

Teca-Print

UV-Trocknung mit Wasserkühlung

Das Service-Institut für Werbegeschenke rief die Vertreter seiner Branche, und alle eilten nach Düsseldorf. Auch die Schweizer Tampondruckmaschinenhersteller Teca-Print kamen zur PSI 2008, um sich mit den Vertretern der Werbemittelbranche auszutauschen und ihre neuen Entwicklungen zu präsentieren.

Auf dem großzügigen Stand konnten sich die Besucher an den verschiedenen Tampondruckmaschinen über das Druckverfahren und die Besonderheiten der Teca-Print-Maschinen informieren. Gezeigt wurde eine TPE 251, die Flaschenöffner zweifarbig mit UV-Farben bedruckte. Das Besondere: Die UV-Trocknung erfolgte umweltfreundlich mit



Made in Switzerland: Teca-Print-Mitarbeiter Herbert Schatt und Séverine Tigé an der umweltfreundlichen TPE 251.

Wasserkühlung. Vorgestellt wurde auch eine TPX 201 mit Servoantrieb, die die Möglichkeiten des Runddrucks im Tampondruck noch einmal in einer anderen Variante zeigte. Dabei bewegte sich der Verschiebetisch unter dem Tampon mit

dem sich drehenden Druckobjekt.

Das interessierte Publikum konnte außerdem noch die Maschinen TPE 151, TPE 400 und TPE 100 zur kennen lernen. Die Erweiterung der europäischen Grenzen in Richtung Osten wurde am Stand einmal mehr an den deutlich gestiegenen Besucherzahlen aus den entsprechenden Ländern spürbar. So berichtete das Verkaufsteam von Teca-Print von interessanten Gesprächen mit neuen Kunden sowie dem Wiedersehen alter Bekannter an den kurzweiligen Messetagen.

www.teca-print.com

Promodoro

Neues Standkonzept mit großen Bildern

Mit einem neuen und größeren Stand präsentierte sich promodoro auf der Leitmesse der Werbeartikelbranche PSI (Promotional Products Service Institute) in diesem Jahr. Von Halle 4 ging es in Halle 5, wo der Auftritt die Farbgestaltung des aktuellen Kataloges widerspiegelte. Die intensiven Imagebilder sorgten in Übergröße für Aufmerksamkeit und die Standdekoration griff Elemente aus den Bildern auf. Außerdem ist die Produktpräsentation neuerdings von den Besprechungstischen räumlich getrennt, was durch die großzügige Raumgestaltung ermöglicht wurde.

Hingucker des neuen Standes ist das farbenprächtige Katalogtitelbild, das 6 x 5,5 Meter groß visueller Mittelpunkt war. „Das neue, moderne Standkonzept soll“, so Geschäftsführer Jörg Bittorf, „die modi-



Neues Konzept am Stand des Düsseldorfer Fashion-Hauses promodoro. Auf der PSI gab es erstmals das übergroße Katalogbild als Blickfang sowie eine neue Aufteilung der Standfläche.