliche Stimmung. Christbaumkugeln tragen ihren Teil dazu bei. Ganz egal, ob eine günstige Kunststoffkugel mit Tampondruck oder eine edle Glaskugel mit aufwendiger Handbemalung und glitzernden Steinen – bei Meier UG lassen die vielen verschiedenen Veredlungsformen, unzählige Farben schicker Christbaumkugeln, Schreibtischständer und individuelle Verpackungen keine Wünsche offen. Und das alles in Größen von 3,5 bis 100 Zentimeter Durchmesser.

PSI 49297 • Meier UG • Tel +49 991 28089998

m.goebel@meier-vertrieb.de • www.meier-vertrieb.de



## DAS KRAFTPAKET FÜR DIE FEIERTAGE

**A**uf dem Weihnachtsteller war immer schon ein roter Apfel. Inmitten der kalten Jahreszeit wirkt der rote Vitaminspender wahre Wunder. Natürlich kann der Apfel auch ganz individuell, jedoch immer mit zertifizierter Lebensmittelfarbe, bedruckt werden. Wer ein bisschen mehr möchte, kann den LogoFruchtApfel mit leckeren Nuss-Sternen kombinieren. Alles ist individuell gestaltbar – der Apfel, der Reiter auf den Nussternen, die Holz-Wäscheklammer sowie die Geschenktüte.

PSI 45384 • Kellermeister Manns GmbH • Tel +49 2045 960477

info@kellermeister-manns.de • www.kellermeister-manns.de

# BOX / ROLL-UP

Die neuen Kunststoff-Tischkalender von Geiger-Notes



Box 3 hellgrau/Deutsch, Gehäuse weiß

Roll-Up 3 Deutsch, Gehäuse schwarz/rot

### Moderne Kalendarien

Insgesamt fünf Kalendarien mit 3 oder 5 Monaten zur Auswahl, von 1sprachig bis 6sprachig. Jedes gültig für zwei Jahre.

1е. Янв.						
Fr	Fr	Ve	Ve	Sa	Sa	So
Ve	Vi	Fr	Ve	Sa	Sa	Do
5	6	7	8			
12	13	14	15			
19	20	21	22			
26	27	28	29			

Do	Th	Je	Fr	Fr	Ve	Ve	Sa	Sa	So
Gi	Ju	Je	Ve	Vi	Fr	Ve	Sa	Sa	Do
Gi	Ju	Je	Ve	Vi	Fr	Ve	Sa	Sa	Do
5	6	7	8						
12	13	14	15						
19	20	21	22						
26	27	28	29						

Box 3 International

Roll-Up 3 International

### Durchdachte Funktion

Box mit von oben eingesteckten Kalenderblättern. Roll-Up mit dezentraler Drehmechanik auf der Rückseite.



### Vielfältige Farben

Box mit Gehäuse in schwarz oder weiß. Roll-Up zusätzlich mit Akzentleisten und Datumsschieber in fünf attraktiven Farben.



### Klein, mit klarer Optik und aus Kunststoff.

Ab sofort bei Geiger-Notes: Die neuen Kunststoff-Tischkalender. Box 3/Box 5 als preisgünstige Variante in schwarz oder weiß, Roll-Up 3 als Hingucker mit farbigen Akzentleisten. Modernes, funktionales Design mit attraktiver Preisgestaltung – und das natürlich „Made in Germany“. Beide Kalender haben ein 2-Jahres-Kalendarium; der Werbeaufdruck erfolgt als Siebdruck oder 4C-InkJet. [www.geiger-notes.ag](http://www.geiger-notes.ag)



## ENTSPANNUNG PUR

**M**ehrteilige Wellness-Sets hat MACMA im Angebot. Das 3-teilige Massageset aus Holz mit einer großen Massagebürste, einer kleinen doppelseitigen Massagebürste mit Bimsstein und einem handlichen Massageroller aus Holz wird in einer Holzbox verpackt. Die Werbung wird digital (mehrfarbig) auf ein Etikett gedruckt, welches an geeigneter Position der Einzelverpackung aufgeklebt wird. Gleiches gilt auch für das 5-teilige Badeset in einer kleinen Acrylbadewanne bestehend aus einem Badesalz (100 g), einer Bodylotion (100 ml), einem Duschgel (100 ml), einem Badeschwamm und einer Massagehilfe.

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



## SALT AND PEPPER

**E**in zerstreuter Griff nach der Salzmühle – und schon landet statt Salz eine gehörige Portion Pfeffer auf dem Salat: Bei den Pfeffer- und Salzmühlen Black & White, bei Peugeot erhältlich und verpackt in einer hochwertigen Geschenkbox, ist diese Verwechslungsgefahr ausgeschlossen. Denn dank ihrer Farbgebung vermeiden die 18 Zentimeter großen Mühlen mit dem patentierten U>Select System im attraktiven Hochglanz-Look freilich nicht nur kulinarische Missgeschicke, sie bilden außerdem einen Blickfang auf jedem gedeckten Tisch. Mit dem U>Select System hat der Anwender übrigens die Möglichkeit, die Mahlgradeinstellung mit sechs Orientierungshilfen von sehr fein bis extra grob stufenlos über die U>Select Mahlwerks-Technologie einzustellen.

PSI 48500 • PSP Deutschland GmbH • Tel +49 2556 90211-15  
krottmann@psp-peugeot.com • www.psp-peugeot.com







## SCHMUCKES COMEBACK

**D**as Twilly von Topkapi Tessuti feiert sein Comeback: ein Accessoire, das die Blicke auf sich zieht, sei es als Schmuckstück am Handgelenk, befestigt an der Handtasche oder auch im Einsatz als modisches Haarband. Das abgebildete Twilly ist aus 100 Prozent Seide, wie ein Schlauchschal gedoppelt, mit unterschiedlichen Designs auf beiden Seiten. Eine Veredelung im Digitaldruck ist bereits ab 30 Stück realisierbar. Das Design kann aus der Kollektion von Topkapi gewählt oder auch frei im neuen Kundenlayout gestaltet werden. Das Fashion-Accessoire ist natürlich wie immer made in Italy.

PSI 46918 • Topkapi Tessuti S.r.l. • Tel +39 031 563668  
stefanie.hess@topkapitessuti.it • www.topkapitessuti.it

## FÜR EIN GLÄNZENDES WEIHNACHTSGESCHÄFT

**D**er neue Christmas Special Katalog 2016 entführt Inspirion-Kunden in eine Welt voller Glanz und Glitter. Schon der Elch mit Schleifchen auf dem Cover sorgt für eine glänzende Weihnachtsstimmung. Auch das Innenleben ist vielversprechend und zeigt strahlende Menschen bei der Bescherung. Auf 124 Seiten präsentieren Inspirion und Topico circa 450 Werbe- und Weihnachtsartikel. Der neue Weihnachtskatalog im handlichen Format 21 mal 26 Zentimeter verspricht ein glänzendes Geschäft in der zweiten Jahreshälfte. Ab August ist der Christmas Special Katalog in mehreren Sprachen verfügbar. Kunden haben wie immer die Möglichkeit, ein auf sie zugeschnittenes Verkaufsinstrument zu ordern.

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

**mbw**<sup>®</sup>



# RUNDUM BEZAUBERND

ENTSPANNT  
WEIHNACHTEN MIT  
ENGEL BERT<sup>®</sup> DEM  
ANTI-STRESS  
HANDTRAINER.



Geschmacksmusterschutz EU-weit

www.mbw.sh





## BUNTE EYECATCHER

**D**as ideale Weihnachtsgeschenk zu finden, kann ein schwieriges Unterfangen sein. Wenn es dann auch noch ein für das Unternehmen werbender Artikel sein soll, wird es noch schwerer. Nützlich soll es sein, ansprechend, für den täglichen Gebrauch geeignet. Giuseppe Di Natale S.p.A. bietet für diesen Anspruch genau das Richtige: eine riesige Auswahl an Notebooks, Terminkalendern und kleinen Taschenaccessoires. 100 Prozent made in Italy, aus hochwertigen, umweltfreundlichen Materialien, in allen Teilen individualisierbar.

PSI 41734 • Giuseppe di Natale S.p.A. • Tel +39 018 2380001  
dn@dn-dinatale.it • www.dn-dinatale.it

## TEXTILER WERBESCHMUCK

**F**eminin und business-like sind die Werbetextilien von TailorTies aus den Niederlanden. Komfortabel und angenehm zu tragen, bestehen die in Italien hergestellten Tücher aus einer qualitativ hochwertigen Kombination aus Viskose und Polyester. Es gibt verschiedenste Arten, die Tücher zu tragen, sei es als Schal oder auch als klassisches Schultertuch. Für die aktuelle Frühlings- und Sommerkollektion stehen viele neue Farben zur Auswahl. Zudem lassen sich die Tücher kundenindividuell gestalten – zu einem nachhaltigen, aufmerksamkeitsstarken und sehr modischen Werbeaccessoire, das lange im Gedächtnis bleibt.

PSI 41941 • TailorTies • Tel +31 252 756190  
info@tailorties.com • www.tailorties.com



## ENTSPANNTE WOHLFÜHLMOMENTE

**B**esonderen Spaß, sowohl beim Verschenken als auch beim Baden, bietet das Wellness-Set Badetag von Kundenpflege Wellness & Care. Es beinhaltet je 100 Milliliter Duschgel, Bodylotion und Shampoo sowie 50 Gramm Sprudelbad mit der Duftrichtung Vanilla & Toffee. Auch die Verpackung der Badezusätze in einer hübschen Keramischale macht das Geschenk zu einer kreativen Gabe. Weitere originelle Geschenksets, Fleece-Decken und Streuartikel im Internet unter [www.kunden-pflege.de](http://www.kunden-pflege.de).

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

# Glanzstücke shoppen!

**SHOP**  
THE  
**TOPS**  
2016



➤ "Ich will glänzen."



Unsere Highlights  
für glänzende  
Geschäfte bringen  
Kunden zum  
Strahlen.



POWERFUL | 56-0699908



SHOP  THE TOPS

Shoppen Sie auf [www.promotiontops.de](http://www.promotiontops.de)!

Highlights zum Jahresende jetzt  
im Christmas Special 2016 – ab August verfügbar!

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

**IN SPIRION**  
» TRADING IDEAS



## WEIHNACHTLICHE GESCHENKSETS

Jetzt schon an Weihnachten denken und bei Eurostyle Werbeträger entdecken. Ob ein Set bestehend aus Börse, Schlüsselanhänger und Kugelschreiber oder Visitenkartenetui, Kartenetui und Schlüsseletui – in einem Geschenkkarton verpackt und veredelt mit persönlicher Werbeanbringung wird jedes Set einzigartig. So auch das Geschenkset aus einem Notizbuch A5 und Kugelschreiber oder das 6-teilige Schreibtisch-Set. Gerne individualisiert Eurostyle die Produkte mit dem gewünschten Logo oder gestaltet selbstverständlich auch in einem Corporate Design.

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

## WEIHNACHTSBÄCKEREI

Die Zeit vor Weihnachten ist eine Zeit der Vorfreude, umhüllt vom Duft frisch gebackener Plätzchen. Gerade Kinder werden da zu echten Weihnachtshelfern und helfen gerne beim Teigausrollen und Ausstechen der Plätzchen. elasto bietet jetzt für eine noch schmackhaftere Vorweihnachtszeit das Plätzchenausstecher-Set Sweet. Es besteht aus drei weihnachtlichen Formen: Herz, Stern und Mond, allesamt gefertigt aus lebensmittelechtem Kunststoff und leicht zu reinigen. Durch die abgeflachte Kante auf der Oberseite der Teigausstecher, ist ein leichtes und angenehmes Arbeiten garantiert. Verpackt in einer runden Kunststoffbox, die sich besonders für die individuelle Veredelung im Sieb- oder Tampondruck eignet, fungieren die kleinen Ausstecher als ideale Werbeartikel für die schönste Zeit im Jahr.

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



## SELFMADE CHRISTBAUMSCHMUCK

Christbaumkugeln selbst gemacht? Dank des Unternehmens The Gift ist das überhaupt kein Problem und dazu auch noch ein echter Hingucker. Das Set zum Selbermachen besteht aus sechs unterschiedlichen Elementen, die sich zu sechs einzigartigen Christbaumkugeln zusammensetzen lassen. Die Kugeln in den Farben Silber und Gold können mit dem beigegeführten Band aufgehängt werden. Das Ganze kann abschließend noch mit dem ebenfalls beigegeführten Klitzerkleber dekoriert werden.

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



## FREUDE SCHENKEN

**G**anz im Trend liegen selbstgemachte Leckereien als Geschenke oder Mitbringsel für die Lieben. Das Kreativteam des DK Verlags hat sich daher ein ganz besonderes Geschenk ausgedacht: eine hochwertig präsentierte Mischung von Selbermachideen verschiedenster Art, von Genießer-Menüs bis zur Tischdeko. Doch es gibt noch mehr Selbermachtips, die sich in Buchform bringen lassen: Das DK-Team bietet eine große thematische Vielfalt an passenden Ideen.

PSI 48489 • Dorling Kindersley Verlag GmbH • Tel +49 89 442326220  
b2b@dk-germany.de • www.dorlingkindersley.de



## VERRÜCKTE IDEE

**D**ie „verrückten“ Untersetzer von Markenreich werden aus Bergischem Schiefer gefertigt und laserbeschriftet. Jede Platte ist aufgrund individueller Maserung und Bruchkanten ein Unikat, verpackt im Zweier-Set im roten Geschenkkarton. Nicht jeder Tag verläuft gleich und dies war für den Hersteller Anlass genug, noch verrücktere Schieferplatten zu fertigen, die je nach Stimmung gedreht werden können: verrückt, verliebt, verträumt, verirrt. Die Idee dahinter lautet, „verrückt“ zu akzeptieren und damit Individualität zuzulassen. Gemäß der in der Geschichte belegten Tatsache, dass bahnbrechende Veränderungen in allen Lebensbereichen von Menschen geschaffen wurden, die zu Beginn als „verrückt“ galten und später als Genies und Helden gefeiert wurden.

PSI 48670 • Markenreich GmbH • Tel +49 2175 15797-0  
info@markenreich.de • www.markenreich.de



3696  
ADVENTS-  
KALENDER  
GOLD



CHOCOLISSIMO

ES GEHT LOS!  
NEUE  
ADVENTSKALENDER  
2016



3828  
TISCH-  
ADVENTS-  
KALENDER  
WINTER

**MM Brown Deutschland GmbH**

Eschborner Landstr. 55  
60489 Frankfurt a/M  
Tel: +49 (0)69 254 271 27  
E-Mail: verkauf@chocolissimo.de  
www.chocolissimo.de



## ZUPACKEN STATT ZUNEHMEN

**P**rofessionelle Werkzeuge statt Schokolade: Die Adventskalender von Wiha enthalten 23 Boxen, die statt mit Schokolade mit hochwertigen Handwerkzeugen gefüllt sind. Die 24. Box ist im Rücken des Kalenders untergebracht und enthält als besonderes Weihnachtsgeschenk eine praktische Werkzeugtasche, in der alle gesammelten Werkzeuge übersichtlich verstaut werden können. Beim Herausziehen der Boxen rutschen die nachfolgenden Boxen automatisch herunter. Der Adventskalender ist das ideale Geschenk für Profis und ambitionierte Heimwerker. Beratung zu verschiedenen Individualisierungsmöglichkeiten auf Anfrage.

PSI 49269 • Wiha Werkzeuge GmbH • Tel +49 7722 959221  
adrian.klausmann@wiha.com • www.wiha.com

## SEIDENWEICHE WERBEKOMBINATION

**M**odisch und zudem äußerst praktisch präsentiert sich das aus einem Einstecktuch aus hochwertiger, reiner Seide und einem kleinen Notizblock mit 22 Blatt in Form eines Einstecktuchs mit Spitze bestehende Set, das Alta Seta bereithält. Jedes farbig abgestimmte Tuch gibt es in vier verschiedenen modischen Dessins und überzeugt durch seine vielseitigen Kombinationsmöglichkeiten. Der Kunde hat die Wahl aus insgesamt zehn Farbvarianten. Die ab zehn Stück ab Lager bei den Niedersachsen erhältlichen Werbeklassiker lassen sich ab einer Abnahmemenge von 30 Stück mit einem Logo versehen. Gegen Aufpreis ist zudem eine Individualisierung auf der Verpackung möglich.

PSI 45461 • Alta Seta GmbH & Co. KG • Tel +49 5031 7036-27  
design@alta-seta.de • www.alta-seta.de



## BESONDERES SCHLÜSELERLEBNIS

**E**poxidanhänger vielfältiger Formen hat A & J im Repertoire. Das Design kann ganz auf Kundenwunsch erfolgen. Die beiden konvexen zusammengefügte Aufkleber bieten Platz für Logos, künstlerische Gestaltungen und unterschiedliche Informationen auf beiden Seiten des Anhängers, etwa wichtige Telefonnummern oder medizinische Daten. Speziell zum Thema Weihnachten bietet A & J entsprechende Motive.

PSI 48797 • A&J Agnieszka Polak • Tel +48 32 7520090  
reklama@firma-aj.com.pl • www.brelok.pl

daiber

myrtle  
beach

JAMES &  
NICHOLSON

# SCHICK IN STRICK!



ERHÄTLICH IN 5 FARBEN



## WEIHNACHTEN IM RETRO-LOOK

**L**angweilige Weihnachtsverpackungen gehören dank Belle Logo der Vergangenheit an, denn dieses Jahr bringt der Weihnachtsmann individualisierbare Jutesäcke von etwa 50 mal 80 Zentimetern im stylischen Retro-Look vorbei. Die sechs verschiedenen Designs, von Rudolph Reindeer-Express zu Merry Christmas und Happy Holidays, werden mit der Möglichkeit, den Namen des Empfängers einzutragen, zu kreativen Unikaten. Die individuelle Botschaft oder der Name kann in vier Schriftarten und vier verschiedenen Schriftfarben eingesetzt werden.

PSI 47086 • Belle Logo GmbH • Tel +49 561 45093473  
info@logoartikel.de • www.logoartikel.de

## MODERNE ZEITEN

**B**ei Likor, polnischer Spezialist für Werbeuhren, sind nicht nur im Standard „rund“ ausgeführte Wanduhren erhältlich, sondern auch kundenindividuelle Sonderanfertigungen in den verschiedensten Ausführungen und Formgebungen. Das Gehäuse des Wanduhrenmodells 516 beispielsweise ist aus robustem PVC gefertigt. Diese Version lässt sich völlig individuell gestalten, etwa mit einer speziellen Form. Auch die Farbe respektive das Bildmotiv auf dem Uhrenkörper kann ab einer Abnahmemenge von 50 Stück individuell gestaltet werden. Die zur Befestigung an der Wand von Küche, Büro oder auch zuhause gedachte Werbeuhr kann – abhängig von Größe und Anzahl – in Chargen von 10 bis 40 Stück pro Verpackung geliefert werden. Die Lieferzeit beträgt laut Hersteller zwischen 14 und 17 Tagen nach Order.

PSI 49677 • Likor East-West Promotion • Tel +48 61 6521212  
office@likor.pl • www.promotional-clocks.eu



## SEHR KLEIN, ABER OHO

**D**ieser individuelle MINI-Taschenkalender bietet 24 süße Werbekontakte. Klein, attraktiv, smart und befüllt mit Stevia gesüßten Pulmoll-Bonbons (Limette-Minze, Orange Beeren-Mix) oder in der beliebten Geschmacksrichtung Cranberry mit Echinacea – jeweils zuckerfrei und zahnfreundlich sowie mit gesundem Vitamin C angereichert. Der kleine Renner im Blisterformat macht auch mit Schokolinsen stets allerbesten „Eindruck“. Als Neuheit schlechthin ist der kleinste Adventskalender der Welt nun auch mit der „Give away Collection“ erhältlich, d. h. kein Tütchen gleicht dem anderen.

PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG • Tel +49 7643 8010  
info@ksw.24.com • www.ksw24.com







SÜßE WEIHNACHTSPRÄSENTE

MIT DEINEM LOGO

Auf der Suche nach einem innovativen Weihnachtsgeschenk für deine Kunden und Mitarbeiter? Da bist du bei *deineTorte.de* genau richtig! *deineTorte.de* bietet dir die Möglichkeit, dein Logo auf exklusive Torten, Cake Pops, Cupcakes und Macarons drucken zu lassen. Dabei hast du die Option der 360 Grad Individualisierung: von der Größe, Form und Geschmack der Torten über die Gestaltung des eigenen Motivs bis hin zur Verpackung mit eigenem Branding. Die bedruckten Produkte sind ideal für viele Anlässe wie z.B. Jubiläen, Geschäftseröffnungen, als Give-away bei Messen oder als individuelles Weihnachtspresent. *deineTorte.de* kann auch kurzfristig große Mengen umsetzen. Alle Produkte werden in Köln produziert, sind 10 Tage haltbar und können europaweit zum Wunschtermin versendet werden.



Kontakt Firmensupport  
 Ansprechpartner: Jan Wüffel  
 Email: [jan.wueffel@deinetorte.de](mailto:jan.wueffel@deinetorte.de)  
 Tel. 0221-46751647  
[www.deinetorte.de/firmentorten](http://www.deinetorte.de/firmentorten)





## PROFESSIONELLE HANDY-FOTOS

**E**in vierteiliges Aufsatzlinsen-Set für Smartphones oder Tablets: Damit lässt sich fotografieren wie mit der digitalen Spiegelreflex Kamera. Gleichwohl ob Makro, Weitwinkel oder Fischaug: Mit diesem universellen Aufsatzlinsen-Set erweitert der Anwender seine Smartphone- und Tablet-Kamera um gleich drei interessante Funktionen aus dem Profi-Fotobereich. Alle Aufsatzlinsen sind im Handumdrehen festgemacht und passen praktisch auf jedes Smartphone und Tablet. Zum Lieferumfang gehören neben einem Tragebeutel auch Schutzkappen, alles eingebettet in eine Geschenkbox mit Sichtfenster. Weitere Infos auf Anfrage.

**PSI 47203 • Krüger & Gregoriades Im- & Export GmbH • Tel +49 40 731021-80  
info@kg-hamburg.de • www.kg-hamburg.de**



## HIMMLISCHER DUFT

**L**ukullische, weihnachtliche Werbeargumente versprechen die Geschenkideen von Henosa-Plantanas. Zur Auswahl stehen etwa Weihnachtstee oder verschiedene Gewürze wie Glühweingewürz, Zimt oder Nelken. Tee und Gewürze schmecken nicht nur lecker, sie sind auch zur Winter- und Weihnachtszeit besonders attraktiv. Verführerisch sind auch die bei den Baden-Württembergern erhältlichen Trockenfrüchte und Nüsse, umhüllt mit zart schmelzender Schokolade, darunter Haselnüsse in Vollmilch-Zimt-Schokolade, Schneemandeln sowie Cranberries in Zartbitterschokolade. Auch die Verpackung lässt sich den individuellen Wünschen anpassen, ob als Dosen, Päckchen, Polybeutel mit Etikett oder Header, Klarsichtboxen, Reagenzgläser, Kartonagen oder Geschenkschachteln. Ab 100 Stück kann eine eigene weihnachtliche Botschaft gestaltet werden. Individuelle Angebote und kostenlose Muster auf Anfrage.

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



## WEIHNACHTLICHE LEUCHTPOWER

**U**nkomplizierte, extralange Leuchtdauer. Die superleichte, kabellose Lichterkette „Christmaxx“ hält ideal an dünnen Ästen oder weit oben am Baum, wo herkömmliche Elektronik-Kerzen mit Kabeln das Anbringen schon deutlich erschweren. Die Kerzen werden mit den beiliegenden Clips befestigt und bequem per Fernbedienung ein- und ausgeschaltet. Mit einer Leuchtdauer von bis zu 170 Stunden strahlt Christmaxx die gesamten Festtage lang und darüber hinaus – ohne einmal die Batterien wechseln zu müssen.

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



## KOMFORTABLES BACKVERGNÜGEN

**C**erafit Bakery ist von ausgesucht schwerer Qualität, hat eine kratz feste Keramik-Antihaft-Beschichtung und ist korrosions- und säureteigbeständig. Die Backform verfügt über sehr gute Wärmeleiteigenschaften und ist hitzebeständig bis 250 °C. Die Haube aus hochwertigem Kunststoff ist extrem robust, sitzt optimal auf der Backform auf und verschließt diese absolut sicher. Tragegriffe erleichtern den Transport. Abgerundet wird dieses Set durch den Kuchenteiler mit rutschfestem, ergonomischem Griff.

PSI 49621 • Genius GmbH • Tel +49 6431 98880  
 info@genius-germany.de • www.genius-germany.de

## Centsationell.

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



**Zukunft erleben!**  
 Virtual-Reality-Brille  
 auf der Newsweek  
 testen.

Innovativ, praktisch, nachhaltig. Und das alles zu einem centsationellen Preis! Unsere Notizwerbemittel sind in vielerlei Hinsicht beeindruckend anders. Und dazu besonders nachhaltig: Wir produzieren die hochwertigen Give-aways mit FSC®-zertifizierten Haftnotizen.

Lassen Sie sich überzeugen.

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



## ANHÄNGLICHE WEIHNACHTSMOTIVE

**B**ühring realisiert Filzanhänger wie 'Hang On'. Der Artikel kann auf Wunsch einzeln oder zu mehreren als Set im Polybeutel verpackt angeboten werden. Das natürliche, hochwertige, wollweiche Material ist in zahlreichen peppigen, aber auch dezenten Farben erhältlich. Die Produktion erfolgt projektbezogen. Als Werbeanbringung auf Wollfilz wird Siebdrucktransfer oder Stick empfohlen. Die Lieferzeit beträgt ca. vier bis sechs Wochen nach Muster- und Logofreigabe, abhängig von der Menge und der Verfügbarkeit der Farbe.

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



## BELIEBTE GESCHENKSETS

**S**ein breites Sortiment an Geschenksets aus der Rituals-Serie erweitert Trendfactory jedes Jahr um neue, verschiedenste Zusammenstellungen. Zu den aktuell erweiterten Ritual-Familien gehören die beliebten Serien Ayurveda, Laughing Buddha, Hammam, Sakura, Dao und Samurai. Die neueste Rituals-Geschenkkategorie beinhaltet etwa ein umfassendes Bade- und Duschset, bestehend aus Duschschaum, Körperpeeling, Duschöl und Körpercreme. Rund um die Rituals Geschenkpakete bietet Trendfactory aus den Niederlanden viele verschiedene Variationen, zugeschnitten auf Farbe, Thema und nahezu jedes Budget.

PSI 41941 • Trendfactory B.V. • Tel +31 25 262233  
info@trendfactory.eu • www.trendfactory.eu



## DIE ADVENTSZEIT NEU VERPACKT!

**E**in Highlight im weihnachtlichen Jung-Sortiment ist der Tower-Adventskalender mit fünf Werbeflächen, gefüllt mit 24 Ritter Sport Quadrettis, die aus allen vier Seiten des vollflächig und individuell bedruckbaren Turms entnommen werden können. Neben werbestarker Markenschokolade und beeindruckendem Format ergibt sich ein weiterer Produktvorteil durch die zusätzliche Verwendungsmöglichkeit als Geschenkverpackung: Denn in der Mitte des Turmes findet sich ausreichend Platz, um der Zielgruppe ein weiteres Präsent oder ein Gadget mit festlicher Botschaft „add-on“ beizufügen. Ob das eine Tasse ist, ein Taschenrechner, eine Mini-Wärmeflasche oder ein Sparschwein – für jede Branche und jedes Unternehmen finden sich bei Jung Ideen, um Weihnachten neu zu verpacken und innovativ zu überraschen.

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



BUSINESS ADVENTSKALENDER

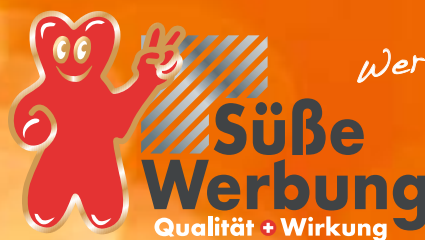


Give away  
Collection

Jeder „Kleinste  
(Advent-)Kalender  
der Welt“ ein Unikat!



**35**  
JAHRE



Werbewirkung  
schmeckt!

[www.suesse-werbung.de](http://www.suesse-werbung.de)

Service-Hotline: 076 43/801-555



Die Siebdruck-Fertigungsstraße im Bonner Werk.

## 150 JAHRE BOFA-DOUBLET

# „WERBUNG IN NEUER DIMENSION“

Die BOFA-Doublet GmbH, Spezialist für Beflagung, Außen- und Innenkommunikation sowie Events, feiert in diesem Jahr ihr 150-jähriges Bestehen. 1866 gegründet als Geschäft für Dekorationsartikel und Tapeten ist der traditionsreiche Betrieb seit 2012 Teil der Unternehmensgruppe Doublet.



Das schöne historische Hauptgebäude steht noch. Drinnen und drumherum arbeitet das Unternehmen indes nach den modernsten Standards.



Die historische Aufnahme zeigt das Gebäude der Bonner Fahnenfabrik, das heute noch als restauriertes Haupthaus fungiert.

Im Jahre 1866 begann die bemerkenswerte Erfolgsgeschichte der BOFA-Doublet GmbH, der wir uns in den folgenden Zeilen widmen möchten. Ursprünglich ein Geschäft für Dekorationsartikel und Tapeten entwickelte sich das Unternehmen durch den Wechsel der Zeiten kontinuierlich weiter zum Fertigungsbetrieb modernen Zuschnitts, bis die ehemalige „Bonner Fahnenfabrik“ 2012 vom französischen Unternehmen Doublet übernommen und seitdem schrittweise neu strukturiert wurde. Durch das breitere Produktportfolio stehen nun nicht mehr nur die Fahnen im Mittelpunkt. Dort, wo der visuelle Eindruck zählt, zum Beispiel bei Messen oder auf Veranstaltungen, unterstützt die BOFA ihre Kunden mit Service, Dienstleistung und qualitativ hochwertigen Drucken und Werbeträgern. Doch drehen wir die Uhr noch einmal zurück zu den Anfängen.

### DIE ERSTEN JAHRZEHNTE

Der Firmengründer Josef Meyer aus Koblenz zieht 1862 wenige Kilometer rheinabwärts nach Bonn und eröffnet im be-



Digitaldruck erfolgt nach den modernsten Standards.



Jean-Bernard Doublet leitet das Unternehmen seit 2012.

sagten Jahre 1866 ein Geschäft für Dekorationsartikel und Tapeten. Mit der Kaiserproklamation und Gründung des deutschen Reichs 1871 wird die schwarz-weiß-rote Reichsfahne eingeführt. Dies bedeutet für die noch junge Firma größeren Umsatz und eine erweiterte Geschäftstätigkeit. Ab 1880 werden insgesamt fünfzehn Hoflieferantenprädikate erworben, was das Renommee des Betriebs weiter steigert. 1884 stirbt der Gründer Josef Meyer. Dessen 22-jähriger Sohn Rudolf Meyer übernimmt mit seinem Bruder Cäsar die Firmenleitung. 1906 errichtet man einen zweiten Erweiterungsbau, wo weitere Maschinen platziert werden, insbesondere Bleichkufen, Färbmaschinen, Waschtrommeln, Zentrifugen und ähnliches. Zwei Jahre später werden eine eigene Schreinerei und Schlosserei angegliedert. Nach dem Tod des Bruders (1909) wird Dr. Rudolf Meyer Alleininhaber des Unternehmens. 1911 folgt mit dem Beginn des Flaggendrucks durch chemisches Dampfdruckverfahren mit Handdruckformen ein bedeutender technischer

Fortschritt. Nach dem ersten Weltkrieg kann das Unternehmen auf dem Höhepunkt der Inflation (1923) eigenes Fabrikgeld – sogenannte Lohnschecks – mit behördlicher Zustimmung ausgeben. Als sich die Währung 1924 wieder stabilisiert, errichtet man eine eigene Flaggentuchweberei mit 100 Webstühlen in Bonn-Beuel. Im November 1928 werden die zu klein gewordenen Fabrikräume verlassen. Das Hauptwerk siedelt nun in die ausgebauten Gebäude in den Rheindorferstraße 224 über. Zu den weiteren Modernisierungsmaßnahmen im Folgejahr zählt die Einführung von Filmdruckverfahren.

#### ENTWICKLUNG NACH 1945

Nach dem Einschnitt durch den zweiten Weltkrieg wird 1946 das Hauptwerk wiedererrichtet. In diesem Jahr beginnt auch die Flaggenherstellung. Es geht wieder aufwärts. Ein vergrößerter Betrieb erfordert 1955 moderne Shedbauten für Bleicherei, Färberei und Wäscherei zur Entlastung anderer Räume. Anfang der 1960er Jahre erfolgt die Automatisierung des Siebdrucks.

Als Bonner Fahnenfabrik erarbeitet sich das Unternehmen in den weiteren Jahrzehnten großes Ansehen als Fertigungsspezialist. Nächster bemerkenswerter Schritt ist 1998 die Automatisierung der Siebherstellung mit einer Anlage des Präzisionsmaschinenproduzenten Lüscher. Die Belichtung der Siebe seit 2006 durch Spezialmaschinen der CST GmbH verfeinert die Fertigung weiter. Vorher allerdings schon (2002) wird der Digitaldruck als Erweiterung zum Siebdruck in die Produktion mit aufgenommen. Die nächste große Zäsur erfolgt im November 2011, als die Bonner Fahnenfabrik in die Insolvenz geht. Doch im April 2012 übernimmt Doublet das Traditionsunternehmen. Ab diesem Zeitpunkt heißt die Firma BOFA – Doublet GmbH und wird fortan von Jean-Bernard Doublet geleitet.

#### NEUE IMPULSE MIT DOUBLET

Beschränkte das Sortiment der ehemaligen Bonner Fahnenfabrik sich hauptsächlich auf Fahnen und Flaggen und in den letzten Jahren der „alten“ Firma noch auf leicht

abgewandelte Produkte wie Beachflags, Tischdecken, Innendekobanner oder Roll-Ups, änderte sich dies mit der Zugehörigkeit zur Unternehmensgruppe Doublet rasch. Doublet, mit Hauptsitz in Avelin, Frankreich, verfügt nicht nur über einen großen Digitaldruckbereich, sondern auch über eine eigene Metall- und Aluminiumverarbeitung. Aus ehemals zehn Produkten wurden schnell mehrere hunderte. Und das Produktportfolio wächst seitdem stetig. Auch vieles andere hat sich seit 2012 weiterentwickelt. Der Vertrieb wurde neu strukturiert und ein eigenständiges Team kümmert sich nun um Agenturen und Key Accounts. Es wurde eine Marketingabteilung gebildet, die sich intern um die Erstellung von Katalogen, Newslettern, Produktmustern und sonstigen wichtigen Unterlagen zur Verkaufsförderung kümmert. Nach der Übernahme wurde das Erscheinungsbild von Grund auf überarbeitet, wichtig war jedoch, dass jeder auch weiterhin die BOFA als BOFA erkennt.

#### SERVICES ERWEITERT

Im Juli 2015 erweiterte das Unternehmen durch die Anschaffung eines HP Latexdruckers ihre Druckkapazität im Digitaldruck. Auch im Servicebereich ist einiges geschehen. Das neu gegründete Montageteam übernimmt nicht nur die Montage und Reparatur von Fahnenmasten, sondern montiert auch Banner, Messestände oder großflächige Aufkleber – vom Boden aus oder mit Hubsteigern. Die hier tätigen Mitarbeiter müssen zu 100 Prozent schwindelfrei sein.

#### ALLES AUS EINER HAND

Das Kundenspektrum der BOFA umfasst sowohl namhafte Marken, als auch kleinere Unternehmen und Wiederverkäufer aus dem Werbemittelsektor. Alles, was der Kunde für die Präsentation seiner Marke benötigt, kommt aus einer Hand. Ob Fahnen, Beachflags, Großformatbanner oder Beschilderung im Außenbereich, Messerückwände, Roll-Ups, Sitzsäcke und Kissen im Innenbereich, das passende Produkt ist immer dabei – und falls nicht wird es einfach konzipiert. „Längst wird sich nicht mehr nur auf das einzelne Produkt, sondern auf



Die BOFA-Wäscherei: einst und heute.

das gesamte Projekt des Kunden fokussiert. Von der Idee über die Planung und die Produktion bis hin zur Montage, der Kunde wird in jeder Etappe seines Projektes fachmännisch betreut“, versichert Jean-Bernard Doublet.



Auch Handarbeit wird noch großgeschrieben bei BOFA: Ein Blick in die Näherei



#### UMFASSENDES PRODUKTPORTFOLIO

Um das Angebot zu komplettieren, wurde neben den Produkten der „BOFA Basics“ Palette auch die Sparte BOFA Equipment gegründet. In diesem Bereich wird Ausstattungsmaterial für den Außen- und Innenbereich angeboten (Tische, Stühle, Rednerpulte, Bauzäune, Fahrradständer, etc.). Als in Frankreich schon etablierter Bereich ergänzt er nun auch die Produktpalette in Deutschland. 2015 wurde unter [www.bofaequipment.de](http://www.bofaequipment.de) hierzu ein eigener Shop ins Leben gerufen. Die sich ergänzenden Produktsektionen BOFA Basics, BOFA Equipment, BOFA Concepts und BOFA Service bilden heute die Marke BOFA und bieten dem Kunden ein professionelles Komplettpaket. „Es ist uns wichtig, in unserem Alltag Prinzipien zu leben, sowohl im privaten, als auch im beruflichen Umfeld“, formuliert Jean-Bernard Doublet und ergänzt: „Auf dieser Überzeugung basieren unsere Unternehmenswerte Vertrauen, Transparenz, Information und Aufgeschlossenheit.“

#### BOFA-DOUBLET GMBH

Römerstraße 303 – 305

D-53117 Bonn

Tel. +49 228 6834-0

Fax +49 228 670-016

[info@bofa.de](mailto:info@bofa.de)

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



# NEU • NEU • NEU • NEU



## Das Sonderheft **All about Sourcing** „Indirekter Einkauf“ bietet Ihnen:

- schnelle Hilfe bei der Lieferantensuche
- über 50 Seiten mit Anbietern aus den Bereichen Einkaufs-/Einkaufsnahe Dienstleistungen, Warenversorgung, Einkaufsnahe Logistik, Full Service/Consulting, Personalwesen und systematische Zuordnung in fast 40 Unterkategorien
- News rund um den Indirekten Einkauf
- Trend-Reports und Marktanalysen

## Bestellen Sie jetzt unter:

Network Press Germany GmbH  
Aboservice Sonderheft  
Friedberger Str. 154  
86163 Augsburg  
eMail: [sonderheft@allaboutsourcing.de](mailto:sonderheft@allaboutsourcing.de)  
Internet: [www.allaboutsourcing.de](http://www.allaboutsourcing.de)

## Bestellcoupon per Fax an **08 21/26 289 129**

Ja, ich will die nächste Ausgabe des **Sonderheftes All about Sourcing Indirekter Einkauf** kostenlos kennenlernen. Hören Sie innerhalb von zwei Wochen nach Erhalt des Heftes nichts von mir, erhalte ich 2-mal im Jahr das **Sonderheft All about Sourcing Indirekter Einkauf** zum Heftpreis von 14,80 € frei Haus. (Ausland zzgl. Versandkosten). Ich kann das Jahresabonnement jederzeit stoppen, spätestens jedoch 6 Wochen zum Ende des Bezugsjahres, ansonsten verlängert sich das Abonnement um ein weiteres Jahr.

Vorname, Name

Funktion

Firma

Abteilung

Straße

PLZ/Ort

Tel/Fax

E-Mail

Datum, Unterschrift



Das Trotec Headquarter in Wels/  
Oberösterreich.

## TROTEC

# REKORDUMSATZ IM LASERBEREICH

Trotec wächst weiter. Der österreichische Hersteller von Lasergeräten zum Schneiden, Gravieren, Markieren und von Gravurmateriale erreichte im Jahr 2015 erstmals einen Umsatz von über 100 Millionen Euro. Der Zuwachs markiert einen neuen Rekord in der Bilanz des Unternehmens.

**D**er Rekordumsatz resultiert aus einem Wachstum von 42 Prozent gegenüber dem Vorjahr, zum einen in den Kernsegmenten, zum anderen aber auch durch den Aufbau neuer Produktlinien sowie einem Zukauf einer Produktionsfirma in den USA. Zwei Drittel der Umsatzsteigerung basieren dabei auf einem organischen Wachstum, so die Mitteilung des Unternehmens mit Hauptsitz in Wels/Oberösterreich.

### KONSEQUENTE STRATEGIEUMSETZUNG

„Im Jahr 2015 haben wir die Schallmauer von 100 Millionen Euro Umsatz als Lasersystemhersteller im Hochtechnologiebereich durchbrochen. Dieses Ziel haben wir uns bereits 2008 als Vision gesetzt. Der laufende Ausbau unseres Technologievor-

sprungs und die konsequente Orientierung am Kunden – das sind unsere Erfolgsfaktoren. Ich bin stolz, dass wir das gesetzte



Geschäftsführer Dr. Andreas Penz

Ziel durch eine konsequente Strategieumsetzung erreicht haben“, erläutert Geschäftsführer Dr. Andreas Penz. Besonders stark entwickelt haben sich 2015 die Geschäfte in Kernmärkten wie Deutschland und USA. „Die Aussichten in diesen Exportmärkten sind auch in der Zukunft sehr positiv. Mittelfristig liegt eine besonders große Wachstumserwartung im asiatischen Markt“, ergänzt Penz.

### WEITER AUF WACHSTUMSKURS

Trotec beschäftigt mehr als 450 Mitarbeiter und verfügt über Produktionsstandorte in Österreich, Deutschland und den USA. Das Werk in China befindet sich derzeit im Aufbau. Der Laserhersteller zeichnet sich durch den weltweiten Direktvertrieb in Kernmärkten und die Schulung der Außendienstmitarbeiter durch die hauseigene Academy aus. Mit 16 Vertriebstöchtern ist Trotec international aufgestellt. Der Wachstumstrend hält mit einem Durchschnittswachstum von 24 Prozent über die letzten 15 Jahre kontinuierlich an, so die Angaben des Unternehmens. „Der Einstieg in neue Produktbereiche wie beispielsweise die Eigenproduktion von Gravurmateriale durch den Zukauf von ‚Innovative Laminations Company‘ im Jahr 2015 oder der Aufbau der neuen Sparte Großformat-Plotter, lassen diese Entwicklung nicht abbrechen“, bekräftigt Dr. Andreas Penz. Trotec hat sich bereits ein neues Ziel gesetzt: „Als der erste Ansprechpartner für Laserkunden weltweit wird das Unternehmen auch weiterhin am Wachstumskurs festhalten.“

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





# Find new **Clients** on polish market!



**FestiwalMarketingu.pl**

**September 7-8<sup>th</sup>, 2016**  
**Warsaw, POLAND**

Order booth or ask for more information:  
 Katarzyna Lipska | + 48 32 206 76 77 | k.lipska@oohmagazine.pl



## CLEANSMANN

# IMAGEKAMPAGNE MIT PFIFF

Die EM 2016 wirft in ganz Europa ihre Schatten voraus. Solche Sportevents sind immer auch Highlights für die Werbe- und Sportbusiness-Branche. Auch die Werbeartikelwirtschaft stellt sich mit vielen werbestarken Produkten auf den Spitzensport ein. Am Beispiel des Projekts „CLEANSMANN“ zur FIFA WM 2006 von graf.Kommunikation zeigen wir auf, wie intelligent und kreativ sich Werbeartikel-Agenturen in übergeordnete Konzepte einbringen. Eine Fallstudie, die inspirieren kann.

**D**ie Vorfreude auf EM 2016 lässt die Erinnerung an die FIFA WM 2006 in Deutschland aufkommen: Millionen begeisterte Fans waren dabei, die Straßen wurden zu Partymeilen, die Stadien zu Schauplätzen großer Emotionen. Events dieser Größenordnung stellen immense Anforderungen an die Organisatoren. Die Beseitigung der Müllberge fordert von den Entsorgern Höchstleistungen. Dortmund, wo sechs WM-Spiele ausgetragen wurden, hat aus der Not eine Tugend gemacht und das Thema Entsorgung zu einer Imagekampagne entwickelt.

### UMWELTASPEKT AUFGEGRIFFEN

Im FIFA-Pflichtenheft, das die Anforderungen an die Stadien festlegt, war Umweltschutz als eines der zehn Kriterien für die Auswahl der WM-Stadien definiert. Dazu gehörten unter anderem Umweltziele und -management, Energie, Verkehr und Abfallmanagement. Dortmund nahm das grüne Argument als erste Stadt in die WM-Planung auf. Die EDG Entsorgung Dortmund GmbH nutzte das Thema, um sich während der WM in der Öffentlichkeit verstärkt zu präsentieren. Kommunikationsziel

war, den WM-Gastgeber Dortmund als saubere, attraktive Stadt zu positionieren: Die Kampagne CLEANSMANN entstand. Das Wortspiel bezieht sich auf den damaligen deutschen Bundestrainer Jürgen Klinsmann und die EDG, die die WM-Stadt nach den Spielen wieder sauber (clean) machte. Zu den Maßnahmen der CLEANSMANN-Kampagne gehörten unter anderem die einheitliche Arbeitskleidung der EDG-Mitarbeiter, die einheitliche Beschriftung von Abfalltonnen und Sortierinseln sowie die Gestaltung von Fahrzeugen, Werbetafeln

und City-Lights. Zielgruppen waren Bürger, Multiplikatoren, Politik und Medien. Soviel zum Background.

**SHIRTS UND POLOS FÜR  
ENTSORGUNGSPERSONAL**

Nun kommt die Agentur graf. Kommunikation ins Spiel. „Wir haben als Teil der Arbeitskleidung der EDG-Mitarbeiter spezielle Shirts und Polos entwickelt, die wie ein echtes Mannschaftstrikot aussehen. Das war eine interessante, aber nicht ganz einfache Aufgabe, denn wir mussten viele Details beachten und umsetzen“, erklärt Agenturchef Mikel Graf. Das Besondere an den Trikots: In die Gestaltung sind die



In ihren auffälligen Trikots waren die Cleansmänner immer mittendrin im Geschehen.

typischen Elemente eines Profi-Trikots eingeflossen, gleichzeitig mussten die Shirts aber auch als sichere, strapazierfähige Arbeitskleidung tauglich sein. Schöner Zufall, dass man mit den gelb-grünen Shirts (gelb und grün zählen zu den Hausfarben der EDG) sofort die große Fußballnation Brasilien assoziiert.

**VIEL POSITIVE RESONANZ  
GROSSE IMAGEWIRKUNG**

Die Shirt-Neuentwicklung zeichnet sich durch viele markante Merkmale aus: „Das EDG-Logo ist, wie bei Sponsoren-Logos üblich, vorne auf der Brust platziert. Zudem hat das Shirt die Rückennummer 9 eines Mittelstürmers, dazu kommen sechs Mal

die Eins, was zusammen die Servicenummer der EDG ergibt. Das offizielle FIFA-Logo durfte auf dem Trikot verwendet werden, jedoch nur unter Berücksichtigung strenger Regularien. Die Wortmarke EDG ist als kleines Stickmotiv im Nackenbereich platziert – ganz wie bei echten Trikots üblich. Gekrönt wurde die Gestaltung vom Schriftzug CLEANSMANN an der Stelle, wo normalerweise der Spielernamen steht. Jeder EDG-Mitarbeiter vor Ort war also ein CLEANSMANN, der mitten im WM-Geschehen stand und eine unverzichtbare Funktion hatte“, erklärt uns Mikel Graf. Die Shirts mit ihrer geschickten Kombination der verschiedenen Elemente sorgen für Aufmerksamkeit und



**GRAF. KOMMUNIKATION**

Die Agentur für Werbeartikel und Marketing-Tools entwickelt mit viel Fantasie und Kreativität Werbeartikel, die der gewachsenen Identität von Unternehmen zusätzliche Konturen verleihen. Seit über 20 Jahren arbeiten Inhaber Mikel Graf und sein Team für namhafte Kunden wie Bose, Licher, Erdgas, den Blutspendedienst des Deutschen Roten Kreuzes sowie weitere bekannte Hilfsorganisationen.

[www.graf-kommunikation.de](http://www.graf-kommunikation.de)

**Agenturchef  
Mikel Graf  
entwickelte  
T-Shirts, Polos,  
Bälle und andere  
Werbemittel der  
erfolgreichen  
EDG-Kampagne  
zur WM 2006.**



positiv wirkende Assoziationen, es werden Botschaften transportiert und sogar Informationen vermittelt – sie sind also perfekte Werbeträger. Dass die Hemden aus einem speziellen Mischgewebe bestehen und zusätzliche Sicherheitsstreifen haben, macht sie zur identitätsfördernden, alltagstauglichen Arbeitskleidung, die auch gerne getragen wurde. Den Reinigungskräften der EDG gefielen die Trikots auf Anhieb sehr gut. Laut Mikel Graf sieht man in Dortmund heute noch Müllwerker, die sich nicht von ihrem Trikot trennen können, denn die WM ist vielen in guter Erinnerung geblieben: Sie wurden in ihren pfiffigen Trikots sehr freundlich behandelt und ernteten viel Anerkennung für ihre Arbeit. Viele Bürger und Unternehmen bedankten sich bei der EDG für den Einsatz ihrer Reinigungskräfte.

**EIN ÜBERWÄLTIGENDER ERFOLG**

Das CLEANSMANN-Konzept war also ein überwältigender Erfolg: Es gab viel positives Feedback von Fans, Anwohnern und Geschäften sowie große Resonanz in regionalen und überregionalen Medien, auch im Fernsehen. Sogar ein Pressebericht aus Rio de Janeiro lobte die Idee. Uns gefällt die Kampagne sehr, denn die Idee stimmt und das Konzept ist hervorragend umgesetzt. Zusätzlich zu den Shirts entwickelte Graf weitere Werbemittel, darunter schwarz/gelbe Fußbälle in Carbon-Optik in Sonderanfertigung. Zusätzlich kreierte die EDG eine CD mit gesammelten Fotos und Pressemitteilungen als Dankeschön für die Mitarbeiter. graf. Kommunikation war von Anfang an in die Kampagne mit eingebunden und hat maßgeblich zu deren Erfolg beigetragen.





Christian Hauptfleisch und Tullio Coveli (re.)

**CHRISTIAN HAUPTFLEISCH**

**„ES GAB NIE EINEN ANDEREN WEG“**

Christian Hauptfleisch ist einer der Unternehmer, die in ihrem Beruf aufgehen. Und wie alle, die sich mit ihrem Job identifizieren, ist er richtig gut darin. Dass er mit Werbepräsente Hauptfleisch ein solide geführtes Familienunternehmen übernehmen und weiterentwickeln konnte, würdigt er als historische Chance, die er ohne Zögern ergriff. Ein umtriebiger, kommunikationsstarker Firmenchef mit klarem Konzept und ehrgeizigen Zielen.

**W**ir treffen Christian Hauptfleisch am Firmensitz im nordöstlichen Karlsruhe. Seriös, verbindlich, kommunikationsstark und kompetent – ein Unternehmer, der seinen hohen Anspruch an die Branche auch selbst verkörpert. „Wir sind eine seriöse Branche und müssen das auch nach außen zeigen. Billige Massenware, minderwertige Produkte, schludriger Auftritt – das alles ist kontraproduktiv. Es ist unsere Aufgabe, den Kunden so zu beraten, dass er auch bei kleinerem Budget funktionierende und passende

Produkte einsetzt“, erklärt Hauptfleisch, dem viel daran liegt, das Image der Branche aufzuwerten.

**STÄNDIGE EXPANSION**

Das 1982 erworbene Gelände mit Bürogebäuden und dem erst 2013 fertiggestellten Hochregallager mit erweiterter Kommissionierfläche liegt zentrumsnah und dennoch ausgesprochen verkehrsgünstig, wenige Minuten von der Autobahn entfernt. Auch das ehemalige Wohnhaus der Familie musste dem Hochregallager wei-

chen. Sogar die erst vor zwei Jahren neu konzipierte LKW-Einfahrt soll demnächst nochmals verändert werden, um die Warenannahme zu vereinfachen. Expansion ist bei dem eingesessenen Full-Service-Dienstleister also ein Thema, das sich mit der stetigen Weiterentwicklung der Firma immer wieder aufs Neue ergibt.

**FULL-SERVICE-DIENSTLEISTER DER ERSTEN STUNDE**

Ein kurzer Exkurs in die Geschichte führt uns zurück zur Gründung des Familienun-

ternehmens als Geschenkartikelgroßhandlung und Einzelhandelsgeschäft in der Karlsruher City im Jahr 1948. Wolf R. Hauptfleisch trat 1973 als Prokurist in das Unternehmen ein, das er 1979 übernahm. Bereits in den Siebzigern zeichnete sich die Entwicklung des Angebots vom reinen Geschenk hin zum gebrandeten Produkt ab. Schon früh wurden manche Artikel zu Werbezwecken geprägt, bedruckt und sogar versendet. Die Weichen für den späteren Full-Service wurden bereits gestellt. Dass man schon damals weiter dachte, zeigt die frühe Mitgliedschaft beim PSI (1969), der das Unternehmen viele Lieferanten-Kontakte verdankt. „Mein Vater hat die Firma professionalisiert und Kundenberatung ausgebaut. Dabei wurde er tatkräftig unterstützt von meiner Mutter, die auch an der Kommunikation mit den Lieferanten großen Anteil hatte. Mein Vater ist ein echtes Verkäufertalent, dem Verkaufen viel Spaß gemacht hat. So ist es ihm schon im ersten Jahr gelungen, die Umsätze zu verdoppeln“, erzählt der Sohn, der von seinem Vater viel gelernt hat. Dass er ihn sehr schätzt, offenbart sich in seinem Bericht über die früheren Zeiten, als sein Vater noch voll im Geschäft war. „Mein Vater war mit Leib und Seele Verkäufer, ein Naturtalent und echter Entertainer, der zu vielen Produkten Geschichten erzählen konnte, die seine Kunden begeisterten. Vertrauen aufzubauen und Kunden zu binden war seine große Stärke“, erzählt Christian Hauptfleisch.

#### BEGEISTERUNG FÜR DIE SACHE

Ein großes Vorbild also, das auch sein eigenes Berufsverständnis geprägt und Maßstäbe gesetzt hat. Wie viele Unternehmerkinder war er ein Stück weit in der Firma zu Hause. Er ist mit den Produkten aufgewachsen, sie haben in seinem Leben schon immer eine Rolle gespielt, denn sie waren immer da, immer im Blickfeld. Man spürt diese enge Beziehung, diese Begeisterung für die Sache, als er uns eine neue Werbeidee für ein Energieunternehmen am frisch eingetroffenen Prototyp erklärt: ein Notizbuch und eine Werbebotschaft in einer eigens hierfür angefertigten Verpackung, die später noch bedruckt wird. Sofort wird das

Ganze begutachtet, ausprobiert. Der Karton passt, alles stimmt, er ist zufrieden – ein weiteres schönes Projekt ist entstanden: alles aus einer Hand, kreativ und professionell umgesetzt. Hier spart er nicht an Lob für die Lieferanten und sein Team: „Komplexere Produkte kann man nur mit guten Partnern realisieren. Denn wenn ein Kunde zögert und ein Projekt ins Stocken kommt, dann verlangt man dem Lieferanten zwangsläufig große Flexibilität ab. Auch wir müssen dann kurzfristig reagieren und zum Beispiel auch mal am Wochenende mit der ganzen Belegschaft konfektionieren. Aber da kann ich auf ein eingespieltes Team zählen, das sich auch einmal außer der Reihe engagiert.“

#### HOHER ANSPRUCH

Wer eine solch leidenschaftliche Beziehung zu seinem Beruf hat, der hätte sich kaum einen anderen vorstellen können. „Für mich gab es nie einen anderen Weg. Ich bin dankbar dafür, dass ich diese Chance bekommen habe, und ich freue mich, dass ich das Unternehmen weiterführen und voranbringen kann“, so sein ehrliches und sehr sympathisches Bekenntnis. Also arbeitete er schon früh gezielt auf seine Zukunft hin. An eine kaufmännische Ausbildung schloss sich ein BWL-Studium mit Schwerpunkt Marketing/Kommunikation an. Anschließend sammelte er Erfahrung in einer Agentur und trat 2000 ins Unternehmen ein. Als sich Wolf R. Hauptfleisch 2010 aus dem Geschäft zurückzog, übernahm Christian Hauptfleisch die Geschäftsführung, die er sich zuvor schon einige Zeit mit seinem Vater geteilt hatte. Inzwischen hat er seinen eigenen Stil gefunden, dem hohen Anspruch an Professionalität, solide Unternehmensführung ist er dabei treu geblieben.

#### KUNDENNUTZEN IM VORDERGRUND

Sehr eng und fruchtbar ist die Zusammenarbeit mit Vertriebschef und Prokurist Tullio Coveli, der seit 1995 zum Unternehmen und schon lange als Schwager auch zur Familie gehört. Sabine Coveli verantwortet Rechnungswesen und Buchhaltung und folgt damit ihrer Mutter Marita Hauptfleisch nach, die diesen Aufgabenbereich viele Jahre gewissenhaft betreute. Für die ganze



Familie gehören Werbeartikel einfach zum Leben dazu. Interessant war das Gespräch, das sich mit dem Vertriebsstrategen Coveli entwickelt hatte: „Wir bekommen viele Neukunden auf Empfehlung, denn wir sind recht bekannt in der Region. Da hat man natürlich einen Vertrauensvorsprung. Aber wir gehen auch aktiv auf einen potenziellen Kunden zu, etwa mit einer eigens für ihn konzipierten Werbe-Idee, um zu zeigen, was wir können und um ihm damit im Gedächtnis zu bleiben. In jedem Fall ist uns ein zufriedener Kunde wichtig, unabhängig von der Größe seiner Firma. Im Vordergrund steht die Dienstleistung für den Kunden und der Nutzen der Produkte und Aktionen für dessen Geschäft.“ Auch deshalb legt man sich nicht auf bestimmte Branchen fest, sondern bleibt flexibel und minimiert so das Risiko einseitiger Abhängigkeiten.

#### MARKT HAT SICH VERÄNDERT

Um den Kunden optimal zu bedienen, investiert Hauptfleisch regelmäßig in sein Unternehmen, in Infrastruktur, Mitarbeiter oder auch Marketing. Am Standort selbst gibt es neben dem Showroom natürlich ein Lager, Räumlichkeiten für Konfektionierung und Verpackung sowie eine Veredelungsabteilung. So können Muster erstellt sowie kleinere und mittlere Aufträge unkompliziert vor Ort abgewickelt werden, zumal das Personal sehr flexibel eingesetzt

# CHRISTIAN HAUPT- FLEISCH IN PERSON

## Was war heute Morgen Ihr erster Gedanke?

Welchen Termin habe ich heute?

## Wann war Ihr Tag ein guter Tag?

Wenn ich abends mit meiner Familie in die Zukunft schaue.

## Was bringt Sie in Hochstimmung?

Wenn ich gebraucht werde.

## Und was bringt Sie auf die Palme?

Wenn nicht offen mit mir umgegangen wird.

## Was verzeihen Sie sich am ehesten?

Spät aufzustehen.

## Wie können Sie die Zeit vergessen?

Im Wildparkstadion, Reihe 18, oder auf dem Rennrad.

## Vier Wochen Zwangsurlaub.

### Wohin geht's?

Italien – rund um den Gardasee. Das ist wie ein zweites Zuhause.

## Wofür geben Sie gern Geld aus?

Für Essen und Wein, gerne auch für ein Geschenk.

## Lassen Sie sich von Werbung verführen?

Unbedingt, besonders wenn die Gestaltung ansprechend ist.

## Wann ist ein Werbeartikel ein guter Werbeartikel?

Wenn er zum richtigen Zeitpunkt Nutzen stiftet.

## Der beste, den Sie je bekommen haben?

Ein Kugelschreiber von einer Kundin – danach habe ich sie geheiratet.

## Was nervt Sie im Zusammenhang mit einem Werbeartikel?

Wenn er immer noch auf Geschenk reduziert wird und seine hohe Wirksamkeit und Genauigkeit bei Zielgruppen unterschätzt wird.



werden kann. Deutschlandweit wird mit dem eigenen Transporter auch selbst ausgeliefert. Das ist Full Service im wahrsten Wortsinne. „Das Thema Full Service ist in dem Maße wichtiger geworden, in dem das reine Geschenk (meist zum Jahresende) an Bedeutung verloren hat“, sinniert Christian Hauptfleisch. „Stattdessen gibt es zunehmend ganzjährig Bedarf an Produkten zu verschiedenen Anlässen, vieles wird nur im Rahmen von Aktionen für Werbung und Verkaufsförderung eingesetzt. Für die ganzjährige Versorgung des Kunden mit Werbeartikeln braucht es also Lagerhaltung, Logistik und Versand. Auch die individuellen Shops, die wir für Kunden realisieren, sind in diesem Zusammenhang zu sehen.“ So einfach und überschaubar wie das Geschäft früher war, ist es also schon lange nicht mehr. Hierzu eine schöne Geschichte: „Früher haben Kunden im Herbst bei meinem Vater angerufen nach dem Motto ‘Es ist wieder soweit!’. Dann kam der Chef persönlich und hat für seine Kunden und Mitarbeiter die Artikel ausgesucht. Nach drei Stunden war alles erledigt und beide Seiten hatten dabei viel Spaß gehabt.“ Das ist aus heutiger Sicht kaum noch vorstellbar.

### BERATUNG ALS HERAUSFORDERUNG

Der Showroom ist heute eher ein Schaufenster, eine Inspirationsquelle und Ideenfindungs-Hilfe. Undenkbar, dass Kunden im Showroom sozusagen direkt einkaufen. In der Regel steht das offene Gespräch am Anfang einer Kundenbeziehung. Dabei haben es Christian Hauptfleisch und Tullio Coveli lieber, wenn der Kunde möglichst unvoreingenommen ist und nicht auf seinem subjektiven Geschmack beharrt oder auf etwas fixiert ist. Denn ein Werbeartikel ist kein Consumer-Produkt, es muss nicht unbedingt gefallen, sondern zur Aufgabenstellung passen und eine Botschaft vermitteln. Die Kunst des Beraters auf dem Weg zum richtigen Produkt besteht unter anderem darin, den Kunden kennenzulernen und ihn zur aktiven Mitarbeit zu motivieren. Nur so bekommt er die Informationen, die er für die Wahl des Produktes braucht. „Beim Kunden ein Bedürfnis zu wecken, ihm eine Lösung zu bieten und ihn zufriedenzustellen ist für mich Aufgabe und Herausforderung zugleich. Eine schöne Aufgabe, die mir viel Freude macht“, bringt Hauptfleisch seine Arbeit auf den Punkt.

### LIEFERANT UND HÄNDLER ALS TEAM

Der Werbeartikel-Fachmann hat heute ein völlig anderes Gegenüber, selten sind es Geschäftsführer, sondern eher Marketingleute oder Einkäufer. Deshalb sieht sich Hauptfleisch heute vor allem als Berater für individuelle Werbeprodukte. Nicht nur die Beratung, auch die Umsetzung von Projekten ist langwieriger und komplizierter geworden, nicht zuletzt durch die klaren Forderungen nach Qualität und Sicherheit. Umso wichtiger ist die Unterstützung durch die Lieferanten geworden. Lieferant und Händler – das ist für Hauptfleisch ein funktionierendes Team mit erprobter Arbeitsteilung. Der Kontakt zum Kunden und seine Bindung an ein Produkt sind dabei der wichtige Part des Händlers. „Die Branche muss auf kompetente Händler bauen, um die Wertigkeit des Werbeartikels in Szene zu setzen“, so sein Fazit.





# Der PSI Business Performance Index

## das Benchmarking Tool für Händler



**Wie wettbewerbsfähig sind Sie?** Was macht Ihr Unternehmen gut, was machen andere Unternehmer vielleicht besser?

Der direkte **Vergleich mit Ihren Wettbewerbern** und ein Überblick über die Wirtschaftslage helfen Ihnen, erfolgreich im Wettbewerb anzutreten. Um einen entsprechenden Vergleich in der Werbeartikelwirtschaft ermöglichen zu können wurde im Januar 2016 in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsunternehmen Techconsult der **PSI Business Performance Index** aufgesetzt.

Das Instrument der Wettbewerbsanalyse hilft Unternehmen festzustellen, in welchen Prozessen Unterschiede, Leistungslücken und Verbesserungsmöglichkeiten bestehen.

Die Datenbank des PSI Business Performance Index wird zurzeit durch Umfragen in der Werbeartikelbranche mit echten Daten aus dem Markt gefüllt. Das Vergleichsverfahren mit dem Sie sich dann selber messen können, wird Anfang 2017 beginnen.

Ihr Nutzen: Sie erkennen bereits beim Durchlaufen der Befragung Ihre Stärken und Schwachstellen, oder bisher weniger beachtete Aspekte der Prozesse in Ihrem Unternehmen. Betrachten Sie die Befragung als eine Art „Laufzettel“ durch alle Ebenen Ihres Unternehmens und **lernen Sie Ihre eigenen Abläufe aus einer neuen Perspektive kennen.**

**Mehr Informationen:**  
[www.psi-network.de/businessperformanceindex](http://www.psi-network.de/businessperformanceindex)

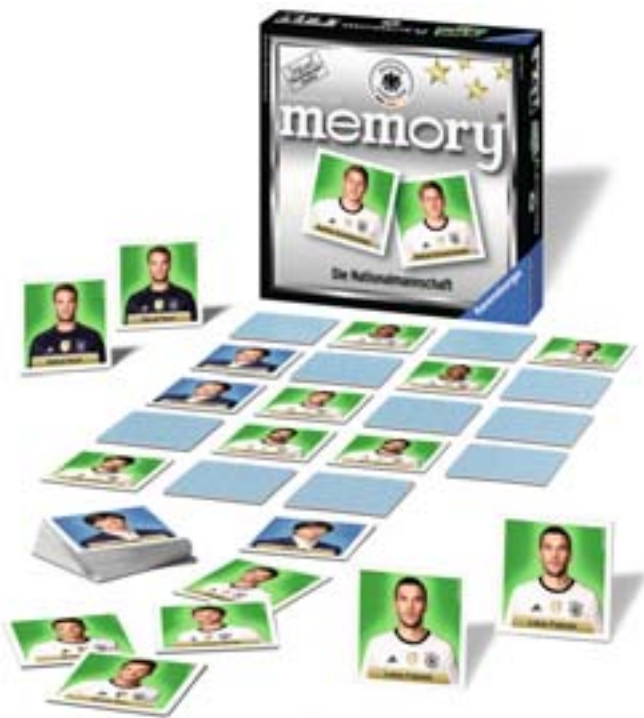
**JETZT  
TEILNEHMEN!**

# WERBEARTIKEL-INNOVATIONEN

## FUSSBALLFIEBER MIT RAVENSBURGER

**W**enn Außenspiegel wieder Überzieher in Schwarz-Rot-Gold bekommen, Wangen in den Deutschland-Farben bemalt sind und sich alle zum Public Viewing treffen, rollt wieder der Ball. In Frankreich treffen sich die Nationalteams zur Endrunde der 15. Fußball-EM. Bis zum Finale konkurrieren erstmals 24 Mannschaften um die begehrte EM-Trophäe. Der amtierende Weltmeister Deutschland zählt natürlich zum Favoritenkreis. Da ist Anfeuern und Mitfiebern angesagt. Mit fünf Ravensburger Spielen, Puzzles und EM-Fanbändern zum Selbstknüpfen können sich Fußball-Fans das richtige EM-Feeling und die Nationalmannschaft nach Hause holen. Die Fußball-EM Fan-Bänder sind Freundschaftsbändchen in Schwarz, Rot und Gelb und können ganz einfach selbst geknüpft werden – ob als Fan-Accessoire oder Glücksbringer für Freunde und Familie. Das praktische Knüpfboard hilft beim Befestigen des Garns. „Die Nationalmannschaft 2016“ versammelt die beliebtesten Spieler-Stars zu einem spannenden memory Match. Außerdem bietet Ravensburger zum Thema die Puzzles „Europameisterschaft 2016“ (mit 300 und 1.000 Teilen) und das 3D Puzzle-Ball „DFB Nationalmannschaft“ und ein Fan-Ball-Puzzle mit den beliebtesten Spielern und deren Autogrammen.

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



## PRAKTISCH, VIELSEITIG – UND MIT FARBSCHNITT

**D**ie beliebten Kombi-Sets Paris und Brüssel von Geiger-Notes gibt es jetzt auch in einer Color-Version mit farbigen Kanten. Die Kombi-Sets Brüssel Color und Paris Color punkten mit farbigen Kanten der Haftnotiz-Blocks. Erhältlich sind die beiden Kombi-Sets im individuell bedruckten Bookcover-Einband in zwei Versionen: der Version Color Classic mit weißen Haftnotizen und Farbschnitt in Gelb, Grün, Orange, Mittelblau, Rot und Schwarz und der Version Color Individuell mit individuell bedruckten Haftnotizen und Farbschnitt in Wunschfarbe.

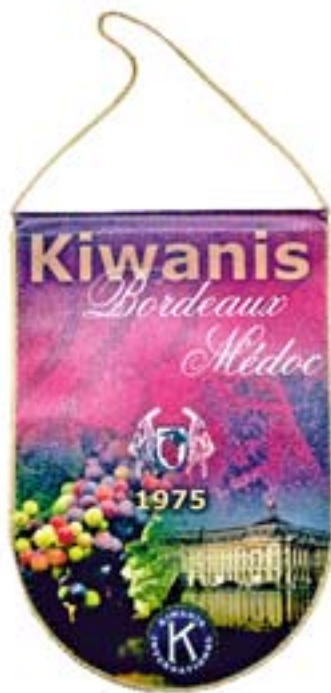
PSI 41615 • Geiger-Notes AG • Tel +49 6134 1880  
info@geiger-notes.ag • www.geiger-notes.ag



## SCHNEIDIGES ALLZWECKWERKZEUG

**W**er kennt das nicht: Besonders in der Küche fehlt immer das passende Werkzeug. Unter der erfolgreichen Marke Finny stellt Kretzer Scheren Solingen eine formschöne Multi-Funktions-Küchenschere her. Die Schere kombiniert Blumen-, Geflügel-, Draht-, Küchenschere, Flaschenöffner und Drehverschlussöffner zu einem echten Allzweckwerkzeug für die Küche. Qualität, 100 Prozent made in Germany. Die optimale Verbindung aus Ergonomie und Funktionalität, eingebettet in ein aufregendes, ungewöhnliches Design, steht bei dieser bewährten Kretzer-Finny-Schere im Vordergrund. Die Schere passt in jeden handelsüblichen Messerblock und eignet sich wunderbar als Werbeartikel.

PSI 49555 • Kretzer Scheren GmbH • Tel +49 212 26235-0  
 info@kretzer.de • www.kretzer.de



## INDIVIDUELL FLAGGE ZEIGEN

**M**ediaconcept aus Rumänien exportiert jedes Jahr mehr als 200.000 Wimpel europaweit. Das Besondere an den Wimpeln: Sie sind wahlweise auf einer oder beiden Seiten in Vollfarbe bedruckbar. Die Größen sind variabel, angefangen bei 18 x 27 Zentimetern. Dank unterschiedlicher Stoffe und Druckverfahren kann Mediaconcept wasserfeste Wimpel fertigen, die bei Feuchtigkeit nicht knittern und UV-abweisend sind. Die Wimpel haben unterschiedliche Einfassungen: Fransen oder Kordel. Mediaconcept ist zertifiziert nach ISO 9001 and ISO 2001.

PSI 49013 • Promo Impact Media SRL • Tel +40 251 446067  
 mconceptcraiova@gmail.com • www.media-concept.ro

-Anzeige-

## FOOD SHAPING PRODUKTE FÜR SOMMER UND WINTER

**Cookie Cutter**  
 WE SHAPE THE WORLD!

Individuelle Ausstechformen mit zahlreichen Branding- und Verpackungsmöglichkeiten

**On-Packs  
 Werbegeschenke  
 Weihnachtspräsente**

Cookie Stempel

Eiswürfelformen    BBQ Stempel    Kaffeeschablonen    Logopffannen

Weitere Produkte und Konfigurator unter  
[www.cookiecutter.de](http://www.cookiecutter.de)

[www.my-cookiecutter.com](http://www.my-cookiecutter.com)

ASSCA GmbH  
 Heinrich-Hertz-Str. 28  
 78052 Villingen-Schwenningen

Tel.: +49 (0) 7721 6809150  
 Fax: +49 (0) 7721 6809159  
 Email: info@cookiecutter.de



## DER PERFEKTE DURSTLÖSCHER

In individuell bedruckten Briefchen verpackt bietet die Firma AS eine Vielzahl von verschiedenen Sommertees an. Der fein-fruchtige Geschmack des Tees schenkt Vitalität und Lebenskraft und ist der ideale Durstlöcher im Sommer. Ob auf der Terrasse, nach dem Sport oder einem schönen Spaziergang – der erfrischende Tee schmeckt immer. Es stehen verschiedene Teesorten in einzeln aromaversiegelten Teebeuteln zur Verfügung. Natürlich gibt es auch Sorten in Bioqualität. Die Briefchen werden nach Kundenwunsch individuell bedruckt. Auch hier steht neben der Hochglanz-Version Ökokarton zur Verfügung. Weitere Informationen und Muster sind auf Anfrage erhältlich.

PSI 42676 • AS Advertising Support Werbeträger Vertriebs GmbH • Tel +49 4104 9198356  
info@as-advertising.de • www.as-advertising.de

## UNVERZICHTBARER ALLESKÖNNER

Ein „Dry ALL-IN ONE“-Lochmarker zum Anzeichnen, Markieren, Beschriften und Kennzeichnen auf nahezu allen Oberflächen. Dieses unverzichtbare „Werkzeug“ für jeden Handwerker bietet Hauser jetzt ganz aktuell. Komplettiert wird dieses Werkzeug durch einen herausfallsicheren und grifffreundlichen ABS-Köcher mit Halteclip und integriertem Spitzer. Der „Dry ALL-IN ONE“-Lochmarker ist nachfüllbar mit einer 2,8 Millimeter Graphitmine (2B) mit Minenautomatik.

PSI 47570 • HAUSER GmbH • Tel +49 911 95649611  
info@hauser-writing.com • www.hauser-writing.com



## KLASSIK TRIFFT KREATIVITÄT

Wer kennt sie nicht, die kleinen runden Schokolinsen in kunterbunten Farben? Der Klassiker unter den süßen Naschereien und einfach passend zu jedem Anlass! Das Besondere an den farbenfrohen My M&Ms: Sie tragen individuelle Logos, Bilder und Werbebotschaften. Das gut zehn Gramm schwere My M&Ms-Tütchen im Format 100 x 44 Millimeter kann mit bis zu 3 verschiedenfarbigen Linsen gefüllt werden.

PSI 42706 • Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG • Tel +49 7643 8010  
info@ksw24.com • www.ksw24.com





## WERBUNG MIT PLAN

**O**der am Puls der Zeit. Auch wenn die Welt immer digitaler wird, ist ein Trend zur Schreibkultur festzustellen. Ein moderner Terminkalender, mit klarer Typografie zur Planung und Freiraum für Notizen ist eine ideale Ergänzung zum Smartphone. Durch kreative Veredelungstechniken und Einbandmaterialien werden die Kalender Ausdruck einer persönlichen Stilnote. Lediberg bietet viele Modelle, Formate und Farbkombinationen für die perfekte Werbebotschaft. Mit dem Tuscon Covermaterial lassen sich hervorragend Blindprägungen umsetzen, weitere Optionen sind Farbfolienprägung, Gel Domings, 3D-Silikondruck, Werbeseiten im Inhalt oder zum Anlass passend die individuelle Banderole. Bei der Umsetzung ist Lediberg Problemlöser und Ideengeber.

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

## „GRÜN“ STEMPELN

**H**eri-Rigoni bietet die Produkte der Printer Serie ab sofort CO<sub>2</sub>-neutral an. Diese wurden nach ISO 14044 zertifiziert. Außerdem punkten die Printer-Produkte durch Qualität, eine XXL-Werbefläche und modernes Design. Neben der Serie Standard wird die Printer Serie auch als Recycling Version unter dem Namen Greenline angeboten, ebenfalls CO<sub>2</sub>-neutral. Die bereits signifikant reduzierten, jedoch unvermeidbaren CO<sub>2</sub> Emissionen sind durch Investitionen in Klimaschutzprojekte kompensiert (Gold Standard Projekte), basierend auf der Systemgrenze „cradle to gate“. Geliefert werden die Stempelgehäuse mit individuellen Namens- und Adresstempeln, gleichbleibenden Dosierstempeln für die Arztpraxis und mit dem geschützten Inkognito-Stempel, bei dem wichtige und sensible Informationen auf Dokumenten, Briefen und sonstigen Schriftstücken völlig unkenntlich überstempelt werden können. Das spart Ressourcen, dient dem nachhaltigen Umweltschutz und ist äußerst wirtschaftlich.

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



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

**CORPORATE FASHION**  
by **ALTA SETA®**  
ALTA SETA GmbH & Co. KG TEL: +49 (0)5031 / 70 36-0 www.alta-seta.de

PSI No. 45461 www.alta-seta.de

WEIHNACHTSARTIKEL / PROMOTIONAL PRODUCT FOR CHRISTMAS

**HERKA** frottier  
Wir weben Vielfalt Weaving diversity  
100% made in  
Seit 1927 herka-frottier.at

PSI No. 46235 www.herka-frottier.at

**CLIQUE** ALL YOU NEED IS CLIQUE®  
**BASIC**  
Exklusiv erhältlich bei *NewWave*  
www.newwave-germany.de

PSI No. 44367 www.newwave-germany.de

BAUMWOLLTASCHEN / COTTON BAGS

**STUTZ & FISCHER GMBH**  
• Baumwolltaschen  
• Non-Woven-Taschen  
• Schürzen  
• BW-Beutel  
• Kordelzugbeutel  
• BW-Rucksack  
**Fischer-Import GmbH**  
Tel.: 095 71-947 90 47  
Fax: 095 71-947 90 48  
verkauf@fischer-import.de  
www.stutz-fischer-gmbh.de  
Alte Coburger Str. 13 · 96215 Lichtenfels  
WERBEARTIKEL  
Fördern Sie bitte den Hauptkatalog an!

PSI No. 42320 www.fischer-import.de

**Fifty Five** OUTDOORBESKLEIDUNG  
*Premium Promotion & Corporate Fashion*  
Damen Urban & Freizeitjacke "Lake Nipigon"  
Fifty Five OHG  
Unterm Wasser 17  
57250 Netphen  
Tel: 02738-30540  
Mail: info@fiftyfive.eu  
Shop: www.fiftyfive.eu  
Sofortlager - Corporate Design  
Fullfillment - 24H Bestellservice

PSI No. 49354 www.fiftyfive.eu

BUTTONS / BADGES

**badge4u**  
We badge your image  
Round badges Different shape badges Any shape badges Different backside of badges  
CALL AND ORDER FREE SAMPLE | www.badge4u.eu | +48 501 301 715 | +48 32 616 55 72 | info@badge4u.eu

PSI No. 47411 www.badge4u.eu

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk PSI Supplier Finder 1/2016 oder online in unserem PSI Product Finder  
www.psiproductfinder.de

**SCHREIBGERÄTE / WRITING UTENSILS**

**P.COLLECTION**  
Fabrik für Schreibgeräte

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

PSI No. 42809

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

UNSER BEITRAG ZUR  
**EM 2016**

**HAUFF**  
Schreibgeräte GmbH

Karlsruher Straße 31, D-78467 Konstanz  
Fon: +49 (0)7531 457 178 0  
contacts@hauff-gmbh.de, www.hauff-gmbh.de

PSI No. 47160

[www.hauff-gmbh.de](http://www.hauff-gmbh.de)

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk  
PSI Supplier Finder 1/2016 oder online  
in unserem PSI Product Finder  
[www.psiproductfinder.de](http://www.psiproductfinder.de)

**SCHLÜSSELANHÄNGER UND CHIPHALTER /  
KEY FOBs AND TROLLEY COINS**

**Einkaufswagenlöser**  
PSI-Nr. 49467  
.de | .at | .ch

mit gratis Keyfinder-Funktion

**Kontakt: PiNkey AG,**  
Sonneberger Straße 16, D-98744 Oberweißbach  
☎ +49 (0) 3 67 05 - 6 50 00 ✉ info@pinkey.de

**Sonderkonditionen für Eigenwerbung!**

PSI No. 49467

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

**REACH**  
compliant  
Dieser Artikel mit Ihren  
Inhaltsstoffen und  
Lösungsmitteln ist  
REACH-konform

**DER ORIGINAL**  
Trolley

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

PSI No. 46925

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

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk  
PSI Supplier Finder 1/2016 oder online  
in unserem PSI Product Finder  
[www.psiproductfinder.de](http://www.psiproductfinder.de)

**BÜROBEDARF / OFFICE SUPPLIES**

**STOP**  
Datenklau!  
KONTAKTLOS  
LESEN  
SCHREIBEN  
KOPPIEREN  
AUSWEISE

**Document Safe®-  
Schutzhüllen  
gegen  
Datendiebstahl**

Setze auf Sicherheit!

Art-Nr. 3270 800

**VELOFLEX**  
Weitere Schutzhüllen gegen Datendiebstahl finden Sie unter [www.veloflex.de](http://www.veloflex.de)

PSI No. 43385

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

**plastolan.**  
the power of promotion

**Büroartikel  
aus Kunststoff**

Nikolaus-Otto-Straße 4, D-59557 Lippstadt  
Tel. +49(0)2941-9880, Fax +49(0)2941-98822  
[www.plastolan.de](http://www.plastolan.de), info@plastolan.de

PSI No. 45727

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

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk  
PSI Supplier Finder 1/2016 oder online  
in unserem PSI Product Finder  
[www.psiproductfinder.de](http://www.psiproductfinder.de)

WERBE- UND PROMOTIONMATTEN /  
ADVERTISING AND PROMOTION MATS

**BAR-MAT ZUM FEIERN!**

Eine gummibeschichtete Werbematte mit leicht absorbierender Polyester-oberfläche – ideal für Barbereiche. Neugierig? [www.promotion-mats.eu](http://www.promotion-mats.eu)

**KLEEN-TEX**

PSI No.43358

[www.promotions-mats.eu](http://www.promotions-mats.eu)

SONDERANFERTIGUNGEN / CUSTOM MADE ARTICLES

Die Ihnen bekannten Päckchen mit Taschentüchern von IssueTissue®, nun schon ab 500 Stück digital bedruckte Päckchen mit schönen weichen 4-lagigen Taschentüchern.

Erhältlich sowohl in Pocket Pack MINI als auch in CLASSIC!

[www.issue-tissue.com](http://www.issue-tissue.com)

PSI No. 44613

[www.issue-tissue.com](http://www.issue-tissue.com)

KALENDER / CALENDARS

Bildkalender | Organisationskalender | Terminkalender | Notizbücher

**artig notiert.**

Entdecken Sie unsere Neuheiten-Notizbücher!

artig group 1873  
artig kalender & promotion service

Unser Multibook

**Arti Kalender & Promotion Service GmbH**  
Carl-Bertelsmann-Straße 161 K | 33311 Gütersloh | Tel.: +495241 80-88899  
Fax: +495241 80-9525 | [info@arti-group.de](mailto:info@arti-group.de) | [www.arti-group.de](http://www.arti-group.de)

PSI No. 40661

[www.arti-group.de](http://www.arti-group.de)

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk  
PSI Supplier Finder 1/2016 oder online  
in unserem PSI Product Finder  
[www.psiproductfinder.de](http://www.psiproductfinder.de)

Radiergummis in Sonderformen

PSI

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

PSI No. 44294

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

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk  
PSI Supplier Finder 1/2016 oder online  
in unserem PSI Product Finder  
[www.psiproductfinder.de](http://www.psiproductfinder.de)

SPIELWAREN / TOYS

GROSSE WERBEWIRKUNG MIT **HASBRO**-MARKEN

Punkten Sie mit bekannten Spieleklassikern auf Karten

**MONOPOLY DEAL POCKET**

© 2016 Hasbro. All rights reserved.

**ASS**  
ALTENBÜRGER

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

PSI No. 41169

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



**TABLET & SMARTPHONE CASES**

Direkt vom Hersteller

**Brand.it**

**BRANDING TO GO!**  
TABLET & SMARTPHONE CASES WITH CORPORATE BRANDING

www.brand.it

PSI No. 17222

www.brand.it

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk  
PSI Supplier Finder 1/2016 oder online  
in unserem PSI Product Finder  
www.psiproductfinder.de

**TASCHENMESSER / POCKET KNIFE**

**Echt schweizerisch!**

**SWIZA D03**

- Taschenmesser mit 11 Funktionen
- Klinge 75mm, feststellbar
- Schweizer Marke seit 1904
- Hergestellt in der Schweiz

**Herbertz**

DEUTSCHLANDVERTRIEB:  
C. Jul. Herbertz GmbH info@herbertz-solingen.de  
Telefon 0212 206300 www.herbertz-solingen.de

PSI No. 41275

www.cjherbertz.de

**SICHERHEITSMESSER / SAFETY CUTTERS**

HINTERLASSEN SIE EINEN BLEIBENDEN EINDRUCK.

**martor**

ENJOY SAFETY  
MADE IN SOLINGEN

PSI No. 40111

www.martor.com

**MASSBÄNDER / MEASURING TAPES**

**sanaflex®**  
Gesundheitsmaß  
Auf den Zentimeter genau,  
Gewichtskontrolle nach Maß

**hoechstmass®**  
Seit 100 Jahren Maßbänder und Rollbandmaße

**Hoechstmass Balzer GmbH**

Wiesenstraße 13 Telefon 0049 - 61 96/50 05-0 e-mail: info@hoechstmass.com  
D-65843 Sulzbach/Ts. Telefax 0049 - 61 96/50 05 55 www.hoechstmass.com

PSI No. 41118

www.hoechstmass.com

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

PORZELLAN - GLAS - DRUCK

**KÖSSINGER**  
Aktiengesellschaft

DER WERBEARTIKEL-SPEZIALIST

PSI No. 42087

www.koessinger.de

**PSI LOGISTIKPARTNER / PSI LOGISTIC PARTNER**

**ztlv**  
ztlv-logistik.de

**WERBEMITTEL-LOGISTIK MIT KÖPFCHEN**

PSI No. 48535

www.ztlv-logistik.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,-
<b>Rubrik Stellenangebote / Rubric Job Offers</b>			
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

QUALITÄTS- UND SICHERHEITSDIENSTLEISTUNGEN /  
QUALITY AND SECURITY SERVICES



**Valued Quality. Delivered.**

PSI Media Partner

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



PSI Media Partner

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

PUBLIKATIONEN / PUBLICATIONS



PSI Media Partner

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



PSI Media Partner

[www.psi-network.de/mediadaten.de](http://www.psi-network.de/mediadaten.de)



PSI Media Partner

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



PSI Media Partner

[www.textile-network.de](http://www.textile-network.de)

Weitere Lieferanten finden Sie im Nachschlagewerk  
PSI Supplier Finder 1/2016 oder online  
in unserem PSI Product Finder  
[www.psiproductfinder.de](http://www.psiproductfinder.de)

## STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS



## Wir wachsen und suchen Verstärkung!

**- Key Account Manager/in**  
Schwerpunkt „Sales Promotion“

**- Manager/in Operations**  
Schwerpunkt „Webshopbetreuung“

**Details unter**  
[www.gemaco-group.de](http://www.gemaco-group.de) > Stellenangebote



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

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

### WERBEARTIKEL BERATER/IN

#### IHRE AUFGABEN:

- Kundenberatung und -betreuung
- Erstellung von Präsentationen und Produktvorschlägen
- Produkt- und Lieferanten-Sourcing sowie -bewertung
- Preiskalkulation und Angebotserstellung
- Verhandlung mit Herstellern, Lieferanten und Geschäftspartnern weltweit
- Kosten-, Termin-, Produktions- & Qualitätsüberwachung
- Verschiffung und Verzollung von Fernost-Waren
- Datenbankpflege

#### ANFORDERUNGEN:

- Branchenkenntnis
- abgeschlossene kaufmännische Berufsausbildung oder Studium
- sehr gute Kenntnisse der MS Office-Anwendungen Excel und Outlook
- gute Planungs- und Organisationsfähigkeit
- sehr gute Deutsch- und gute Englischkenntnisse
- hohe Einsatz- und Verantwortungsbereitschaft
- selbständige, zuverlässige und systematische Arbeitsweise

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

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

TRIK Produktionsmanagement GmbH • Königstraße 2 • 14163 Berlin  
+ 49 30 - 81 456 32-0 • [www.trik.de](http://www.trik.de)

## INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page		
40661	Arti Kalender & Promotion Service GmbH	078	41617	MAGNA sweets GmbH 039
41169	ASS, Spielkartenfabrik Altenburg GmbH	078	41816	Nestler-matho GmbH & Co. KG 021
47411	badge4u	076	PSI Partner	Network Press Germany GmbH 063
17222	Brand.it GmbH	079	44367	New Wave GmbH 023
46905	Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG	043	PSI Partner	OOH Magazine 065
48316	CHOCOLISSIMO	051	40660	PF Concept Deutschland GmbH 025, U2
49747	Cookie Cutter®	073	46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG 077
42819	Gustav Daiber GmbH	007, 053	42332	prodür S.A. 041
41369	elasto form KG	033	43952	PSI 055, 071, 081, U3
42320	Fischer-Import GmbH	076	42880	Signum Siebdruck - Tampondruck GmbH 017
PSI Partner	FKM e.V.	002	45328	Stilolinea Srl 017
41615	Geiger Aktiengesellschaft	045	41308	terminic GmbH 015
620	GEMACO GmbH	081	44970	TRIGON Deutschland GmbH 003, 078
49185	Grätz-Verlag e.K.	017	45741	TRIK Produktionsmanagement GmbH 081
41275	C. Jul. Herbertz GmbH	079	41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH 027
46235	Herka GmbH	076	44281	VICTORINOX AG 001
42907	Inspirion GmbH	049	47555	Vim Solution GmbH 013
44613	IssueTissue® / IssueTissue bv	078	49622	Wunderle 043
41545	JUNG BONBONFABRIK GmbH & Co KG	U4	48535	ztv - Zustell-, Transport- und Vertriebsgesellschaft mbH & Co. KG 079
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	059		<b>Beilagen / Inserts (* Teilaufgabe / Part circulation)</b>
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH	078	44455	LINOTEX GmbH *
41794	Karl Knauer KG	057	46596	POLYCLEAN GmbH *
42438	Lediberg GmbH	005		
42020	mbw® Vertriebsges. mbH	047		

## ECHT „GEFLÄSCHT“ AUF DER PSI 2017

**S**tillstand ist Rückschritt. Deshalb entwickelt sich auch Europas Leitmesse der Werbearbeitelwirtschaft weiter. Auf der PSI 2017 wird es darum eine neue Ausstellerfläche geben: „Gefläsch“ – der Pavillon für Neuaussteller im Getränkebereich. Egal, ob Weinkoffer, persönliche Prosecco-Etiketten oder individuelle Genießer-Pakete – die PSI 2017 ist genau der richtige Ort, hochwertige Produkte den mehr als 16.000 Besuchern zu präsentieren und den eigenen Bekanntheitsgrad in einer neuen und relevanten Branche mit über 3,48 Milliarden Euro Umsatz allein in Deutschland zu steigern.

[www.psi-messe.com/preise\\_anmeldung\\_289.html](http://www.psi-messe.com/preise_anmeldung_289.html)



## TICKETSHOP FÜR PSI 2017 GEHT AB JUNI ONLINE

**E**s ist eine Binsenweisheit, doch sie bewahrheitet sich jedes Jahr aufs Neue: Nach der PSI ist vor der PSI. Denn ein Werbearbeiteljahr ist ereignisreich – und kurz. Ein Besucher-Plus von 3,7 Prozent, eine auf 55 Prozent gestiegene Internationalität und eine Vielzahl erfrischender Werbeideen sind nur einige Argumente, die für die PSI sprechen. Mit 16.810 Fachbesuchern (Vorjahr: 16.218) unterstrich Europas größte Messe der Werbearbeitelwirtschaft eindrucksvoll ihre Rolle als internationale Leitmesse.

PSI 10. – 12. Januar  
Düsseldorf 2017  
Die Europäische Leitmesse der Werbearbeitelwirtschaft

Vorverkauf beginnt am 6. Juni

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

se. Insgesamt 932 Aussteller aus 38 Nationen hatten auf der PSI aktuelle Trends und Neuheiten des Werbearbeitelmarktes vorgestellt. Wer diesen Schwung auch im kommenden Jahr mitnehmen und auf der PSI 2017 (10. bis 12. Januar) dabei sein möchte, ordert seine Messekarten am besten bequem vorab im PSI Online Ticketshop. Das spart Zeit und vor allem Geld beim Ti-

cketkauf. Deshalb gilt es, sich schon jetzt vorzumerken: Am 6. Juni 2016 geht der Ticketshop zur PSI 2017 online. Hier können sich Besucher bis 30. September 2016 den Frühbucheerpreis von nur 57 Euro sichern. [www.psi-messe.com/tickets](http://www.psi-messe.com/tickets).

## FRISCHE IMPULSE FÜR DIE VERKAUFSSTRATEGIE

**W**erbearbeitel als Erfolgstreiber? Ja, sagt Sabine Wegner, Konzeptionstexterin, Journalistin, langjährige Chefredakteurin von Promotion Business, Dozentin u. a. bei Zeit für Wissen, Köln, und der Medienplantage, Bremen. In ihrem PSI Seminar „Werbearbeitel als Erfolgstreiber“ liefert sie frische Impulse für die Ver-



kaufsstrategie. Die alt hergebrachte Einordnung als „nice to have“ wird den Talenten gegenüberlicher Werbeträger nicht gerecht. Ihr haptisches Alleinstellungsmerkmal zeichnet sie vor allen anderen Werbemedien aus – ihre psychologische Wirkung ist vielfältig und meist unwiderstehlich. Das Kompaktseminar wendet sich an alle, die Impulse für ein Update ihrer Verkaufsstrategie und Firmenphilosophie suchen.

Die Wissensbasis bilden aktuelle Erkenntnisse aus Psychologie, Haptik- und Hirnforschung, die auch den Wert des Werbearbeitels unterfüttern. Darüber hinaus auf dem Seminarprogramm: Wie strategische Werbearbeitel Kernziele des Marketings einlösen und die Wirkung jeder Werbemaßnahme spürbar erhöhen. Last not least: die grüne Seite der Werbearbeitel – Nachhaltigkeit als Argument für die Zukunft. Das Seminar findet am 21. Juni 2016, von 9 bis 17 Uhr, in Köln statt. Nähere Informationen erteilt Sarina Peters vom PSI, Tel.: +49 211 90191-152.

### ÜBERBLICK SEMINARPROGRAMM

- Update Zielgruppenanalyse/-ansprache – u.a. der emotional und unbewusst entscheidende Kunde; das limbische Emotionssystem; das egomane Hirn; sinnlich schlägt abstrakt
- Der haptische USP des Werbearbeitels – Funktionen und Wirkungsdimensionen des Tastsinns, die daraus resultierenden Benefits fürs Marketing
- Die Psychologie des Werbearbeitels – u.a. der Endowment-Effekt, Reziprozitätsmechanismus, Midas Touch, Haptik als Beziehungssinn
- Die grüne Seite des Werbearbeitels – die drei Säulen der Nachhaltigkeit (CoC, Compliance CSR etc.)
- Einsatzbereiche des Werbearbeitels/seine Rolle als Wirkungsverstärker im modernen Marketingmix
- Strategische Auswirkungen
- Kreative Ansätze auf Basis der Seminarinhalte für Homepagebausteine, Mailings und Anzeigen

Buchen Sie bis jeweils 4 Wochen vor Veranstaltungstermin zum Frühbucheypreis von 298,- EUR anstatt 349,- EUR.



Der Referent  
Robert Scheidegger

promoFACTS gmbh  
Wagistrasse 23  
8952 Zürich - Schlieren  
Schweiz



## SEMINAR

### „DER WERBEARTIKEL IM MARKETING-MIX“

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

14.06.2016	Düsseldorf	29.11.2016	Düsseldorf
16.06.2016	Olten (CH)	01.12.2016	Olten (CH)

jeweils 9.00 - 17.00 Uhr



Der Referent  
Michael Mätzener

promoFACTS gmbh  
Wagistrasse 23  
8952 Zürich - Schlieren  
Schweiz



## SEMINAR

### „DER MEHRWERT DES WERBEARTIKELS“

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.

27.09.2016	Düsseldorf	29.09.2016	München
------------	------------	------------	---------

jeweils 9.00 - 17.00 Uhr



Die Referentin  
Sabine Wegner

Konzeptionstexterin, Journalistin, u.a.  
10 Jahre Chefredakteurin von  
Promotion Business, Dozentin u.a. bei  
Zeit für Wissen, Köln, und der  
Medienplantage, Bremen



## SEMINAR

### „WERBEARTIKEL ALS ERFOLGSTREIBER – FRISCHE IMPULSE FÜR IHRE VERKAUFSSTRATEGIE“

Dieses Kompaktseminar wendet sich an alle, die Impulse für ein Update Ihrer Verkaufsstrategie und Firmenphilosophie suchen. Die Wissensbasis stellen aktuelle Erkenntnisse aus Psychologie, Haptik- und Hirnforschung.

21.06.2016	Köln	9.00 - 17.00 Uhr
25.10.2016	Düsseldorf	9.00 - 17.00 Uhr



Der Referent  
Christian Mathieu

Akkreditierter INtem-Trainer  
An der Glashett 2  
66740 Saarlouis  
Deutschland

## SEMINAR

### „VERKAUFSTRAINING – SOFORT MEHR VERKAUFEN“

Sofort und messbar mehr Erfolg – das ist das Motto der eintägigen Trainingsmaßnahme, die Ihre Verkäufer in die Lage versetzen wird, unmittelbar mehr Umsatz machen zu können.

30.05.2016	Düsseldorf	10.06.2016	Düsseldorf
------------	------------	------------	------------

jeweils 10.00 - 17.00 Uhr



Der Referent  
Philipp Brück

Akkreditierter INtem-Trainer  
Am Derkmannsstück 118  
58239 Schwerte  
Deutschland

## SEMINAR

### „VERKAUFSTRAINING – SOFORT MEHR VERKAUFEN“

Sofort und messbar mehr Erfolg – das ist das Motto der eintägigen Trainingsmaßnahme, die Ihre Verkäufer in die Lage versetzen wird, unmittelbar mehr Umsatz machen zu können.

02.06.2016	Düsseldorf	07.06.2016	Düsseldorf
------------	------------	------------	------------

jeweils 9.00 - 17.00 Uhr

Ein Angebot vom PSI Institute

Weitere Informationen und Anmeldung unter: [psi-network.de/seminare](http://psi-network.de/seminare)



# Neue Mitglieder New Members

PSI Journal 06/2016

www.psi-network.de

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. 17135	AC Distribution & Marketing GmbH, GERMANY	www.shop24direct.de
PSI No. 17163	A.C.M. - advertising creative marketing LTD, RUSSIAN FEDERATION	www.acmagency.ru
PSI No. 17178	Al Sham Advertising Gifts Supply L.L.C., UNITED ARAB EMIRATES	www.alsham-adv.com
PSI No. 17199	Alleswerbung.de Inh. Veli Özenc, GERMANY	www.alleswerbung.de
PSI No. 17051	BalticPromo MB, LITHUANIA	www.balticpromo.lt
PSI No. 17047	BaoBaB SL, SPAIN	www.promobaobab.com
PSI No. 17188	Beaumont PPS Ltd., UNITED KINGDOM	www.beaumontpps.com
PSI No. 17187	Brahimia Sarl, ALGERIA	www.brahimia.dz
PSI No. 17162	Breda Print VOF, THE NETHERLANDS	www.bredaprint.nl
PSI No. 17185	Capifin SRL, ITALY	
PSI No. 17144	CATCHY Advertising Inh. Moustafa Mourad, EGYPT	www.catchyeg.com
PSI No. 17146	Claudia's mobiler Stickerservice Inh. Claudia Macher, GERMANY	www.cmmss.de
PSI No. 17204	Creata UK Ltd, UNITED KINGDOM	www.creata.com
PSI No. 17139	Dokuzonbes A.S., TURKEY	www.dokuzonbes.com
PSI No. 17046	DSC Direct - Shopper - China Handel GmbH, GERMANY	
PSI No. 17147	Esser Konzept & Druck Inh. Peter Esser, GERMANY	www.esser-druck.de
PSI No. 17196	Galaxy Design Ltd, ROMANIA	www.galaxyprint.ro
PSI No. 17175	Give it away GmbH, GERMANY	www.give-it-away.com
PSI No. 17136	Hajon Presentreklam, Rrofilkläder & Spa Inh. Hans Johansson, SWEDEN	www.hajon.se
PSI No. 17201	HARMEL e.K. Inh. Thomas Dina, GERMANY	www.harmel.de
PSI No. 17191	Lach GmbH & Co.KG, GERMANY	www.agentur-lach.de
PSI No. 17205	Marinus GmbH + Co. KG Werbemittel, GERMANY	www.marinus.de
PSI No. 17039	Mavabu reclame & promotie b.v., THE NETHERLANDS	www.mavabu.nl
PSI No. 17177	modern ideas, SAUDI ARABIA	www.modern4g.com
PSI No. 17155	Motiva Marketing Promocional, SPAIN	www.motivamarketing.es
PSI No. 17050	mushroom's LTD, TURKEY	www.mushroomsidea.com
PSI No. 17167	Netzel-Werbemittel Inh. Klaus Netzel, GERMANY	www.netzel-werbemittel.de
PSI No. 17031	Novadoo AG, SWITZERLAND	www.novadoo.com
PSI No. 17038	onmarket LTD, ALGERIA	www.on-market.net
PSI No. 17166	P+K TEXTIL GmbH, GERMANY	www.pk-textil.de
PSI No. 17149	paperpoint Inh. Anna Ulatowska, GERMANY	www.taschenprint.de
PSI No. 17043	Perfect LTD, RUSSIAN FEDERATION	www.perfect.ru
PSI No. 17142	Preuss Souvenir EK Uwe Preuss, GERMANY	www.souvenirs-preuss.de
PSI No. 17159	Promodeal SARL, LEBANON	www.promodeal.com
PSI No. 17202	Relatiegeschenken.nl B.V., THE NETHERLANDS	www.relatiegeschenken.nl
PSI No. 17045	REPROTEX VOF, THE NETHERLANDS	www.reprotex.nl
PSI No. 17041	Sabine Schliep - Vertrieb von Werbemitteln Inh. Sabine Schliep, GERMANY	www.pens-and-more.jimdo.de
PSI No. 17193	Saxophon GmbH, GERMANY	www.saxophon-verlag.de
PSI No. 17030	Silic Media s.r.o., CZECH REPUBLIC	www.silicmedia.cz
PSI No. 17044	Smart Import AB, SWEDEN	www.smartimport.se
PSI No. 17145	SSIM Verpackungen Inh. Danny Berardinucci, GERMANY	www.ssim-verpackungen.de
PSI No. 17198	Style Brands limited, UNITED KINGDOM	www.stylebrands.co.uk
PSI No. 17148	Tampouridis Eleftherios limited, GREECE	www.tampouridis.gr
PSI No. 17206	Tlpack Express SA, SWITZERLAND	www.tipackexpress.ch
PSI No. 17048	Toppreis Werbeartikel Großhandel GmbH, GERMANY	www.toppreis-werbeartikel.de
PSI No. 17033	TPS-Werbeartikel Inh. Michael Thielen, GERMANY	www.tps-werbeartikel.de
PSI No. 17171	Trade and Consult Glasner Inh. Uwe Glasner, GERMANY	
PSI No. 17203	Walter Schulze GmbH, GERMANY	www.schulzeshop.com
PSI No. 17140	Zamanavaran Ltd., ISLAMIC REPUBLIC OF IRAN	www.zamanavaran.ir
PSI No. 17157	ZIPPY Werbemittel GmbH, GERMANY	www.zippy-werbemittel.de

# 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. 49166	Archivo 2000, S. A., SPAIN	<a href="http://www.archivo2000.es">www.archivo2000.es</a>
PSI No. 48552	business enabler GmbH, GERMANY	<a href="http://www.biznessenabler.com">www.biznessenabler.com</a>

---

PSI No. 49185	Grätz-Verlag e.K. Inh. Klaus Peter Biber, GERMANY	<a href="http://www.graetz-verlag.de">www.graetz-verlag.de</a>
---------------	---	--



Grußkarten, Kalender, Geschenktüten, Malbücher und weitere Papeterieartikel mit Eindruck und Logo.

Greeting cards, calendars, gift bags, colouring books and many more paper items with your logo and text.

---

PSI No. 49159	Hide Stationery Ltd +/a Book Block, UNITED KINGDOM	<a href="http://www.bookblock.com">www.bookblock.com</a>
PSI No. 46546	CarSign Germany GmbH, GERMANY	<a href="http://www.carsign.de">www.carsign.de</a>
PSI No. 49158	Colomee® eine Marke der Witkowski & sander Production House GmbH, GERMANY	<a href="http://www.colomee.com">www.colomee.com</a>
PSI No. 49155	FILEREX Europe GmbH & Co. KG, GERMANY	<a href="http://www.filerex.com">www.filerex.com</a>
PSI No. 49161	Newport Collection AB, SWEDEN	<a href="http://www.newportcollection.se">www.newportcollection.se</a>
PSI No. 49162	Promo-U Technology & Marketing Services GmbH, GERMANY	<a href="http://www.promo-u.de">www.promo-u.de</a>

# DER SCHLÜSSELANHÄNGER ...

**D**as Thema Fußball-Europameisterschaft sollte jetzt zwar im Vordergrund stehen, aber die Vielzahl der Wahlen bringt mich auf das Thema Politik. Um die Gunst des Wählers buhlen Parteien nicht nur mit populistischen Sprüchen und Versprechungen. Sie agieren auch wie Unternehmen mit einer Vielzahl von Marketingspezialisten. Und sie werben gerne mit Werbeartikeln. Parteien sind aktive Werbeartikelhändler. Die Abteilungen sind nicht gerade winzig. Selbst eine der kleineren österreichischen Parteien beschäftigt alleine fünf Mitarbeiter. Die Zahl der angebotenen Produkte ist groß, ebenso die Vertriebskanäle. Printkatalog, Parteitage, Events, E-Shop, um nur einige zu nennen. Ähnliche Beispiele finden sich in allen Ländern der EU. Ob Labour Party in Groß-

britannien oder CDU in Deutschland. Sie alle sind professionelle Werbeartikelhändler. Ein Millionengeschäft!

Die Produkte umfassen alle Kategorien. Der Schlüsselanhänger in Länderform, die Parteitagsflagge, Sonderanfertigungen, auch Spielzeug wird angeboten. Wo werden diese Produkte gesouret? Sind die Produkte nachhaltig produziert worden? Auf diese Fragen werden kaum Antworten gegeben. Es liegt die Vermutung nahe, dass hier einiges an der Werbeartikelbranche vorbei direkt importiert wird, denn Hinweise auf Händler gibt es keine. Klaus Stöttner, Mitglied des bayerischen Landtags, gab unserer Branche vor längerer Zeit mit auf den Weg: „Die Werbeartikelbranche muss lauter werden“. Die Parteien werden es offensichtlich. Stellt

sich die Frage: Warum bringen die Parteien, die ja so aktive Werbeartikelhändler sind, so wenig Verständnis für die Branche auf? Warum engen Sie die Branche politisch ein? Vielleicht weil sie noch nicht verstanden haben, dass sie selbst Betroffene sind. Diesen Spiegel sollten wir Ihnen vorhalten.

Es grüßt Sie



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



»Es liegt die Vermutung nahe, dass einiges an der Werbeartikelbranche vorbei direkt importiert wird.«





**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](http://www.psi-awards.de)

**Anmeldeschluss verlängert bis 1. Juni 2016**



## RUNDUMWOHLFÜHLWERBEN

**D**ass Gesundheit auch auf einem ausgewogenen Verhältnis von körperlicher Bewegung und seelischer Entspannung beruht, ist kein Geheimnis. Schon die alten Römer wussten um die Wechselwirkung von Geist und Körper. „Wellness“ bezeichnet nämlich ein ganzheitliches Gesundheitskonzept. Aus den Themenfeldern beider Begriffe kommen die Produkte, die wir Ihnen in der kommenden Ausgabe vorstellen: jede Menge neue Wohlfühlwerbeideen für die Branche. Um ebenso sympathische und deshalb als Werbeartikel sehr effektive Erzeugnisse handelt es sich auch bei dem zweiten Themenzirkel des Juli-Journals. Hier geht es um Neuheiten der Bereiche „Spielwaren und Plüschartikel“.

**Bitte denken Sie schon jetzt an das Produktthema der Doppelausgabe August/September mit den Themengruppen „Kunststoff, Holz, Leder“ sowie „Papier, Verpackung, Veredelung“ und senden Sie Ihre Produktvorstellungen (Bild und Text) bis spätestens 24. Juni 2016 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail hoechmer@edit-line.de.** <



## AUF DEM WEG ZUM NOTIZBUCH-PROFI

**W**ie werde ich Notizbuch-Profi? Eine Antwort auf diese Frage erhielten die Teilnehmer des von Geiger-Notes durchgeführten Workshops. Mittels kurzweiliger Vorträge und einer Führung durch die Produktionsstätte gewährte der Notizbuch-Profi aus Mainz-Kastel einen Blick hinter die Kulissen und zeigte, wie ein Notizbuch entsteht. Für alle, die nicht dabei sein konnten, fasst das PSI Journal Wissenswertes zusammen. <



## AUSSERGEWÖHNLICHE PRODUKTINNOVATIONEN

**D**as Unternehmen Schärfer Werben hat sich mit pffigen Werbeartikelideen aus dem technischen Bereich bereits einen guten Namen gemacht. Nun hat das Unternehmen aus Freiburg im Breisgau eine neue Produktlinie ins Portfolio mit aufgenommen. „100 % Mallorca“ präsentiert erlesene kulinarische Spezialitäten der Baleareninsel mit individuellem Label. Diese und weitere neue Produkte stellen wir Ihnen wie gewohnt in unserer Rubrik „Werbeartikel-Innovationen“ vor. <

### 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 Höchmer, Anke Zimmermann,  
Christian Jacob, Werner Menzel, Christoph Zimmermann,  
Simon Dietzen

**Chef vom Dienst:** Martin Höchmer

**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

Alexandre Graziani  
Tel.: +33 1 79719320, agraziani@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.  
Olga Pons  
Tel.: + 34 93 4244000, gpe@gpexpo.com

**Türkei:** Istexpo  
Ismail Sezen  
Tel.: +90 212 275 8283, ismail@istexpo.com

**UK:** Reed Exhibitions ISG UK  
Daniel Cordock  
Tel.: +44 20 8439 8918, daniel.cordock@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 Höchmer,  
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.



10. – 12. Januar  
Düsseldorf 2017

Die Europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft

**JETZT  
TICKET BUCHEN!**

Meine  
erste  
Adresse

Regen-  
Schirme

Tassen

USB-  
Sticks

# IHR XMAS-PARTNER!

 QUADRETTIES



Tower-Adventskalender

*Lindt* 



Tafelchen-Adventskalender Lindt





XS-Adventskalender

 Made in Germany!



Mini-Trüffel Adventskalender

*Lindt* 



Adventskalender rund

*Lindt* 



Mini-Kugeln Tower-Adventskalender

 SCHOKOWÜRFEL



Adventskalender quadratisch

 CONFISERIE HEIDEL



System-Adventskalender

 Sarotti



Tafelchen-Adventskalender Sarotti