

# PSI JOURNAL

-Anzeige-

## Lust auf Süße Werbung



Kreieren Sie  
Ihren eigenen  
Trend  
in Form, Farbe  
& Geschmack!

 **Süße  
Werbung**

Your Brand Ambassador



BIC® 4 COLOURS

# Wir alle kennen ihn: Der BIC® 4 Colors ist einfach, innovativ und zuverlässig.

Er hat eine aussergewöhnliche Schreiblänge und ist nachfüllbar.

Zudem wird er in Europa hergestellt und in BIC-Fabriken bedruckt, um den CO2-Fußabdruck zu reduzieren.

Also, wie kann man einen Klassiker upgraden? Indem Sie eine Reihe innovativer Druckoptionen verwenden, um das Produkt mit den Grafiken Ihrer Marke zu personalisieren.

Oder setzen Sie neue Trends mit Oberflächen wie Holzoptik oder sogar mit neuen weichen Texturen.

Nachfüllbar

Starten Sie Ihre Sammlung!

4 COLOURS



SOFT



WOOD STYLE



FASHION



SHINE



GLACÉ



FINE



FLUO



3+1



SUN



\* Rundumdruck



Hergestellt in Europe



Hergestellt und bedruckt in BIC-Fabriken



Geringer CO2-Fußabdruck

Think BIC  
www.bicgraphic.com

# PSI

# JOURNAL

**PSI Journal**  
Internationales Magazin  
für Werbeatikel

März 2023  
62. Jahrgang



**Product Guide**  
Schutz, Hygiene,  
Arbeitssicherheit  
Taschen, Reisegepäck,  
Lederwaren

**Branche**  
Unternehmen, Ereignisse,  
Märkte

**GWW**  
Frischer Wind und neue Ideen

**Frühjahrs-  
TREND 2023**  
Werbemittelmarkt erholt sich



**PSI**  
**2023**

**Trends,  
Brands, News**

Your Brand Ambassador



BIC® 4 COLOURS

# Wir alle kennen ihn: Der BIC® 4 Colors ist einfach, innovativ und zuverlässig.

Er hat eine aussergewöhnliche Schreiblänge und ist nachfüllbar.

Zudem wird er in Europa hergestellt und in BIC-Fabriken bedruckt, um den CO2-Fußabdruck zu reduzieren.

Also, wie kann man einen Klassiker upgraden? Indem Sie eine Reihe innovativer Druckoptionen verwenden, um das Produkt mit den Grafiken Ihrer Marke zu personalisieren.

Oder setzen Sie neue Trends mit Oberflächen wie Holzoptik oder sogar mit neuen weichen Texturen.

Starten Sie Ihre Sammlung!

4 COLOURS



SOFT



WOOD STYLE



FASHION



SHINE



GLACÉ



FINE



FLUO



3+1



SUN



\* Rundumdruck



Hergestellt in Europe



Hergestellt und bedruckt in BIC-Fabriken



Geringer CO2-Fußabdruck

Think BIC  
www.bicgraphic.com



## Editorial

# Unwort: Werbebeschenk

**A**rticles promotionels, articoli promozionali, artículos de promoción, promocijski artikli, artykuły promocyjne, reklamartiklar, promotional items. Nur eine kleine Reise durch die gängigen Bezeichnungen für Werbeartikel in Europa. Ja, auch wenn man sich fast überall mit „Werbung“ als Wortbestandteil schmückt, so genießen Werbeartikel längst nicht überall den gleichen Stellenwert wie andere Werbemittel im Promotion-Mix. Hoch wirksam, aber oft verkannt. Nahezu überall wird es sein wie in Deutschland (lt. Branchenreport des Gesamtverbandes der Werbeartikel-Wirtschaft e.V.): Werbeartikel nehmen im Ranking den dritten Platz nach Online und Fernsehen ein. Erst danach reihen sich Tageszeitungen, Außenwerbung und Zeitschriften in die Liste der Werbeformen ein.

Trotzdem hat der Werbeartikel in Deutschland ein spezielles Problem. Schaut man sich die internationalen Bezeichnungen für unser Werbemittel oben an, so sind „Artikel“ und „Werbung“ die gängige Wortkombination. Nur in Deutschland heißen sie steuerlich und rechtlich betrachtet Werbebeschenke, weil der Empfänger nichts dafür zahlen muss: Also sind sie ein Geschenk. Sie gelten deshalb nur eingeschränkt als Betriebsausgabe. Außerdem kann es passieren, dass der Empfänger für die erhaltene „Bereicherung“ auch noch Steuern zahlen muss. Das mag sich für unsere europäischen Freunde, Partner und Kollegen mehr als kompliziert und befremdlich anhören. Ist es auch!

Seit ich die Branche kenne und in ihr publizistisch wie auch in der Verbandsarbeit tätig war und bin, kämpft die Branche gegen diese Diskriminierung als Geschenk-Branche. Mal mehr und mal weniger, weil sie ja dennoch über viele Jahre sehr erfolgreich war und ist. Jetzt, vor dem Hintergrund von Inflation und massiv gestiegenen Energiekosten muss und wird sie sich erneut massiv in die Riemen legen, um gegen bestehende Wert- und Aufzeichnungsgrenzen anzukämpfen. Wie immer im Leben soll man in solchen Phasen zuerst bei sich selbst anfangen. Dazu muss das Wort „Werbebeschenk“ aus allem verschwinden, was wir selbst zu verantworten haben. Aus jeder Eigenwerbung, aus Homepages, aus Reden und Präsentationen. Schaut man sich um, ist da noch viel zu tun. Aber wie wollen wir vom Staat verlangen, dass er uns als wirksame Werbeform definiert und anerkennt, wenn wir uns selbst als Schenk-Onkels verkaufen?

Auch unser Netzwerk in Europa und die Verbandspartner von GWW und PSI werden auf Europa-Ebene nur an unserer Seite für mehr Anerkennung kämpfen können, wenn wir dieses Problem in Deutschland gelöst haben.

Glück auf und in diesem Sinne

**Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal**

**Ihre Meinung dazu: [schloesser@edit-line.de](mailto:schloesser@edit-line.de)**

# Das ist mini.

Prodir is a brand of Paganini Pens SA.



## Der neue DS6 S

Das Gehäuse des neuen DS6 S Mini ist bis zu 24,4 mm kürzer als bei vergleichbaren Modellen. Es besteht zu 100 % aus recyceltem ABS, das mit 40 % weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen als Standard-ABS hergestellt wird.

Weniger Material, weniger CO<sub>2</sub>, volle Leistung.

## Fakten, kein Fake.

# prodir®

Personality pens.  
Swiss made.

Prodir Deutschland  
Hotline +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz  
T +41 91 935 55 55

Prodir Österreich  
T +43 7205 69480

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

Your Braud Ambassador

# Vorstellung der BIC® Super Clip- Produktreihe.

NEU!

BIC® SUPER CLIP

## Wir nennen ihn "Super" und wir übertreiben nicht.

Vielleicht fragen Sie sich, warum wir ihn "Super" nennen. Oder vielleicht wissen Sie es schon. Aber für den Fall, dass Sie es nicht wissen, lassen Sie es uns erklären: Zunächst einmal wegen seines modernen Stils; auch wegen seiner großen Druckfläche auf dem Clip; weil er in Europa mit 100% erneuerbarer hergestellt wird und in BIC Fabriken bedruckt, um den CO2-Fußabdruck zu verringern. Ist er nicht Super?

Nachfüllbar

GLACÉ



SOFT



ADVANCE



Gold

Rosa

Silber

Think BIC



Geringer  
CO2-Fußabdruck



Erneuerbare  
Energie



NEU!

BIC® SUPER CLIP ORIGIN

# Stellen Sie sich den BIC® Super Clip vor, aber noch mehr Super.

Bereit? Toll: Stellen Sie sich den berühmten BIC® Super Clip vor, der aus natürlichen Rohstoffen wie Holzmehl, Rizinusöl und Talkumpuder\* hergestellt wird. Stellen Sie sich vor, ein BIC® Super Clip, der zu einer nachhaltigeren Zukunft beiträgt. Hören Sie jetzt auf, sich ihn vorzustellen: Sie haben ihn hier.

**ORIGIN** BIO BASED



Rizinusöl



Holzmehl



Talkum

**ecolutions**

\*Schaft und Clip sind zu 100 % biobasiert.



Hergestellt in Europa



Hergestellt und bedruckt in BIC-Fabriken

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

<b>TRENDS &amp; BRANDS</b>	6
<b>MARKTFORSCHUNG</b>	12
<b>PSI 2023</b>	
Einzigartige internationale Messeplattform: Die Branche braucht und will die PSI	14
<b>PRODUCT GUIDE</b>	
Schutz- und Hygieneartikel, Arbeitssicherheit	30
<b>BRANCHE</b>	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	42
GWV-Mitgliederversammlung: Frischer Wind und neue Ideen	46
TREND 2023 Frühjahr: Werbeartikelmarkt erholt sich	48
<b>PRODUCT GUIDE</b>	
Taschen, Reisegepäck, Lederwaren	50
<b>PRODUCT GUIDE</b>	
Innovative Produkte	66
<b>MYPSI</b>	74
<b>MEINUNG</b>	78
<b>VORSCHAU – IMPRESSUM</b>	80



# MISTER BAGS®

Perfekt für

den Einkauf!

**Bruno** ist da – eine außergewöhnliche und gleichzeitig funktionale Tasche. Die robuste Recycling-Kombination aus 70 % recycelter Baumwolle und 30 % rPET sorgt für einen hohen Tragekomfort und die Boden- und Seitenfalte garantieren maximales Volumen. **Bruno** ist die ideale Tasche für den täglichen Gebrauch, beim Sport oder auch für die nächste Reise.

Mit den Maßen von 49 × 35 × 23 cm erreicht **Bruno** die Größe der etwas festeren Supermarkttaschen, wie sie jedermann kennt. Die optimale Größe also für die täglichen Einkäufe oder auch, um damit in die Uni zu gehen. **Bruno** besitzt sowohl lange als auch kurze Henkel und lässt sich dadurch ideal in der Hand oder lässig über die Schulter tragen.

Für maximale Stabilität sorgt die Grammatik von 230 g/m<sup>2</sup>, während Boden- und Seitenfalte dazu beitragen, dass **Bruno** sich platzsparend verstauen lässt. Die praktische Supermarkttasche ist in der Farbe Natur erhältlich. Jedes Logo, jeder Slogan und jeder andere Werbespruch kommen nach einem Sieb- oder Transferdruck deshalb perfekt zur Geltung.

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

# Bruno

N° 2369

lange Henkel  
& kurze Henkel



70% waste cotton &  
30% rPET

Grammatur von  
230 g/m<sup>2</sup>



OEKO-TEX®  
CONFIDENCE IN TEXTILES  
**STANDARD 100**  
14.HIN.48167 HOHENSTEIN HTTI  
Tested for harmful substances.  
www.oeko-tex.com/standard100



## Trends & Brands in einem

6

Ein bunter Marktplatz mit frischen Ideen und werbestarken Produkten aus allen Segmenten. Das gilt gleichermaßen für unsere Rubrik „Trends & Brands“ wie auch für die PSI, die wieder als Trendsetter das neue Werbeartikeljahr eingeläutet hat und somit „Trends & Brands“ in einem Event verkörpert.

## Branche braucht und will die PSI

14

Wie sehr die Branche die PSI als internationale Plattform und Ideengeber vermisst hatte, war während der drei Messtage vom 10. bis 12. Januar überall zu hören und auch zu spüren. Das sensationelle Comeback von Europas Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft markierte den kraftvollen Aufbruch in eine neue Phase.



## Gut geschützt und originell gepackt

30

Vor allem die Pandemie hat uns gelehrt, wie wichtig Schutz und Hygiene sind. Sicherheit ist entscheidend. Nicht zuletzt auch in der Arbeitswelt und unterwegs. Neben wirkungsvollen Werbe-



produkten stellen wir ideale Transportmittel für werbestarke Botschaften vor, die durch Kreativität, farbenfrohen Pep und zeitgemäßes Design überzeugen.

## Frischer Wind und neue Ideen

46

Gerade mal einen Monat nach dem erfolgreichen Re-Start der PSI veranstaltete der Gesamtverband der Werbeartikelwirtschaft e.V. (GWV) seine Frühjahrs-TREND am 8. und 9. Februar in Köln. Flankiert wurde die Werbeartikelschau von der tags zuvor stattfindenden GWV-Mitgliederversammlung.



# TRENDS & BRANDS IN EINEM

Die PSI hat wieder traditionell das Werbeartikeljahr eingeläutet und eindrucksvoll gezeigt, wie kreativ und innovativ die Branche ist. Frische Ideen machen die europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft stets zum Trendsetter. Damit verkörpert die PSI Trends & Brands in einem Event. Das Original, das seit über sechs Jahrzehnten eine Branche geformt hat – und kontinuierlich Trends setzt.

## Marktplatz der Möglichkeiten

Ein Fest für die Sinne mit einem vielseitigen Angebot an trendigen, werbestarken Produkten aus allen Segmenten. Ein bunter Marktplatz zahlloser Möglichkeiten. Das Repertoire auf der PSI 2023 spannte einen großen Bogen von frech-fröhlich-bunt über klassisch und nachhaltig bis zu stylish in unterschiedlichsten Materialien. Ein Feuerwerk an Trends und Innovationen.

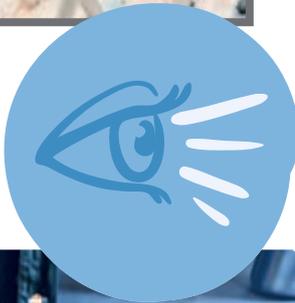
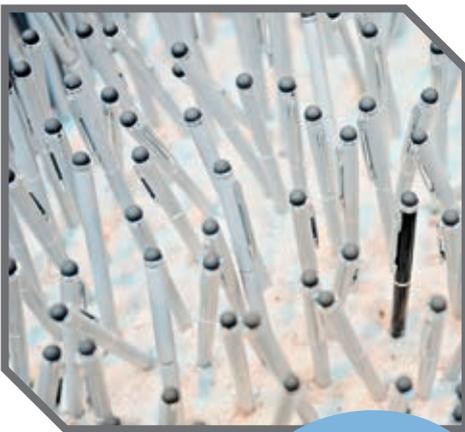




## Wer schreibt, der bleibt

Schreibgeräte und Notizbücher zählen zu den absoluten Evergreens und damit zu den beliebtesten unter den Werbeartikeln – und so präsentierten sie sich auch auf der diesjährigen PSI in großer Vielfalt. Kugelschreiber, Füller, Bunt- oder Bleistift, ganz klassisch oder mit digitalfähigem Gimmick, um nur einige zu nennen. Auch Notizbücher für den handgeschriebenen Vermerk oder Termin stehen hoch im Kurs und lassen sich von digitalen Alternativen nicht verdrängen.

Smart schreiben funktioniert eben auch ganz analog. Was die Lieblinge unter den Werbeartikeln so zu bieten haben, zeigte die Branche auf der PSI.



## Auge, Geist und Seele essen mit

Ein Trend, der sich seit Jahren behauptet und kontinuierlich an Bedeutung gewinnt, ist das sogenannte Mindful Eating, also Mahlzeiten bewusst wahrzunehmen und zu genießen. Gaumenfreuden zergehen nicht nur auf der Zunge – es ist ein Zusammenspiel von mehreren Faktoren, sprich: Was man isst und wovon man es isst. Mit den entsprechenden Utensilien lässt sich sogar kulinarisch ansprechend und anspruchsvoll werben. Auch hier beweist die Branche Geschmack, wie sie auf der PSI unter Beweis stellte.





# Total lokal

„Warum in die Ferne schweifen? Sieh, das Gute liegt so nah“. Diese an das Gedicht „Erinnerung“ von Johann Wolfgang von Goethe angelehnte Redensart bringt es auf den Punkt: Lokal liegt im Trend. Dank Digitalisierung steht uns die Welt per Mausklick offen. Und dennoch – oder gerade deshalb und nicht zuletzt mit den Erfahrungen der vergangenen Monate und Jahre – wird der Blick vor die eigene Haustür immer bedeutender. Das Konsumverhalten verändert sich. Produkte aus der Region oder zumindest der geografischen Nähe erfreuen sich großer Nachfrage. Zahlreiche Unternehmen der Werbeartikelwirtschaft produzieren längst in ihren Heimatländern oder sogar am Standort. Wir stellen einige Beispiele vor. Noch mehr Ideen zum Thema „Made in Germany/Made in Europe“ liefert der PSI Product Finder.



## Zeit für ästhetische Genüsse

### Kalender GenussZeit

(in Deutschland produziert und in Kooperation mit NatureOffice klimaneutral auf Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft gedruckt)

Ackermann Kunstverlag

[www.ackermann-kalender.de](http://www.ackermann-kalender.de)

PSI 40604



## Balsam für die Lippen

Lipcare Deluxe (Eleganter Lippenpflegestift „Made in Germany“ nach Kosmetikverordnung und Kosmetik GMP, in edler Metallhülle)

KHK GmbH

<https://lipcare.de/de/>

PSI 46131

## Wertvoller Start in den Tag

### Frühstück Porzellanschale

(Made in Germany)

SND Porzellanmanufaktur GmbH

[www.snd-porzellan.de](http://www.snd-porzellan.de)

PSI 45567



## Gewebte Individualität

Saunatuch mit zweifarbiger Jacquardeinwebung (100 % „Made in Austria“, auch in GOTS-Qualität möglich)

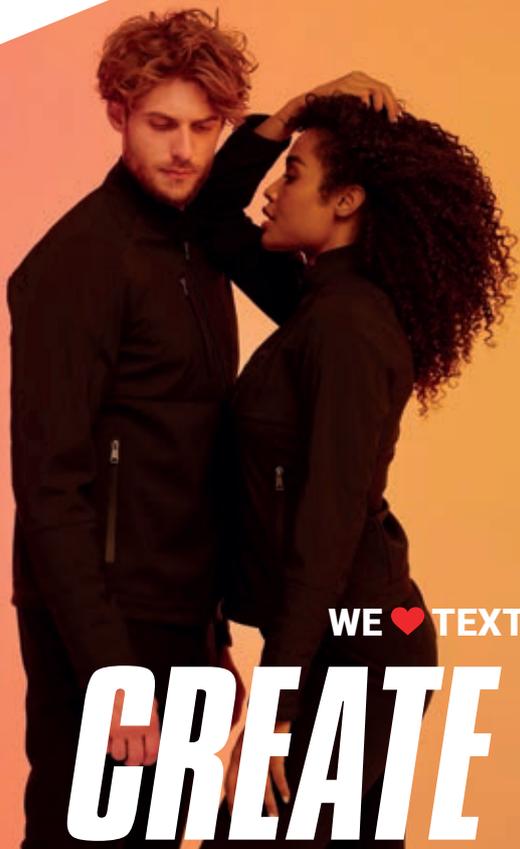
HERKA GmbH

[www.herka-frottier.at](http://www.herka-frottier.at)

PSI 46235



daiber



WE ♥ TEXTILES SINCE 1912

# CREATE A BRAND WITH US

BY DAIBER.DE



myrtle  
beach

JAMES &  
NICHOLSON

# TRENDIGE BRANDINGS

Einem Werbeartikel die persönliche Note geben: Ein aufmerksamkeitsstarkes Branding macht da den entscheidenden Unterschied. Die Kreativ-Plattform 99designs hat die sieben größten Branding-Trends 2023 identifiziert. Ob „Weniger ist mehr“ oder „Reizüberflutung“, „Branding, bei dem die Mission an erster Stelle steht“ oder „Humor und Satire“, von „Huldigung einer Ära“ bis „Der Markenpersönlichkeit einen menschlichen Anstrich verleihen“ – laut 99designs spiegeln die Trends wider, was sich Menschen in unsicheren und schwierigen Zeiten wünschen. Die wichtigste Erkenntnis der Kreativ-Plattform: „Menschen suchen nach sympathischen Marken, die sich auf eine unverwechselbare und authentische Weise mit ihrer Zielgruppe auseinandersetzen. Wenn das gut gemacht ist, können Marken ein außergewöhnliches Erlebnis bieten.“ (99designs.de, „Die 7 größten Branding-Trends 2023“). Auf welchen Trend auch immer die Wahl fällt, die Branche bietet passend zum Branding den idealen Werbeartikel – wie unsere und weitere Beispiele im PSI Product Finder zeigen.

## Spielend werben mit süßem Nebeneffekt

Tic Tac Toe Schokoladenkasten (zweiteilige Box mit drei verfügbaren Branding-Optionen)

B&B Promotional Sweets  
www.promotionalsweets.pl  
PSI 47460



## Passend für jeden Anlass

Druckkugelschreiber (anteilig zu 40 Prozent aus Weizenstroh hergestellt, veredelbar auf Schaft und Clip)

Hepla-Kunststofftechnik GmbH & Co. KG  
www.hepla.de  
PSI 41583



## Werben mit dem richtigen Flow

Trinkflasche Bulb FLOW  
(lokal produziert mit 100 % erneuerbarer Energie, Deckel aus lokalem, von Hand gedrechseltem Buchenholz mit individuell gelasertem Branding)  
Bulb-Bottles-Innique AG  
www.bulb-bottles.ch  
PSI 47672



## Exklusives Merch

Individuelle Lederarmbänder als Sonderanfertigung (mit Logo-Prägung oder Werbebotschaft gebrandet)  
HAPPY BRANDS GbR  
www.happy-brands.com  
PSI 48600



NEU

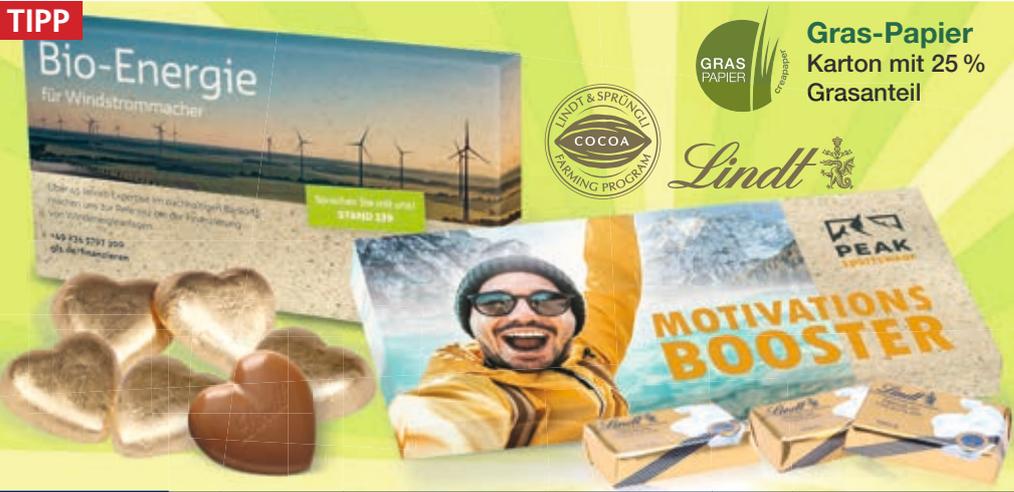


NEU



# CD LUX

TIPP



TIPP



## IHRE WERBUNG IM MITTELPUNKT.

Süße Werbemittel mit Augenleuchten-Garantie!

NEU



NEU



TIPP



NEU



**Klimaneutral**  
Unternehmen  
ClimatePartner.com/13089-1903-1001

**FSC** WÄLDER FÜR IMMER FÜR ALLE  
Das Zeichen für vorbildliche Waldwirtschaft  
FSC® C112998 www.fsc.org

GEWINNER  
Druck Medien Awards 2022

TIPP



NEU



6

.....  
Stunden und 37  
Minuten verbrin-  
gen Konsumieren-  
de laut dem Digi-  
tal 2023 Report

der Kreativagentur We are Social  
und dem Softwareanbieter  
Meltwater täglich im Netz – ein  
Rückgang von fünf Prozent ge-  
genüber dem Vorjahr. [horizont.net](https://www.horizont.net)

38%

.....  
der deutschen Unternehmen wollen die CO2-  
Emissionen verschiedener Marketingmaßnahmen  
künftig stärker bei der Budgetplanung berück-  
sichtigen. Das ergab die jüngste Dmexco-Umfrage  
unter Marketingverantwortlichen. [horizont.net](https://www.horizont.net)

# Jeder zweite

.....  
Befragte einer Umfrage von Channel Factory und Magna  
(49 Prozent) glaubt, dass Marken den Inhalt, in deren Umfeld  
ihre Anzeige erscheint, proaktiv unterstützen. [horizont.net](https://www.horizont.net)

1 von 2

.....  
für eine Verbraucherstudie Befragten (54 Prozent) gab  
an, dass Nachhaltigkeit, Transparenz und Ethik Online-  
Kaufentscheidungen beeinflussen. Für 40 Prozent  
spielen diese Faktoren eine wichtige Rolle, für 14 Pro-  
zent sind es sogar die wichtigsten Kriterien. [adzine.de](https://www.adzine.de)

4 von 5

.....  
der 125 von Crossvertise befragten KMUs wer-  
den 2023 grundsätzlich werben. Eine knappe  
Mehrheit (46 Prozent) geht dabei mit gleichen  
Budgets in dieses Jahr wie 2022, immerhin 27  
Prozent planen Etataufstockungen. [adzine.de](https://www.adzine.de)

73 Prozent

.....  
der für die E-Commerce-Studie von adesso Befragten gaben an, dass  
Unternehmen, die transparent und nachprüfbar nachhaltig handeln,  
sympathischer sind. Zwei von drei (64 Prozent) sagen gleichzeitig, dass  
Unternehmen, die nachhaltig handeln, schwer zu finden sind. [adesso.de](https://www.adesso.de)

The Bluesign logo consists of the word "bluesign" in a lowercase, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to its upper right. It is positioned in the top left corner of the page, set against a white square background.

bluesign®

## Making Promotional Wear More Sustainable with Bluesign

Our approach is based on Input Stream Management, which for us is using better, less harmful chemicals for the textile supply chain. As a leading sustainability solutions provider, we work closely with chemical suppliers, manufacturers and brands to reduce impact on people and the environment.

Bluesign's new tiered services are designed to support you with your environmental targets, focusing on impact reduction. Furthermore, bluesign® ACADEMY will help you through tailor-made training, individual consultancy, carbon footprint calculation, and sustainability management and reporting.

— At Bluesign, we help you define and achieve your sustainability goals in the promotional wear industry.

FIND YOUR SERVICE NOW



[bluesign.com](https://bluesign.com)



PSI 2023 als einzigartige internationale Messeplattform

# Die Branche braucht und will die PSI



Wie sehr die Branche die PSI als internationale Plattform und Ideengeber vermisst hatte, war während der drei Messtage vom 10. bis 12. Januar überall zu hören und auch zu spüren. Das sensationelle Comeback von Europas Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft markierte den kraftvollen Aufbruch in eine neue Phase, in der Bewährtes und Neues sich gegenseitig befruchten und zeigte eindrucksvoll, was die Branche kann und wofür sie steht.

# 2023



In unseren vielen Messegesprächen wurde deutlich, dass die Branche eine PSI braucht und will. Denn mit ihrer Internationalität, ihrer Tradition als Branchenplattform und dem dahinter stehenden PSI-Netzwerk besitzt sie Alleinstellungsmerkmale, die gerade in der heutigen Zeit unverzichtbar sind. Auch – oder gerade – in ihrer flächenmäßig kleineren Auflage wurde die ganze Vielfalt, Innovationskompetenz und Professionalität der Branche sichtbar. Aussteller aller Größenordnungen und über alle Produktgruppen hinweg finden in der PSI ihre Heimat, die sie nicht missen möchten.

In unserem Messe-Special kommen Unternehmen zu Wort, die nicht nur zur Messe selbst Stellung nehmen, sondern auch erzählen, was sie der Branche bieten, was sie bewegt und wie sie in die Zukunft blicken. Und selbstverständlich haben wir für Sie wieder besondere Momente eingefangen und Neues entdeckt.



Gesprächsrunden  
und gezielter Talk  
wechselten sich im  
PSI TV Studio ab.



## „Die PSI als großer Branchenevent ist ideal für die hochwertige Darstellung unserer Marke.“

*Martina Schneider, Schneider Schreibgeräte*

Wir haben hier einen perfekten Platz, unser Stand ist sehr gut besucht und es herrscht echte Aufbruchsstimmung – wir sind wirklich euphorisch! So macht Messe Spaß. Die PSI als großer, anerkannter Branchenevent bietet den idealen Rahmen für die hochwertige Darstellung unserer Marke. Gerade für Marken sind größere Präsentationsplattformen sinnvoller als viele kleine Messen. Deshalb sehen wir hier auf der PSI auch viele wertvolle nationale und internationale Marken mit tollen Auftritten. Es ist wichtig, dass wir alle am selben Strang ziehen.



Wir verfolgen konsequent unseren Weg Richtung Nachhaltigkeit und Flexibilität weiter, was wir auch hier auf der Messe demonstrieren. Hierzu gehören unter anderem unser weiterentwickeltes Baukastensystem und der neue kollaborierende Roboter, der künftig in der Produktion unterstützend zum Heben, Verschrauben und Individualisieren eingesetzt werden wird. Unser Mechatroniker zeigt hier, wie der Roboterarm funktioniert – die Aktion ist ein echter Eye-catcher.

Die letzten Jahre haben uns gezeigt, dass wir mit unserer Strategie „Marken brauchen Markenschreibgeräte“ richtig liegen. Neben den großen Marken setzen inzwischen auch viele kleinere und lokale Marken auf unsere Marken-Schreibgeräte, denn sie transportieren Werte wie Kontinuität und Vertrauen.



**PSI TV Studio**

## Messe multimedial

Die „neue“ PSI Messe sorgte diesmal auch multimedial für breite Präsenz, sei es auf Facebook, LinkedIn, YouTube oder Twitter. Auch im eigens eingerichteten PSI TV Studio, in dem Aussteller ihre Beiträge für ein hybrides Messeerlebnis produzierten und entwickelten, war ständig etwas los. Cybergroup CEO Steven Baumgärtner, auch Vorsitzender des Deutschen Gesamtverbandes der Werbearbeitel-Wirtschaft, stand hier quasi im ständigen Talk mit Herstellern und Lieferanten über Wertigkeit, Nutzen, Neuheiten und Trends der haptischen Werbung. Außerdem gab es spannende Gesprächsrunden mit Branchenprofis. Gesponsert wurde das PSI TV Studio durch die bluedesign technologies ag.

2023



Wissenswertes zur Herstellung und Veredelung nachhaltiger Promotionsbekleidung gab's auf dem PSI Textile Campus zu erleben.



## PSI Textile Campus

### Die Feinheiten textilen Brandings

Auf der PSI 2023 war die Promotionsbekleidung auch wieder da, wo sie hingehört: als integraler Bestandteil von Europas Leitmesse für Werbeatikel. Konzentriert zu erleben war dies auf dem PSI Textile Campus in Halle 10. Hier versammelt waren Spezialisten ihres Fachs, die den Ausstellern Feinheiten und Details des textilen Brandings vermittelten. Wie bei zahlreichen Ausstellern lag auch in diesem Sonderbereich der Fokus auf Nachhaltigkeit. So konnten Besucher hier (nahezu) alles rund um nachhaltige Textilproduktion, faire und ökologische Lieferketten, Ecodesign und die verschiedenen Siegel, Standards und Zertifizierungen erfahren sowie auch selbst einmal Hand bei der Veredelung per Siebdruck anlegen.

### „Eine Leitmesse mit entsprechendem Flair.“

**Silke Eckstein, SND Porzellanmanufaktur**

Die Stimmung auf der Messe war von Seiten der Händler wie auch der Produzenten positiv: eine Leitmesse mit entsprechendem Flair, das wurde von allen Seiten bestätigt. Auch unser JCK-Messeauftritt

und die Platzierung wurden gelobt. Gefühl war unser Stand immer voll, es gab kaum Leerlaufzeiten, auch der dritte Tag war im Gegensatz zu vor 2020 besser. Die Händler kamen teilweise mit konkreten Projekten/Fragen. Es gab keinen, der „jammerte“. Alle haben gute Geschäfte gemacht und blicken positiv auf 2023. Oft brachten sie auch eine erstaunlich große „Mannschaft“ mit – das



bestätigt den Stellenwert der Messe. Außerdem registrierten wir mehr internationales Publikum als erwartet. So gab es viele Neukontakte, auch ausländische, die unbedingt deutsche oder europäische Produzenten suchten. Die Tendenz ‚weg von FO‘ können wir für unser Produkt absolut unterstreichen. Wir haben immer wieder gehört: Sollte sich die PSI nun wieder etablieren können, machen zwei Messen innerhalb von 4 Wochen in derselben Region und für dieselbe Zielgruppe keinen Sinn. Hier ist dringend eine Abstimmung notwendig zwischen Verband und Reed. Der Ausblick auf 2023 ist aus unserer Sicht gut, weitere Preiserhöhungen sind zwar in Sicht, Beschaffungsprobleme aber werden weniger, die Absatzmärkte scheinen sich zu stabilisieren und auch der Export dürfte wieder zulegen.



Torwandschießen für den guten Zweck im PSI Fan Corner. Eine runde Sache, die sich zudem um die Veredelung von Merchandising-Artikeln drehte.

## „Es war eine gute Entscheidung, wieder auf der PSI auszustellen.“

### Sönke und Michael Hinrichs, Inspirion

Wir sind sehr positiv überrascht von der PSI und freuen uns über die vielen und guten internationalen Kontakte. Unser Stand ist gut frequentiert und wir verzeichnen großes Interesse an unseren Produkten. Lediglich die Reisegepäck-Sparte hat sich noch nicht ganz erholt. Es war eine gute Entscheidung, wieder auf der PSI auszustellen, wenn auch mit kleinerem Stand.

Was wir insgesamt feststellen: Wegen der Preisentwicklung und des höheren Zinsniveaus sind unsere Lieferanten vorsichtiger mit Investitionen, etwa in neue Werkzeuge, und bieten daher auch weniger Innovationen an als gewohnt. Das macht sich natürlich auch bei uns bemerkbar. Zudem sind die Lieferketten zwar immer noch sehr störungsanfällig, doch können wir diesen Problemen sehr effektiv durch unsere großen Lagerkapazitäten begegnen. Dank unserer 2021 neu gebauten Zentrale in Sottrum sind wir mit modernster Gebäude- und Lagertechnik noch leistungsfähiger geworden. Zusammen mit unserem eigenen Logistik-Unternehmen bieten wir dem Kunden von Einkauf über Lagerhaltung, Handling und Paketversand einen kompletten Service an.



## PSI Fan Corner

### Eine runde Sache

Nach der WM ist vor der WM. Und natürlich sind Sportereignisse dieser Dimension auch ein wichtiges Thema für die Werbearbeitgeberbranche. Ein besonderer Sektor in Halle 10 nahm deshalb die im Sommer dieses Jahres anstehende Fußball-Weltmeisterschaft der Frauen in Neuseeland und Australien ins Visier: Der PSI Fan Corner thematisierte das Merchandising rund

um das Thema anhand von verschiedenen Veredelungstechniken wie Gravieren, Drucken oder Sticken, die von Spezialisten dieses Bereichs hier präsentiert wurden. Diese waren platziert um ein Areal, auf dem sich Besucher mit zwei Profifußballerinnen beim Torwandschießen zugunsten der Gerald Asamoah Stiftung für herzkrankte Kinder messen konnten. So kamen haptische Werbung und Charity auf gelungene Weise zueinander.

## „Erwartungen übertroffen.“

### Armin Halfar, Halfar System

Wir haben uns überlegt, ob die Investition zur PSI-Teilnahme richtig war; allerdings nur bis zum ersten Messetag um ca. viertel vor Zehn. Ab dann kamen wir schnell zur Überzeugung, dass es die richtige Entscheidung war. Am Stand hatten wir



durchgängig eine hohe Besucherfrequenz und immer alle Hände voll zu tun. Toll und wichtig für uns war auch der hohe Exportkundenanteil, so dass sich für uns der Ruf der PSI als europäische Leitmesse bestätigt hat. Unsere Erwartungen wurden jedenfalls übertroffen.

Jetzt gilt es, den Schwung dieser PSI mit Blick auf 2024 aufzugreifen, um auch die ‚Unschlüssigen‘ wieder zum Kommen zu motivieren, auf dass die Messe wieder wächst und die Relevanz erhält, die sie verdient hat. Negativ aufgefallen sind uns allerdings die ‚Trittbrettfahrer‘, die teilweise mit ihren Außendienstmitarbeitern als ‚Besucher‘ augenscheinlich versuchten, auf den Gängen Kontakte zu knüpfen oder Geschäfte anzubahnen.

2023



## ökoRAUSCH

### Zukunftsfähige Lebensstile

Dass sich die Branche auch ihrer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst ist, zeigt der weiterhin wachsende Trend zu Nachhaltigkeit sowohl bei den Produkten, als auch in der Produktproduktion. Diesem Eingebundensein in einen gesamtgesellschaftlichen Kontext trug die auf der PSI gezeigte Wanderausstellung ökoRAUSCH Wissenswelt Rechnung, die sich mit zukunftsfähigen Lebensstilen und Gesellschaftsentwürfen befasst. Die partizipative Wissensausstellung knüpft an den Themenkomplex des nachhaltigen Designs an und macht ökologische und soziale Hintergründe greifbar: warum ist es nötig, einen neuen, ressourcenschonenden Umgang mit Materialien zu entwickeln? Weshalb engagieren wir uns für Gender-Gerechtigkeit? Mit welchen Instrumenten lässt sich die Umsetzung von gesellschaftlichen Visionen in die Realität befördern? Positive Lösungsvorschläge öffnen die Gedanken für alternative Lebens-, Konsum-, Produktions-, Wirtschafts- und Politikkonzepte, die ein gutes, ökologisch und sozial verantwortungsvolles Leben für alle ermöglichen können. Die Ausstellung ist ein Projekt des Stadt Land Welt e.V., gefördert durch die Stiftung Umwelt und Entwicklung Nordrhein-Westfalen.

### „Diese PSI macht einer Leitmesse alle Ehre.“

*Marcus Sperber, elasto*

Die Werbemittelbranche lebt vom persönlichen Dialog und dem steten Austausch mit der Community. Deswegen freuen wir uns umso mehr, dieses Jahr endlich wieder auf der PSI vertreten zu sein! Auch als

flächenmäßig kleinere Ausgabe macht die diesjährige PSI einer Leitmesse alle Ehre und zeigt, wie wichtig es für die Branche ist, ihre Ressourcen zu bündeln und sich auf ihre wesentlichen Ziele und Herausforderungen zu fokussieren. Es wäre daher wünschenswert,



wenn sich die PSI wieder zur früheren Größe weiterentwickeln würde. Hier erleben wir gerade einen vielversprechenden Aufbruch.

Wir haben wirklich sehr viel Betrieb am Stand, das hätten wir so nicht erwartet. Ausgebremst durch die entbehrensreiche Zeit der coronabedingten Einschränkungen nimmt das Miteinander im Zuge des Messegesehens nun wieder richtig Fahrt auf. Als zukunftsorientiertes Unternehmen informieren wir am elasto-Messestand über konsequente Maßnahmen zu Nachhaltigkeit und Umweltmanagement. Anhand der vielstimmigen positiven Resonanz vor Ort wird deutlich, wie wichtig diese zentralen Themen auch für unsere Branche sind.



## Mitgliedergesichter

### Bitte recht freundlich

Am Rande von Halle 9 war ein Fotografenteam eifrig damit beschäftigt, Mitgliedergesichter für eine PSI Imagebroschüre zu sammeln, die in Form einer Collage dort Eingang finden soll. Und bei dem erfolgreichen Verlauf des PSI Messe-Neustarts war es auch nicht schwierig, genügend glückliche und zufriedene Gesichter für diese Aktion zu finden.

## „Es ist sensationell, dass die PSI so viel Fahrt aufgenommen hat.“

### Dirk Müller, Leonardo

Die beiden Tage waren Spitze, wir sind sehr, sehr zufrieden. Als erfolgreiche Fachhandels-Marke haben wir nach und nach immer mehr im Bereich B2B Promotion Fuß gefasst, sind aber noch relativ neu in der Branche. Auch deswegen freuen wir uns besonders über das tolle Feedback der Kunden. Wir werden jedenfalls weiter im Promotion-Bereich investieren und unser Engagement ausbauen. Ein Hingucker ist natürlich unsere Lasergravur-Aktion hier am Stand: Interessierte Besucher können nach kurzer Zeit ihren individuell gravierten Glasbecher mit nach Hause nehmen.



## „Uns ist das Herz aufgegangen.“

### Oliver Leykam, Staedtler Mars

Zwar sind wir noch angeeignet mit einem unbestimmten Gefühl, das sich aber schon am Auftag in eine gute Stimmung wandelte. Und am ersten Messtag ab 9.15 Uhr ist uns das Herz aufgegangen. Wir sind einfach froh, wieder unter unseren Kunden zu sein, sie begrüßen zu dürfen. Und die Menschen am Stand sind geradezu wissbegierig. Der Besucherstrom ist nicht abgerissen, wobei der zweite den ersten Tag noch übertraf. Was uns besonders freut: Die PSI wird ihrem Ruf als internationale Leitmesse der europäischen Werbeartikelwirtschaft vollauf gerecht. Am Stand hatten wir Gäste von Portugal bis Osteuropa und Skandinavien bis Italien. Auch wenn der ‚Neustart‘ kleiner ausfällt, hat die Messe nichts an Qualität verloren. Die PSI bewegt sich wieder auf ihren ‚Ursprung‘ zu: Der Werbeartikel steht wieder im Mittelpunkt des Geschehens; eben genau so, wie wir uns eine schöne und erfolgreiche Messe vorstellen.



## „Ein Gewinn für die gesamte Branche.“

### Kai Gminder, Gustav Daiber

Ich bin sehr positiv überrascht vom Messeverlauf. Bereits am ersten Tag hatten wir einen viel höheren und viel internationaleren Zulauf als erwartet, zum Beispiel aus Frankreich, den Benelux-Staaten oder auch Osteuropa. Wir würden es bereuen, keinen Stand auf der PSI gebucht zu haben. Ich kann der Branche nur wünschen, dass sich wieder mehr Teilnehmer zu dieser Messe verpflichten. Der ‚Reset‘ hat gezeigt, dass dieses Format funktioniert. Wir haben durchweg positives Kundenfeedback erhalten. Die Besucher waren gefühlt viel entspannter als früher, wir hatten Zeit für intensive Gespräche und die Vorstellung unserer Neuheiten. Mit einer auch hier spürbaren guten wirtschaftlichen Grundstimmung blicken wir optimistisch ins neue Jahr. Unser Fazit: Die PSI war ein toller Erfolg für uns und ist sicher ein Gewinn für die gesamte Branche.



2023



## PromoSwiss Apéro

### Schweizer Flair bei koziol

Ein schon traditionelles Zeremoniell auf den PSI Messen ist der sogenannte Apéro des Schweizerischen Werbeartikelverbandes PromoSwiss. Als Gastgeber für den Empfang, bei dem der kommunikative Austausch und entspanntes Networking sowie erfrischende Getränke und leckere Häppchen die wichtigsten Ingredienzen darstellen, fungierte diesmal der Stand des Herstellers hochwertig-originellem Designprodukte koziol, der sich mit seinen unverwechselbaren Artikeln und Neuheiten erstmals auf einer Messe mit seinem aktuellen Markenrelaunch als „Die Nachhaltigkeitsmarke“ präsentierte. Die größte Innovation dieses neuakzentuierten Kernwerts ist die Umstellung nahezu der gesamten Kollektion auf biozirkuläres koziol Organic-Material. (Wir berichteten: PSI Journal 1/2023) Erstmals auf der PSI mit dabei: der neue PromoSwiss Präsident Urs Germann.



**Oben:**

Sichtlich gut gelaunt (v.l.): PromoSwiss Präsident Urs Germann, meterex-Chef Oliver Kuntze und Viola Proietti, Product Manager Membership PSI.

**Mitte:**

PromoSwiss Vorstandsmitglied Peter Kaiser mit charmanter Begleitung.

**Unten:**

Fröhliche Runde: Urs Germann (Bildmitte) und Apéro-Gäste.

## „Alle Befürchtungen haben sich in nichts aufgelöst.“

*Thomas Pfeiffer, Herka*

Ich muss zugeben, dass wir im Vorfeld der Messe etwas unsicher waren, wie das Messe-Comeback und die Stimmung der Kunden ausfallen würden. Aber alle Befürchtungen haben sich in nichts aufgelöst: Wir haben hier überwiegend intensive und fundierte Gespräche geführt und einen positiven Tenor auf Kundenseite registriert. Kunden, die sich wegen der Corona-Krise noch vorsichtig und zögerlich zeigten, konnten wir davon überzeugen,

dass eine hochwertige Marke Made in Europe eine gute Wahl ist. Denn gerade ein Markenversprechen ist ein Fixpunkt, der in unsicheren Zeiten für Stabilität und Sicherheit steht.

Das Thema Nachhaltigkeit steht auch hier am Stand ganz oben:

Wir bieten etwa Handtücher

aus leichter, unbehandelter und ungefärbter Baumwolle an. Ihre Herstellung spart Wasser, Energie und Chemie, darüber hinaus haben sie hervorragende Gebrauchseigenschaften und sind schnelltrocknend. Die Farbe verändert sich leicht im Gebrauch, was sie besonders interessant macht – auch für das begleitende Storytelling.





Stets umlagert war der Stand von MOUTH Propaganda, denn hier gab's eiskalt Leckeres zu schmecken.



## MOUTH Propaganda

### Eiskalt leckere Werbung

Unter den zahlreichen Newcomern in Halle 9 mit ihren erfrischenden neuen Werbeideen befand sich auch das Unternehmen mit dem sinnfälligen Namen MOUTH Propaganda. Seit 2020 kreieren die jungen Kreativen Werbebotschaften mit bleibendem (Geschmacks-) Eindruck. Die beiden Gründer kombinieren ihre Leidenschaft aus Konditorei (Massimo Futschik, Konditor und Speiseeismacher) und Design (Antonia Westerwinter, Kommunikationsdesignerin) zu einem unvergesslichen Geschmackserlebnis, das sich zudem auch im wahren Wortsinn sehen lassen kann – denn: Das Auge isst ja bekanntlich mit. Die Rede ist von einem individuellen Stieleis, welches in Farbe, Form, Geschmack und Verpackung komplett an die Wünsche des Kunden angepasst werden kann. „Jedes Eis wird bei uns in sorgfältiger Handarbeit und ausschließlich mit natürlichen Zutaten hergestellt“, so Geschäftsführer Massimo Futschik. Bereits ab einer Stückzahl von 300 fertigen die Kölner Stieleis für Events, Festivals, Firmenfeiern und vieles mehr. Neben dem 3D-Eis am Stiel bietet das Unternehmen auch Bechereis in Premiumqualität als Sorbet und Milcheis für seine Kunden an.

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

## „Es liegt uns viel daran, wieder Flagge zu zeigen und auf der PSI dabei zu sein.“

### Michael Donner, Passatgummi

Wir haben zwei ergiebige Messtage mit vielen und guten Gesprächen hinter uns. Als langjähriges PSI-Mitglied liegt uns viel daran, nach den zwei Jahren wieder Flagge zu zeigen und auf der PSI dabei zu sein. Die Messe ist eine perfekte Plattform, um Kunden über unsere Ballons aufzuklären. Immer wieder werden wir mit dem Vorurteil konfrontiert, Ballons seien aus umweltschädigendem Material. Das Gegenteil ist der Fall! Denn Ballons bestehen aus reinem Latex und sind damit sogar sehr nachhaltig. Denn der Kautschuk wird von lebenden Bäumen gesammelt und ist damit ein Naturprodukt, ebenso wie die daraus hergestellten Ballons, die beliebten und vielseitig einsetzbaren klassischen Werbeträger.



## „Wir waren hoch zufrieden.“

### Alexander Ullmann, uma Schreibgeräte Ullmann

Wir sind mehr als positiv überrascht über die große Anzahl guter, intensiver und wertvoller Gespräche. Selten hatten wir eine so hohe Besucherqualität über drei Messtage hinweg. Die Beraterplätze an unserem Stand waren fast ständig alle besetzt – auch mit vielen internationalen Kunden aus Skandinavien, England, Amerika oder Frankreich. Die Lieferanten, die nicht an der Messe teilgenommen haben, haben definitiv etwas verpasst. Die PSI hat den Stempel „Leitmesse“ voll und ganz verdient und mit dem Re-Start eine überzeugende Basis für die kommenden Jahre gelegt. Wer sich für die Werbeartikelwirtschaft interessiert, sollte sich auch für diese Branche einsetzen und hier vor Ort sein. Mein Resümee: Wir waren hoch zufrieden.



2023



Für das Kinder- und Jugendhilfe-Projekt ARCHE gemeinsam unterwegs auf der PSI: Moritz Neuhausen, mehrfacher Jugend-Europa- und Weltmeister im Billiard, Klaus Dittkrist, Cargo SEAL, und Wolfram Ziebart von Trophäenhersteller Award Star (v.li.).

## Service-Partner Cargo SEAL

# Logistik-Netzwerk mit sozialem Engagement

„Hier auf der PSI erläutern wir unser Leistungs- und Servicespektrum als Logistikpartner, aber auch unser umfassendes soziales Engagement“, erklärt Klaus Dittkrist, Geschäftsführer von PSI Service-Partner Cargo SEAL. In diesem Zusammenhang erklärt sich auch der Billardtisch, an dem der mehrfache Jugend-Europa- und Weltmeister Moritz Neuhausen sein Können demonstriert. Viele Besucher bleiben staunend stehen und fragen den jungen Champion nach Informationen, Tipps und Tricks. Dittkrist erläutert seine Aktion am Stand so: „Wir von Cargo SEAL sind selbst begeisterte Spieler im Betriebssportverein Hamburg e.V., mit dem wir uns auch gemeinsam bundesweit für das Kinder- und Jugendhilfe-Projekt ARCHE einsetzen, das benachteiligte Kinder und Familien unterstützt. Konkret bietet das Projekt Freizeitangebote, kostenlose Mahlzeiten, Bildungsförderung, Beziehungsarbeit, Feriencamps sowie Hilfen und Beratung für Eltern an. Cargo SEAL spendet pro verladenem Kubikmeter Fracht zwei Euro an ARCHE – unsere Kunden tun also gleichzeitig etwas Gutes für Kinder.“ Als professioneller Logistikpartner bietet Cargo SEAL der Werbeartikelbranche schon seit über 20 Jahren optimierte Versandlogistik an. „Dank fundierter Beratungskompetenz und über 40-jähriger Erfahrung können wir individuell auf die Probleme des Kunden eingehen und maßgeschneiderte Lösungen erarbeiten“, erläutert Dittkrist. „So finden wir etwa die optimale Platzierung der Kartons auf der Euro-Palette ebenso wie das passende Verpackungsmaterial und die geschickteste Transportlösung, wie etwa Ship and Truck.“ Es gibt mit Cargo SEAL also viele Möglichkeiten, seine Ware sicherer, schneller und preisgünstiger zu transportieren.

**„Wir hatten mehr Besucher am Stand als auf früheren Messen.“**

**Joachim Hackl, JHI Innovations**

Dass die PSI dieses Jahr kleiner ist, empfinden wir als Vorteil: Denn die Besucher kommen überall hin, sie nehmen sich mehr Zeit und geben uns die Möglichkeit, unsere Produkte ausführlicher zu

erklären. Wir haben in den letzten 20 Jahren als Aussteller schon viele PSI Messen erlebt und können sagen, dass wir definitiv mehr Kunden am Stand hatten als auf manchen früheren PSI Messen.



Wir haben hier einen regelrechten Run auf unsere Energiesparthermometer erlebt. Sie sind ein nützliches und

werbestarkes Tool, das perfekt in die aktuelle Energiespar- und Nachhaltigkeitsdebatte passt. Diese Liquid Crystal Produkte sind flache, leichte Thermometer, die nicht nur die Raumtemperatur angeben, sondern durch Zusatzinformationen und Gestaltung auch Energiesparoptionen aufzeigen. Das Flüssigkristall-Element ist in einen beidseitig individualisierbaren Papprahmen eingepasst, der etwa die angestrebte 19 Grad-Marke hervorhebt und das Sparpotenzial bzw. den Mehrverbrauch bei niedrigerer bzw. höherer Temperatur anzeigt. Zu den Einsatzmöglichkeiten zu diesen und ähnlichen Produkten haben sich auf der Messe fruchtbare Dialoge ergeben. Wir sind sehr zufrieden.



Listawood Vertriebsleiter DACH Ralf Uwe Schneider (links) demonstriert einem Standbesucher das neue 360°-UV-Digitaldirekt-druck-Konzept.

**„Wir haben die PSI sehr vermisst, denn sie bietet uns einzigartige Kontakte – auch dieses Jahr wieder.“**

*Peter Fuchs, Semo*

Wir haben hier auf der PSI wieder sehr viele Besucher gehabt, die von unseren hochwertigen, zertifizierten Plüschtieren begeistert waren. Unsere liebenswerten, naturgetreuen Spielzeugtiere muss man einfach in die Hand nehmen und spüren, wie sie sich anfühlen – und dazu brauchen wir Messen.

Besonders die PSI haben wir schmerzlich vermisst, da wir hier eine einzigartige Klientel treffen, die unsere seit über 40 Jahren etablierte, aus dem Fachhandel bekannte Marke schätzt. Als Mitglied im Spielwarenverband sind wir Sicherheit und Qualität ganz besonders verpflichtet. Wir können praktisch jedes Tier liefern und

entwickeln auf Kundenwunsch auch individuelle Kreationen, zum Beispiel für große Freizeitparks. Auch Unternehmen der unterschiedlichsten Branchen setzen unsere sympathischen Werbeträger ein. Nachhaltigkeit ist auch bei uns ein großes Thema: Wir präsentieren hier eine Eco-Edition mit 44 Modellen aus recyceltem PET, die sich in der Haptik nicht von den konventionellen Produkten unterscheiden. Da bei Plüschtieren die Haptik besonders wichtig ist, legen wir großen Wert darauf, dass sich die Kunden selbst davon überzeugen können. Das hat hier wunderbar funktioniert. Der andere Aspekt der Nachhaltigkeit ist die Langlebigkeit unserer Figuren und damit auch die lange Wirkung einer Werbebotschaft. Das konnten wir an den Messtagen sehr effizient vermitteln.

**„Es hat wieder richtig Spaß gemacht.“**

*Volker Griesel, FARE*

Wir hatten bislang zwei ausgesprochen gute Messetage, an denen echt viel los war. Der ‚Traffic‘ hat unsere Erwartungen weit übertroffen. Als Besucher konnten wir viele Stamm-, aber auch erfreulich viele Neukunden begrüßen, darunter auch ein guter Auslandsanteil.

Allen konnten wir tolle Neuheiten aus unserer Werbeschirmkollektion zeigen und vorführen, die durch die Bank super angekommen sind. Alles in allem hat diese PSI wieder richtig Spaß gemacht.

Wir haben die Entscheidung teilzunehmen auf keinen Fall bereut und hoffen, dass mit dieser Veranstaltung eine gute Basis für künftige PSI Messen geschaffen worden ist.



2023

## Listawood

### Kreativ-Wettbewerb „Jede Farbe auf jede Farbe“

Der britische Drinkware-Spezialist Listawood hat das Geschäftsjahr 2023 mit einem Stand auf der PSI-Messe und einem Kreativ-Wettbewerb unter dem Motto „Jede Farbe auf jede Farbe“ eröffnet. Hinter dem Motto verbirgt sich laut Listawood „das einzigartige Konzept, nahezu alle Thermoartikel des Listawood-Sortiments individuell nach Pantone® lackieren zu können und mit einem 360°-UV-Digitaldirektdruck zu veredeln“. Das Konzept bietet besonders große Druckflächen und einen eindrucksvollen 4c-Euroskala-Druck mit weißer Unterlegung. Es eröffnet vielfältige Möglichkeiten, punktgenaue Kommunikationslösungen und langlebige Markenbotschafter zu kreieren. Beim Wettbewerb hatten Werbemittelagenturen die Möglichkeit, die Evo-Therm Thermoflasche der Listawood-Kollektion in einer der Standardfarben (satiniert oder glänzend lackiert) zur Eigenwerbung zu gestalten. Für die drei überzeugendsten Eigenwerbungskreationen gab es jeweils 150, 100 und 50 satinierte Evo-Therm TREND oder glanzlackierte ESSENTIALS Flaschen mit 360°-UV-Digitaldirektdruck zu gewinnen.  
**www.listawood.com**

### „Der Markt braucht und nutzt diese Messe.“

**Armin Rigoni,**  
**Heri-Rigoni – emotion factory**

Ich kann mir diese Branche ohne die PSI nicht vorstellen. Auch der Zeitpunkt als Kick-off für das Werbeartikeljahr ist enorm wichtig. Es ist vor allem auch die internationale Präsenz und die Vielschichtigkeit der Aussteller, die diese Messe attraktiv machen für Besucher aus ganz Europa und darüber hinaus. Messen wie die PSI werden von Profis gemacht und das sollte auch so bleiben. Die PSI 2023 hat gezeigt, dass der Markt diese Messe braucht und nutzt.



### „Die PSI war eine tolle Messe, um unsere Neuigkeiten zu präsentieren.“

**Michael Hirsch,**  
**LIP Handelsgesellschaft / Hirsch Ideas**

Wir freuen uns, dass die PSI wieder stattfindet und hatten eine tolle Messe mit herausragenden Kontaktzahlen, auf der wir unsere großen Neuigkeiten präsentieren konnten: Zum einen haben wir das europäische Lizenz- und Vertriebsrecht für die in Amerika viel beachtete Marke Quickflip erworben. Quickflip ist ein Hoodie – eine Kapuzenjacke aus hochwertiger, innen angerauhter Baumwolle – die sich mit einem Griff in einen Rucksack verwandeln lässt. Man hat also das Kleidungsstück jederzeit griffbereit und behält dabei die Hände frei. Jede Jacke ist individuell gestaltbar: Sowohl das Innenteil, das als Backpack sichtbar wird, als auch die Jacke selbst kann im Sublimationsdruck veredelt werden. So eröffnen sich mit Quickflip interessante Design-Optionen und viele Werbemöglichkeiten, zumal es die Hoodies in vielen Farben und Größen gibt. Das große Interesse an dieser Innovation und die Gespräche, die wir hier geführt haben, haben uns ganz klar gezeigt: Kunden suchen vorrangig nach innovativen Produkten, die etwas Besonderes sind, vor allem dann, wenn ihre Budgets limitiert sind.



Darüber hinaus erweitern wir unser Sortiment um Textilien des französischen Unternehmens Sol's, wofür wir den Vertrieb für Österreich und Deutschland übernommen haben. Um alle neuen Möglichkeiten zu erklären, war diese PSI fast zu kurz – daher freuen wir uns darauf, unsere Kunden auch im Nachgang der Messe weiter beraten zu können.



TFA Dostmann

## Kunst am Stand

Das Unternehmen TFA Dostmann, Spezialist für Messgeräte aus Wertheim, zeigte auf der PSI 2023 an seinem Stand neben seinem Produktsortiment auch zwei Kunst-Objekte des experimentellen Künstlers Konrad Wallmeier. Er hat aus Alltagsgegenständen der Dostmann-Kollektion Objekte kreiert, die zum Nachdenken anregen. Das kinetische Kunstwerk „Stop the time“ vermittelt die Illusion einer Bewegung. Der Künstler verwendet dafür eine analoge Funk-Wanduhr von TFA Dostmann: Der Sekundenzeiger steht, die ganze Uhr dreht sich. Der Künstler möchte damit die Wahrnehmung der Betrachtenden auf die Zeit, den Moment lenken, auf den Versuch, die Zeit anzuhalten. „„Stop the Time“ überrascht, macht aus einem trivialen Alltagsgegenstand ein Objekt zum Nachdenken“, so Axel Dostmann. Ein weiteres Objekt mit dem Titel „Klimawandel“ benutzt ein Wetterhäuschen, um auf das wohl brennendste Thema unserer Zeit aufmerksam zu machen: „Das Thema geht uns alle an. Wir beeinflussen unser zukünftiges Klima durch unser Handeln. Jeder Einzelne“, so der Künstler. „Der Besucher tritt vor das Wetterhäuschen und bringt das Klima zum Rotieren oder eben nicht ...“ [www.tfa-dostmann.de](http://www.tfa-dostmann.de)



Die Kunstobjekte „Klimawandel“ (oben) und „Stop the time“ (links)

## „Total zufrieden.“

**Harry Saffer, STABLO Promotion Products**

Jetzt am dritten Tage können wir resümieren: Wir haben die Messe „überlebt“. Schon am ersten Tag haben uns die Besucher förmlich „die Bude eingearannt“. Wir hatten seit Langem nicht mehr so viel Frequenz am Stand. Unsre Arbeitsplätze waren ständig belegt und die Beratungsteams voll ausgelastet. Etwa die Hälfte der Standgäste stammt aus dem

Ausland. Wir sind begeistert vom neuen Format der PSI. Die Begrenzung auf zwei Hallen bringt auch Vorteile wie besseren Überblick und mehr Zeit für die und mit den Kunden. Gelungen finden wir auch die Gestaltung wie zum Beispiel das Community Café oder die Happy Hour. Die Platzierung unseres

„Cube“, der Nachempfindung der Unternehmenszentrale, könnte kaum besser sein. Hier lässt sich STABLO förmlich nacherleben, ist ein wesentlich intensiveres Networking möglich. So kamen viele qualitativ wertige Gespräche zustande, die dem Vertriebsteam Spirit geben und uns extrem motiviert ins neue Jahr starten lassen. Morgen fahren wir jedenfalls total zufrieden nach Hause.

## „Ein toller Re-Start.“

**Oliver Kuntze, meterex**

Wir freuen uns, dass wir nach drei Jahren Pause wieder hier ausstellen können. Es ist bereits unsere 51. PSI. Die Stimmung ist gut und wir spüren keine Spur von Messemüdigkeit nach so langer Abstinenz. Sehr positiv ist die hohe Internationalität unter den Besuchern – bei uns für den Export von großer Bedeutung. Wir hatten bislang viele neue Kontakte. Wichtig ist es uns aber vor allem hier unsere Neuheiten – darunter unsere neue Cutter-Produktlinie – präsentieren zu können. Die PSI ist ideal dafür. Insgesamt ein sehr guter Re-Start, trotz kleinerer Fläche. Eine runde Sache für uns und die gesamte Branche, sich nach außen in einem internationalen Umfeld wieder darstellen zu können. Ich bin mir sicher, dass wir im nächsten Jahr auf Ausstellerseite einige Rückkehrer erleben werden und würde mir wünschen, dass die Messe wieder gesund wächst. Alles in allem: ein toller Re-Start.



2023



Oben: Freude beim PSI-Neustart (v.l.): Volker Griesel (Fare), Silke Eckstein (SND), Armin Halfar und Kathrin Stühmeyer-Halfar (Halfar), Kai Gminder und Christof Kunze (Gustav Daiber), Jan Breuer (mbw).

Rechts: Gelöste und ausgelassene Stimmung beim CHOICE-Schwesternabend nach einem erfolgreichen zweiten Messttag.



## „Nachhaltigkeit ist längst kein Randthema mehr.“

*Bianca Seidel, Bianca Seidel Consulting*

Insgesamt empfand ich die PSI in diesem Jahr als sehr lebendig und aufgeschlossen. Als ich in den Jahren vor Corona in meinen Vorträgen und persönlichen Gesprächen auf der PSI über mein Kernthema „Nachhaltigkeit“ sprach, erhielt das Thema oftmals nur eine Randbeachtung von Seiten der Besucher, was es sicherlich auch für die Aussteller mit einem nachhaltigen Produktsortiment schwierig gemacht hat. In diesem Jahr hatte ich einen ganz anderen Eindruck: Die meisten Besucher zeigten sich sehr interessiert und offen. Viele Unternehmen machen sich ernsthafte Gedanken, wie

sie ihr Sortiment umweltfreundlicher und sozialer gestalten können. Sie entwickeln Konzepte, um auf fragile Lieferketten, aber auch gesetzliche Vorgaben wie das Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz, die EU Eco-design-Richtlinie und die EU Textil-Strategie reagieren können, um ihre Unternehmen zukunftsfähig

aufzustellen. Ich empfinde diese Entwicklung als sehr hoffnungsvoll und hatte viele gute Gespräche dazu. Wie wichtig das ist, erfahre ich täglich in meiner Arbeit als internationale Fachexpertin und Beraterin für Nachhaltigkeit in der Textil- und Bekleidungsindustrie. Wie können wir erwarten, dass der globale Süden auf bescheidenen Wohlstand verzichtet, während die Industrieländer ungehemmt die Erde, Menschen und Ressourcen ausbeuten? Dies ist längst kein Zukunftsmodell mehr.



## CHOICE

### Messefreuden nach 1095 Tagen „Abstinenz“

Auch diesmal hatten sich die Mitglieder der CHOICE-Unternehmensschwester Gustav Daiber, Fare, Halfar, mbw und SND Porzellan dazu entschieden, mit einem Gemeinschaftsstand an der PSI teilzunehmen. Wie sich zeigte, hat sich die Entscheidung gelohnt, denn die Besucherfrequenz – vor allem auch die internationale – und die Gespräche an den Beratungsplätzen überzeugten. Sichtlich und aufrichtig war denn auch die Freude der Gruppe, „nach 1095 Tagen der Abstinenz“ (wie es Halfar-Geschäftsführer Armin Halfar beim traditionellen Fachpresseempfang am Stand ausdrückte) wieder auf der PSI ausstellen zu können. Entsprechend gelöst und ausgelassen war dann auch die Stimmung beim anschließenden CHOICE-Schwesternabend in einer Lokalität des Düsseldorfer Medienhafens, wo man den zweiten Messtag ausklingen ließ.

## „Die PSI als einzige internationale Werbeartikel-Messe ist sehr wichtig für uns und unsere Kunden.“

**Harald Knauf, Burger Swiss Pen**

Auf der PSI als einziger internationaler Messe dabei zu sein, ist sehr wichtig für uns und das Fazit dieses Messeauftritts ist sehr positiv: Ungeachtet der kleineren Fläche hatten wir viele Kontakte und fundierte Gespräche – insgesamt etwa auf gleichem Niveau wie auf der letzten PSI 2020. Vor allem der zweite Messttag war überragend und wir sind sehr zufrieden mit dem Messeverlauf. Es freut uns ganz besonders, dass so viele Kunden nach Düsseldorf gekommen sind – ungeachtet der schwierigen Umstände der letzten Jahre und der sich häufenden Messetermine.

Große Resonanz bekamen wir auf unsere Kollektion von Schreibgeräten aus antimikrobiellem Kunststoff. Das doppelte Wirkprinzip der clinic® Kunststoffe ist belegt: Freie Radikale zerstören die Hüllen der Keime, während ein stark saures Milieu den Zellkern auflöst. Die selbstdesinfizierenden Stifte haben unter anderem Kliniken überzeugt und wurden schon vor der Corona-Zeit im Kampf gegen Krankenhauskeime eingesetzt. Während der Pandemie wurde der Nutzen dieses einzigartigen, hochwirksamen Materials noch deutlicher. Deswegen ist das Interesse an der clinic®-Serie ungebrochen, was sich auch hier auf der Messe gezeigt hat.

Beim Thema Nachhaltigkeit gehen wir ganz neue Wege. Denn als verantwortungsbewusster Hersteller wissen wir, dass die Entsorgung von Kunststoffen ein Problem ist, an dessen Lösung wir konstruktiv mitarbeiten müssen. Das tun wir, indem wir den Anteil an Produkten aus Recycling-Material steigern. Beim Recycling setzen wir Kunststoffe ein, die sonst wahrscheinlich dem Wertstoffkreislauf entzogen würden. Wir kooperieren beispielsweise mit Hotelketten, Raststätten und ähnlichen Betrieben, die uns ihre ausgediente Handtuchspender mit Kunststoffgehäusen liefern. Auch Kunststoffteile von ausgedienten Gefrierschränken werden von uns wiederverwertet. Wir arbeiten hier mit Verfahren, die mit minimalem Energie- und Ressourceneinsatz Kunststoffe mit den erforderlichen Eigenschaften wie etwa UV-Beständigkeit oder Abriebsfestigkeit hervorbringen. Darin sind wir sehr erfolgreich. Unsortierte Kunststoffabfälle erfordern dagegen das energieintensive, chemische Recycling, denn aus Müll kann man nicht ohne Weiteres hochwertige Produkte machen. Daher verwenden wir ausschließlich sortenreine Kunststoffmaterialien, die bereits jene Produkteigenschaften besitzen, die wir benötigen.



## „Die PSI ist nach wie vor die internationale Leitmesse und der wichtigste Ideengeber der Branche.“

**Ralf Uwe Schneider, Listawood**

Diese PSI punktet mit vielen neuen kleineren und mittleren Ausstellern, aber auch vielen großen Marken und Namen. Das zeigt die enorme Vielfalt dieser Messe und die große Bandbreite der Branche, die nun erst richtig wahrgenommen wird. Die PSI ist nach wie vor die internationale Leitmesse und der wichtigste Ideengeber, und davon profitiert die ganze Branche.

Wir haben hier eine sehr gute Besucherfrequenz bei erfreulicher Internationalität verzeichnet – sogar die Visitenkarten sind uns vorzeitig ausgegangen. Der Handel hat die letzten Jahre gut genutzt, ist offen für neue Ideen und setzt sich mit vielen neuen Themen auseinander. Das ist auch für uns Lieferanten spannend. Ein Highlight unseres Angebots, das hier großes Interesse geweckt hat, ist die hochwertige Veredlung, auch bei kleinen Stückzahlen: Wir bieten lackierte Edelstahl-Isolierflaschen in Pantone-Farben, aber auch vollflächigen Rundumdruck bei Tassen und Flaschen produktabhängig schon ab 30 oder 50 Stück.



2023



## Inkups Europe

### Hohe Druckqualität

Wieder mit von der Partie auf der PSI zeigte der weltweit renommierte Druckdienstleister Inkups Europe spezielle digitale und analoge Drucklösungen. Auf großes Interesse stießen der Helix® in Kombination mit ArtPrep, einer automatischen Software zur Vorbereitung von Druckvorlagen, der Helix ONE, der digitale Flachbettdrucker X5-T sowie der Tampondrucker 2200-PS, die am Stand zu sehen waren. Während der PSI hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, diese Maschinen in Aktion zu erleben und deren hohe Druckqualität auf einem Sortiment von Premium-Werbeartikeln zu begutachten. Bobby Grauf, Managing Director von Inkups Europe: „Wir freuen uns, 2023 wieder auf der PSI in Düsseldorf vertreten zu sein. Das Interesse des europäischen Marktes an unseren Lösungen nimmt weiter zu, und unsere PSI-Präsenz wurde so konzipiert, dass die herausragenden Fähigkeiten der Inkups-Produkte optimal zur Geltung kommen und potenzielle Kunden und Partner die Möglichkeit haben, sich von der Qualität der Werbeanwendungen zu überzeugen, die die Technologie bietet.“ [www.inkcups.com/europe/](http://www.inkcups.com/europe/)

## „Die richtige Entscheidung.“

*Peter Kaspar, Kalfany Süße Werbung*

Wir haben uns im Vorfeld überlegt, ob wir an der PSI teilnehmen und kamen zu dem Entschluss, den Stand zu buchen. Denn unsere Branche lebt von der haptischen Kommunikation und dem persönlichen Kontakt mit dem Kunden, der Emotionen und Bindung schafft. Wir müssen zu einem erfolgreichen Messekonzept wie diesem stehen, auch wenn es manchmal etwas zu kritisieren gibt. So haben wir als Süßwarenspezialist investiert in einen Stand mit vielen „leckeren“ Kontaktmöglichkeiten. Und im bisherigen Messerverlauf hat sich bewahrheitet, dass unsere Entscheidung richtig war, in dieser Form aufzutreten. Die Menschen sind ‚hungrig‘ gewesen, nicht nur auf unsere Produkte, sondern auch auf diese Messe. Bis jetzt ist es für uns ein Mega-Erfolg. Mit der Gummibären-Showproduktion am Stand demonstrieren wir unsere Kompetenz als Lebensmittelhersteller und haben genügend Raum für die Beratung der Kunden. Unser Konzept ist aufgegangen. Ich bin mir sicher, dass diese Messe wieder wächst – und würde mir wünschen, dass auch die Wettbewerber wieder da sind, denn die PSI lebt auch von der Vielfalt.



## „Europas wichtigste und größte Werbeartikelmesse.“

*Jan Breuer, mbw*

Wir sind sehr zufrieden mit dem Verlauf der Messe. Alle, die hier waren, haben etwas für die Branche getan. Gerade nach der Pandemie war dies wichtiger denn je. Nach der tollen Frequenz und Resonanz der Besucher – nicht nur unseres Standes – kann ich mir durchaus vorstellen, dass Lieferanten, die hier diesmal nicht präsent waren, sich vielleicht auch ein bisschen geärgert haben, keinen Stand gebucht zu haben. Der erfolgreiche Verlauf dieses „Comebacks“ hat erneut bewiesen, dass die PSI ihre Daseinsberechtigung als Europas wichtigste und größte Werbeartikelmesse voll und ganz verdient hat.





Vor allem die Pandemie hat uns gelehrt, **wie wichtig Schutz und Hygiene** für die Prävention von Keimen sind. Zusammen mit Produkten dieser Bereiche stehen auf den Folgeseiten auch Artikel zum Thema Arbeitssicherheit im Fokus.



PSI 48393 • MORE KAGIT SAN. VE TIC.LTD.STI  
 Tel +90 216 5338995  
 cem@morekagit.com.tr  
 www.morekagit.com.tr

## Überall gut zu Fuß

Ein bequemer Slipper ist nicht nur zu Hause oder im Urlaub eine gute Idee. Die Logo Slipper von More Kagit machen auch am Strand, im Hallenbad oder im Hotel eine gute Figur. Abgesehen vom komfortablen Fußbett und weiteren positiven Trageeigenschaften ziehen die Slipper sofort alle Blicke auf sich, denn die deutliche Individualisierung mit Werbeaussagen des Unternehmens hat lang anhaltende Wirkung. Eine schnelle Produktion und kurze Lieferzeiten sind weitere Pluspunkte, verspricht das Unternehmen.



## Schutz für sich und andere

Auch in diesen Zeiten kann noch jeder einen Beitrag zur Bekämpfung der Pandemie oder anderer Infektionskrankheiten leisten, indem er selbst nicht erkrankt und gleichzeitig andere schützt. Bei Schäfer Promotion weiß man das und rät: „Beim Sprechen, Ausatmen, Niesen oder Husten reduziert die FFP2 Maske die Verbreitung von Bakterien und Viren in der Raumluft.“ Durch das Tragen einer FFP2-Maske wird das Infektionsrisiko zwischen Personen deutlich reduziert. Die effektive Filtrationseffizienz der FFP2 Masken liegt auf Basis von fünf Schichten bei mindestens 95 Prozent. Die Atemschutzmaske FFP2 NR mit Nasenklammer ist einzeln verpackt und ab Lager (www.interhealth.shop) lieferbar.



PSI 46903 • Schäfer Promotion GmbH  
 Tel +49 170 777 2614  
 nbrandenburger@schaefer-global.com  
 www.schaefer-global.com

## Saubere-Umwelt Set

... aus dem Schwarzwald  
**ef**  
 emotion  
 factory



## Anzucht-Set



## Samenpapier Lustige Tierchen





PSI 49563 • Trendy Sport GmbH & Co.KG  
 Tel. +49 9171 975630  
 psi-trendysport@online.de  
 www.trendy-sport.com

## Nachhaltigkeit trifft Funktion

Mit der neuen Kork-Linie Cortica bietet Trendy Sport Faszienrollen und -bälle an, die zu 100 Prozent aus dem nachwachsenden und recycelbaren Rohstoff Kork hergestellt wurden. Kork ist zudem ein besonders langlebiges Material mit antibakteriellen und antiallergischen Eigenschaften. Die Faszienprodukte von Trendy Sport wurden speziell für die Selbstmassage entwickelt, wodurch auch schwer erreichbare Stellen effektiv massiert und entstandene Verspannungen gelöst werden können. Alle Produkte können mit Domings individualisiert werden.

## Hightech trifft zeitlose Eleganz

Die Lederwaren von Karlowsky Fashion werden mit viel Leidenschaft und Sorgfalt hergestellt. Ob stylische Schürzen oder Accessoires: Aus den schnörkellosen Workwear-Produkten spricht die ganze Kraft und Feinheit des hochwertigen Materials. Die durchdachte Funktionalität sorgt dafür, dass die Objekte aus Leder zu besonderen Begleitern im Arbeitsalltag werden. Um diesen Produkten einen persönlichen Charakter zu verleihen, bietet das Unternehmen jetzt auch die Lasergravur für seine Lederprodukte an. Im Gegensatz zur Prägung können filigranere Arbeiten wie Logos, Handschriften und weitere aufwendigere Grafiken umgesetzt werden, die im Vergleich zu einer möglichen Druckveredelung auch weitaus langlebiger sind. Die Vorteile Schnelligkeit, Präzision, Materialschonung und Langlebigkeit überzeugen sofort. Bei der Gravur auf Leder wird die oberste Schicht des Materials durch einen Hoch-Präzisions-Laser abgetragen. Das Ergebnis ist, abhängig von der Farbe, der Vorbehandlung und der Art des Leders, eine gut sichtbare, auffallende Gravur. Auch großflächige Grafiken bis 400 cm<sup>2</sup> lassen sich spielend einfach und schnell gravieren.



Karlowsky Fashion GmbH  
 Tel +49 39204 9128-0 • info@karlowsky.de  
 www.karlowsky.de





60°

bis  
5XL



## NACHHALTIGE FLEECEJACKEN IN 10 TRENDFARBEN

ZERTIFIZIERT | NACHHALTIG | WÄRMEND

AUS RECYCELTEM PLASTIK | AB 60° WASCHBAR | PFLEGELEICHTES MATERIAL  
BIS GRÖßE 5XL | PERFEKT FÜR VEREDELUNG GEEIGNET



PSI 46887 • Römer Wellness  
Tel +49 6541 812950  
info@roemer-wellness.de  
www.roemer-wellness.de

## Erste Hilfe für unterwegs

Ein zuverlässiger Begleiter, der im Fall der Fälle erste Hilfe leisten kann, ist bei Reisen unverzichtbar. Das First Aid Kit aus dem Sortiment von Römer Wellness eignet sich hier als praktischer und leichter Werbeartikel für unterwegs. Das Set mit deutscher Markenware enthält ein Verbandtuch, eine Fixierbinde, eine Mullbinde und viele mehr. Das Set ist unerlässlich für die Erstversorgung und mit einem Werbeaufdruck auf der Box wird dieses Produkt zum nützlichen Giveaway. Das First Aid Kit gibt es wahlweise mit einem Gehäuse in Rot, Grau oder Blau.



## Richtungsweisend und sicher

Ob als Brandschutz-/Erste-Hilfe-Kennzeichnung, als Hinweise mit Gefahrensymbol, Leitsysteme oder Fluchtwegkennzeichnung: emco Messagematten mit nachhaltigem ECONYL® Garn für mehr Arbeitssicherheit können individuell gestaltet und mit Firmenlogo versehen werden. Auch erhöhte Hygiene- oder Sicherheitsanforderungen wie „schwer entflammbar“ oder „industriell waschbar“ sind problemlos möglich. Zu den Vorteilen gehört neben der Produktion in Deutschland die Realisierung individueller Maße, die hohe Schmutz- und Feuchtigkeitsaufnahme sowie eine geringe Stolper- und Rutschgefahr.



PSI 47306 • emco Bautechnik GmbH  
Tel +49 591 9140603 • n.rudau@emco.de  
www.emco-bau.com



## Für den Notfall gerüstet

Mit dem Notfall-Radio von Promotia sind Anwender für alle Blackout-Fälle optimal gerüstet. Das innovative Gerät sollte daher in keinem Haushalt fehlen. Das Survivor Kurbelradio kommt mit integrierter Powerbankfunktion, einem Solarpanel, zusätzlicher Dynamo-Funktion sowie einem aufladbarem 4000 mAh-Akku zum Empfänger. Es bietet eine SOS-Alarm-Funktion, ein AM/FM-Radio, eine LED-Taschenlampe mit 4 Modi, eine LED-Leselampe mit Bewegungssensor und ist mittels USB-Kabel aufladbar.

PSI 49623  
 Industriererbung Promotia GmbH  
 Tel +43 1 4054615-19 • info@promotia.at  
 www.promotia.at

## Seifendosen für gepflegte Hände

Als einen „Held im Badezimmer“ bezeichnet die Dosenspezialist GmbH ihre neue Seifendose. Sie gilt als unverzichtbares Accessoire für alle, die ihre Hände mit dem kleinen Aromablock, der nach Urlaub auf Madeira und Kokosdrinks riecht, sauber halten wollen. Die Dosen sind so designt, dass überschüssiges Wasser ablaufen kann. So wird verhindert, dass Seife in der Dose klebt.



46897 • Dosenspezialist GmbH  
 Tel +49 3621 733800  
 info@dosenspezialist.de  
 www.dosenspezialist.de

## Süßer Leitfaden lässt schmunzeln

Als lustig-leckeres Produkt von Der Zuckerbäcker kommen die vegetarischen Fruchtgummi Schnüre mit Apfelmack als essbarer Leitfaden daher. Dass es mit der Arbeitssicherheit „wie am Schnürchen läuft“ vermittelt man mit diesem Produkt lecker und mit Leichtigkeit. Zudem ist ein fröhliches Schmunzeln garantiert. Die Fruchtgummischnüre gibt es in den Sorten Erdbeere (rot), Cola (braun), Apfel (grün) oder bunt gemischt. Bereits ab 250 Stück kann der Artikel vollflächig und vierfarbig bedruckt werden.



PSI 48449 • Der Zuckerbäcker GmbH  
Tel +49 7131 8996146  
werbartikel@der-zuckerbaecker.de  
www.suesses-schenken.de



## Tipps für alle Lebenslagen

Wachsflecken auf der Tischdecke und Rotweinflecken auf dem Hemd sind zwar ärgerlich, dank der Tipps und Tricks in diesem Buch aus dem EMF-Verlag aber kein Grund zur Sorge. Mit einfachen Hilfsmitteln verschwindet jeder noch so hartnäckige Fleck ohne große Mühe. Doch nicht nur zum Putzen und Reinigen finden sich in diesem Buch Anleitungen und Lifehacks. Auch Hausmittel gegen Erkältungen, Hinweise zum Beseitigen von schlechten Gerüchen und allerlei Tricks für Küche, Schönheit und verschiedene Alltagsprobleme sind zu finden. Seitenzahl, Design und Ausstattung des Buchs passt der Verlag (Edition Michael Fischer) an Kundenwünsche an.

PSI 49982 • Edition Michael Fischer GmbH  
Tel +49 89 21310750  
tatjana.bleiler@emf-verlag.de  
www.emf-verlag.de

# AUS LIEBE ZUM PFERD

09. – 15. MÄRZ 2023  
MESSEGELÄNDE ESSEN



**JETZT SCANNEN  
UND DIREKT TICKETS  
SICHERN!**



Built by



In the business of  
building businesses

## EQUITANA

WELTMESSE DES PFERDESORTS

# 2023

EQUITANA.COM

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



## Energischer Virenkiller

Metmaxx® Charge&CleanStation ProUV ist sicher, schützt die Gesundheit und erlaubt induktives Laden: Das UV-C-Licht neutralisiert Viren, Keime und Bakterien, gerade auf dem Smartphone, aber auch auf Schlüsseln, Geldbörse oder Maske können Millionen von Keimen und Viren unterschiedlichster Natur sein. Diese Gegenstände werden permanent angefasst und bergen somit Weiterverbreitungs- und Ansteckungsgefahren. Daher ist es besonders wichtig, diese Artikel und insbesondere das Smartphone-Display regelmäßig zu reinigen. Die Charge&CleanStation ProUV desinfiziert Gegenstände und Flächen schnell, effektiv und umweltschonend, ohne Zugabe von Chemikalien oder Freisetzung von Ozon. Die Trennung von Desinfektion und induktivem Laden erlaubt die Desinfektion des Handys, während dieses etwa über Nacht aufgeladen wird – und weitere Gegenstände des täglichen Bedarfes gleichzeitig desinfiziert werden können. Die Sicherheitsfunktion verhindert beim Abheben des Deckels, der auch separat als Wireless Charger funktioniert, durch automatisches Ausschalten des UV Lichts den direkten UV-C Licht-Blickkontakt, wodurch die Augen geschädigt werden können. Kein Medizinprodukt, keine PSA.

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



## Helm ab zum Bürsten

Mit der Helmbürste von Frank Bürsten gehen werbende Unternehmen auf Nummer sicher und verhelfen ihrer Zielgruppe gleichzeitig zu einem sauberen Auftritt. Der farbenfrohe und aufmerksamkeitsstarke Werbeartikel in Form eines original Bau- und Sicherheitshelms sorgt dank Kleiderbürste mit synthetischen Borsten für saubere Kleidung und paart somit Zweckmäßigkeit mit einer originellen Optik. Durch die Kombination von Bürste und Helm assoziiert der Verwender mit dem werbenden Unternehmen zudem positive Eigenschaften wie Sicherheit und Zuverlässigkeit. Die Helmbürste ist in Weiß, Schwarz, Gelb, Orange, Rot und Blau erhältlich. Frank Bürsten bietet für die Helmbürste einen Präsentkarton an, mit dem der professionelle Auftritt perfekt abgerundet wird. Auf Wunsch lässt sich der Helm oder der Präsentkarton mit individuellen Werbebotschaften oder Logos veredeln.



PSI 49110 • Stickerei Klam  
Tel +49 7129 92869-0 • mail@klam.de  
www.stickerei-klam.com

## Workwear nach Maß

Die richtige Bekleidung trägt erheblich zur Sicherheit im Arbeitsalltag bei. Sie sollte dabei funktional sein, alle wichtigen Materialeigenschaften erfüllen und trotzdem durch eine herausragende Optik und Passform überzeugen. Klam bietet diese hochwertige und individuelle Workwear nach Maß an. Ob feuerhemmende Bekleidung, ein modern geschnittener Arbeitsoverall oder auffällige Warnschutzkleidung: Das Unternehmen veredelt diese ganz nach Kundenwunsch mit feuerhemmenden oder leuchtenden Garnen direkt am Unternehmensstandort in Lichtenstein.

## Zum Niederknien bequem

Die neuen Kniekissen von Foamworld by Promowolsch erhöhen sowohl die Arbeitssicherheit als auch das Gesundheitsempfinden nicht unwesentlich. Kein Fliesenleger muss mehr wie viele andere Handwerker auch, ungeschützt auf den Knien liegen. Arthrose sollte keine Berufskrankheit der schwer arbeitenden Bevölkerung sein, wenn Vorsorge betrieben wird, sagt der Hersteller. Auch für die Hausfrau, die den Garten bearbeitet, putzt oder sonstige knieende Tätigkeiten vollbringt, ist eine dankbare Zielgruppe.



PSI 44724 • Promowolsch GmbH & Co. KG  
Tel +49 2942 570201  
info@promowolsch.de  
www.promowolsch.de



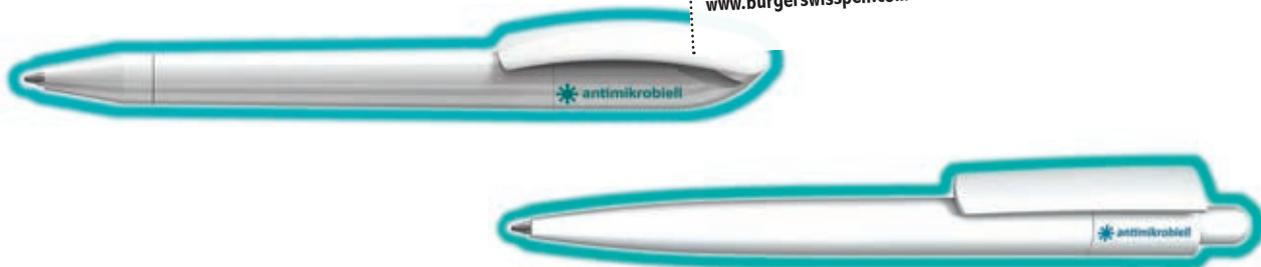
PSI 41016  
 Heri-Rigoni GmbH – emotion factory  
 Tel +49 7725-93930 • armin.rigoni@heri.de  
 www.heri.de • www.emotion-factory.com



## Müll gehört in die Tüte

Drei Viertel des Mülls im Meer besteht aus Plastik, berichtet der WWF aktuell. Auch in der Natur liegen Verpackungen oft nicht im Mülleimer. Es wird also Zeit aktiv etwas gegen diese Naturverschmutzung und für den Umweltschutz zu machen. Das Saubere-Umwelt-Set der emotion factory ist da eine wirklich saubere Idee. Dieses neu entwickelte Werbemittel hilft, Abfall dahin zu bugsieren, wo er hingehört: In die Tüte. Gemeinsam mit einer Zange aus Pappe werden sieben Plastikbeutel, die aus Getreide- und Pflanzenmaterialien als Biomasse hergestellt werden, geliefert, die im Pergaminbeutel mit individuellem Reiter verpackt sind. Darauf ist ausreichend Platz für eine Werbebotschaft.

PSI 45956 • Burger Pen AG  
 Tel +41 26 4959470 • info@burgerpen.com  
 www.burgerswisspen.com



## Neue Hygienemaßstäbe für Kugelschreiber

Der Schweizer Schreibgeräteproduzent burger swiss pen setzt mit \*clinic® Kunststoffen neue Hygienemaßstäbe für Kugelschreiber. Diese Materialien wurden speziell für Kliniken und Arztpraxen entwickelt und eliminieren Coronaviren und multiresistente Mikroben innerhalb kurzer Zeit. Dafür wurde der Hersteller nun mit dem Promotional Gift Award 2022 ausgezeichnet. In die \*clinic® Kunststoffe sind mikroskopisch kleine Halbleiter eingebettet, die auf der Oberfläche eine hohe elektrostatische Spannung erzeugen. In Verbindung mit Luftfeuchtigkeit entstehen Sauerstoffradikale und ein keimtötendes, saures Milieu, ähnlich dem natürlichen Säure-Schutzmantel der Haut. Einmal durch Licht aufgeladen, erhält sich die Reaktion von selbst. Da sich Katalysatoren so gut wie nicht verbrauchen, hält die keimtötende Wirkung garantiert zehn Jahre an – stets zuverlässig und unvermindert in der Wirkung. Die Wirkstoffe sind zu 100 Prozent biokompatibel – das bedeutet, unschädlich für Gesundheit und Umwelt. Das ist die mit Abstand biologisch beste Hygiene-Lösung für Kugelschreiber. Die Wirkweise ist wissenschaftlich bestätigt, zertifiziert und patentiert. Die \*clinic® Technologie besitzt als einziges mikrobiell wirksames Biozid die EU-Zulassung. Der \*clinic® Kunststoff enthält kein Silber, keine Silberionen oder Nano-Partikel. Die \*clinic® Schreibgeräte sind also der ideale Werbeartikel – nicht nur für Kliniken, Arztpraxen, Physiotherapeuten und die Gastronomie, sondern auch der ideale Kampagnen-Begleiter für den Neustart von Fluggesellschaften, Hotels und der gesamten Tourismusindustrie. Denn eines ist gewiss – nach Corona werden die Hygiene-Standards höher sein als je zuvor. Alle \*clinic® Kunststoffe erfüllen diese hohen Standards schon heute – warum sollte man mit weniger zufrieden sein?

## Sauber durchs Jahr

Mit einem neuen Geschirrspülmittel glänzt Sanders Image-tools. Schon ab 100 Stück ist der 250 ml Spender erhältlich. Das Spülmittel in Profi-Gastro-Qualität entfernt dank der extra starken Reinigungskraft mit Aktiv-Fettlöseformel Speisereste und Fett im Handumdrehen, ist gut abspülbar und duftet nach Apfel-Limette. Als Werbeartikel ist es perfekt geeignet für alle Themen rund um Küche, Haushalt, Home Office. Der Spender wird aus 100% recyceltem PET hergestellt, ist frei von Bisphenol-A und selbst wieder vollständig recyclebar. Er transportiert Werbebotschaften nachhaltig und langfristig.



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

## Hygienisch sicher snacken

Wer kennt nicht das unsichere Gefühl und die hygienischen Bedenken, wenn eine Schüssel mit leckeren Nüssen auf dem Tresen steht? Dafür gibt es jedoch eine saubere Lösung. Mit dem Snagger hat das gleichnamige Unternehmen den ersten wiederbefüllbaren und hygienischen Snack-Spender entwickelt. Die Front des Spenders und/oder der Deckel bieten eine optimale Werbefläche. Eine individuelle Farbgebung der Einzelteile ist ebenfalls möglich. Die Snagger GmbH ist spezialisiert auf die Entwicklung und den Vertrieb eigener Produkte. 2020 wurde der Snackspender als erstes Produkt in die Serie überführt.



PSI 60203 • snagger GmbH  
Tel +49 375 21186360  
hello@snagger-germany.com  
www.snagger-germany.com

## Toppoint und Intraco Trading bündeln ihre Kräfte

Toppoint B.V. aus Hengelo (OV) und Intraco Trading B.V. aus Wormerveer haben ihre Kräfte gebündelt. Die Intraco-Aktivitäten „Promotional technology“ und „Loyalty & Incentives“ werden ab Mitte Februar 2023 von Toppoint fortgesetzt. „Die Produktpaletten der beiden Unternehmen ergänzen sich perfekt, sodass wir unseren Kunden ein noch breiteres und tieferes Sortiment anbieten können“, sagt Bas Lensen, CEO von Toppoint. Mit der Integration der Intraco-Aktivitäten hat Toppoint sein Markenportfolio erweitert (einschließlich Xoopar, Xtorm, Jays, Philips, Fresh 'n Rebel, etc.). Dies schafft nach Unternehmensangaben ein breites Angebot an hochwertigen Technologieprodukten und stärkt damit die Position von Toppoint auf dem europäischen Markt. Die

# TOPPOINT

**Toppoint – Intraco**

gesamte Kollektion und die neuen Produkte können ab Mitte Februar 2023 über die Extranetseite von Toppoint B.V. bestellt werden. Bis dahin gelten die bekannten Kontakte bei Intraco. Henk Duijsters, Interims-Direktor & Vorstandsmitglied der Intraco Holding: „Neben den erweiterten Möglichkeiten in Bezug auf Produkt- und Marktentwicklung gewährleistet diese Integration eine Kombination von Aktivitäten. Vor allem aber wird die Bündelung der Kräfte und des Know-hows zu einem verbesserten Service und Support führen.“ Der Integrationsprozess obliegt Bettina Peereboom (Interim CFO), Edgar Schreuder und Gilbert Schenkhuizen in Zusammenarbeit mit dem Management von Toppoint und Henk Duijsters. CEO Marc Zwiers und Commercial Manager Benelux Rico Hoeboer haben ihre Arbeit bei Intraco beendet.

Toppoint B.V. und Intraco Trading B.V. sind Teil des schwedischen börsennotierten Unternehmens New Wave Group AB. Die New Wave Group entwirft, erwirbt und entwickelt Marken sowie Produkte in den Bereichen Geschäftsausstattung, Geschenkartikel und Heimtextilien. [www.toppoint.com](http://www.toppoint.com) • [www.intraco.nl](http://www.intraco.nl)

## Kulik Werbemittel nun Teil der WER

Im Oktober 2022 hat die WER GmbH mit Hauptsitz im Münsterland den bayrischen Marktbegleiter Kulik Werbemittel übernommen. Es ist bereits die zehnte Übernahme des Sendener Werbemittel- und Fullservicespezialisten. „Wir freuen uns sehr, dass sich – nach Max Richter aus München und Nils Sprinkmann aus

**WER**

Frankfurt im vergangenen Jahr – mit Lysann Kulik nun bereits die dritte, junge UnternehmerIn entschieden hat, künftig nicht mehr selbstständig, sondern als Teil der WER am Markt zu agieren“, erläutert Mirco Häßlich, neben Alex Heinecke und Marc Strickrodt einer der drei Inhaber der WER GmbH. Mit der Übernahme wird die Präsenz in Süddeutschland weiter ausgebaut. Dort hat die WER GmbH nun neben den Büros in München und Rosenheim auch ein Standort im Großraum Nürnberg. „Für mich war entscheidend, dass ich mich in Zukunft wieder voll auf

Bild (v. l.): Mirco Häßlich, Lysann Kulik, Alex Heinecke, Marc Strickrodt.

die Beratung meiner Kunden konzentrieren kann. Zudem gibt mir das breite Leistungsspektrum der WER mit Fullservice, Textil On Demand, Import und vielem mehr die Möglichkeit, meine Kunden in Zukunft noch besser zu betreuen“, so Lysann Kulik. „Lysann passt mit ihrer aktiven, positiven Art hervorragend in unser dynamisches Team“, erklärt Alex Heinecke den Zusammenschluss. Mit der neuerlichen Übernahme wird die Expansionsstrategie der WER GmbH durch organisches und anorganisches Wachstum weiter fortgesetzt. Mit ihren nun gut 80 MitarbeiterInnen und der Positionierung im Strecken-, Fullservice- und Onlinebusiness hat sich die WER GmbH einen Namen in der Werbemittelbranche gemacht und betreut Kunden in Deutschland, Großbritannien, Luxemburg, Österreich und der Schweiz. [www.wer-gmbh.de](http://www.wer-gmbh.de)

## 24.A uflage erstmals eintägig

Die jüngste Werbemittelmesse München – organisiert durch die Promo Event GmbH – fand bei ihrer 24. Auflage erstmals als eintägige Veranstaltung statt. Laut einer Mitteilung der vier einladenden süddeutschen Trägeragenturen admixx, Hagemann-Gruppe, Holfelder und ipm-Gruppe kamen am 19. Januar 2023 „weit über 800 Besucher aus Industrie und Mittelstand“ in die Halle 4 des MOC Event Center Messe München, um sich über die Neuheiten der haptischen Werbung bei 100 Ausstellern aus dem Lieferanten- und Herstellerbereich zu informieren und sich über effektive Werbemöglichkeiten beraten zu lassen. Dabei lag der Fokus auf nachhaltigen Produkten.

Veranstalter und Aussteller zeigten sich mit der Resonanz zufrieden: „Es konnten deutlich mehr als 10.000 Anfragen an diesem einen Tag generiert werden“, so die Mitteilung der Veranstalter. Weiter heißt es dort: „Neu bei der wmm '23 waren neben einer zeitgemäßen Modernisierung des Logos ein Social Media Konzept, das mit fast 140 Posts für eine hohe Aufmerksamkeit sorgte.“ Ebenfalls neu: ein Areal für „Highlight & Bestseller“. Hier konnten die Aussteller ihre innovativsten und nachhaltigsten Produkte präsentieren. Außerdem wurde digitaler Show-Room für Neuheiten der Aussteller wurde eingerichtet, der drei Monate als „Messe-Nachlese“ einsehbar ist.

[www.werbemittelmesse-muenchen.de](http://www.werbemittelmesse-muenchen.de)



## 17.W erbemitteltag in der „Arena der Ideen“

Neue Location, mehr Fläche, doppelte Ausstellerzahl: Nach zwei Jahren Pause startet die Bartenbach Gruppe wieder durch und lädt am 9. März 2023 zum 17. Werbemitteltag in die „Arena der Ideen“. Die Neuauflage der Fachmesse findet erstmals in der MEWA-Arena statt. In der sportlichen Heimat von Erstligist 1. FSV Mainz 05 treffen sich dann wieder Fachbesucher\*innen aus Gewerbe, Handel, Industrie und Handwerk. Aber auch interessierte Kommunikations- und Marketingfachleute bzw. Young Professionals sind hierbei willkommen. Wie immer steht die haptische Werbung im Mittelpunkt: sehen, erleben und anfassen. Das Stadion bietet dafür die optimale Infrastruktur: Es finden über 60 Aussteller Platz. Anmeldungen sind jetzt schon möglich unter [www.werbemitteltag.de](http://www.werbemitteltag.de).

Hier finden Unternehmen einen Überblick in der Werbeartikel-Welt sowie praktische und individuelle Entscheidungshilfe bei der Auswahl des passenden Werbemittels. „Nach zwei Jahren pandemiebedingter Pause freuen wir uns auf den 17. Werbemitteltag, die größte Fachmesse für Werbeartikel im Rhein-Main-Gebiet“, so Geschäftsführer Tobias Bartenbach.

Die Besucher erwarten Ideen zu Corporate Wear und digitalen Lösungen, umfangreicher Know-how-Transfer durch Vortragsprogramm und Best Cases sowie ein emotionales Bühnen- und Rahmenprogramm.

Die Bartenbach Werbemittel GmbH & Co. KG bietet als Großhändler im Bereich Werbemittel und Printproduktion ein Full-Service-Konzept – bestehend aus den Leistungsbausteinen Beratung und Konzeption, Gestaltung und Produktion sowie Konfektionierung und Kommissionierung inklusive Lagerhaltung (Fullfillment). Bartenbach Werbemittel ist ein Tochterunternehmen der Bartenbach AG.

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



## „Ideen Vielfalt“ im Zeichen der Nachhaltigkeit

Nach zwei Jahren pandemiebedingter Pause konnte das Schuelbe Promotion Service Team auf seiner 28. Werbeartikelmesse am 26. Januar Aussteller und Besucher endlich wieder persönlich und – wie bei Schuelbe selbstverständlich – herzlich empfangen. Das Traditionsevent zum Jahresauftakt im Mövenpick-Konferenzcenter des Flughafens Nürnberg stand 2023 ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit. Unter dem Motto „Ideen Vielfalt“ präsentierte das Schuelbe-Team gemeinsam mit 30 Ausstellern spannende Produktideen und attraktive Sonderaktionen.

„Der Trendfokus lag in diesem Jahr vor allem auf Produkten aus europäischer und deutscher Produktion, mit kurzen Lieferzeiten und aus nachhaltigen Materialien“, erklärt Kathrin Harris, die sich im Unternehmen um das Marketing und den Verkauf kümmert.

Um diesem Ansatz gerecht zu werden, hatte das Team auch diesmal sorgfältig geplant, welche Produkte hervorgehoben und welche Lieferanten eingeladen werden. „Wir möchten unseren Kunden eine nachhaltige und hochwertige Produktpalette anbieten, bei der für jeden Geschmack etwas dabei ist“, so Moritz Schülbe, stellvertretender Geschäftsführer. Neben bestehenden Markenausstellern wie Prodir, koziol, Faber-Castell und Blomus waren auf der Werbeartikelmesse 2023 auch erstmalig Artikel von VonMählen, KlosterKitchen und Waterdrop vertreten.

Für Schuelbe gestaltete sich die Messe „als voller

Erfolg“. 250 Besucher aus 120 Unternehmen waren der Einladung gefolgt und fanden passende Produkte: „Wir kommen immer sehr gerne hier her, weil das Ambiente rundum einfach passt. Es gibt genügend Aussteller, bei welchen man sich rundum informieren kann“, lobt Elisabeth Helmreich von der Augustana-Hochschule. Die Produktvielfalt kann Astrid Beck von der Steuerberaterkammer Nürnberg nur bestätigen: „Wir sind jetzt schon auf fünf Ständen und überall fündig geworden – also es macht Spaß hier!“

Ein besonderes Highlight der Produktschau waren die zahlreichen Sonderaktionen. Auch hier standen die Themen Nachhaltigkeit und kurze Lieferketten im Mittelpunkt. Vorbildliche Beispiele sind der in Europa hergestellte Kugelschreiber „OCEAN“ von UMA aus Ocean Bound Plastic oder der recycelbare Behälter „BUDDY 0,5“ von koziol, aus klimaneutraler Produktion und „Made in Germany“.

Schuelbe Promotion Service ist ein inhabergeführtes Familienunternehmen mit Sitz in Röthenbach an der Pegnitz in der Nähe von Nürnberg. Der Fullservice-Werbeartikeldienstleister betreut seit 1970 Industriekunden aus allen Branchen. Zum Kundenstamm gehören Global Player und Mittelständler. Geschäftsführer ist Andreas Schülbe. Er führt das 10-köpfige, familiäre Team in der zweiten Generation. Seit 2017 bringen sich auch Tochter Kathrin und Sohn Moritz in das Unternehmen ein. Mit jungen frischen Ideen ergänzen Sie perfekt die langjährige Erfahrung zum wirkungsvollen Einsatz von Werbeartikeln.

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



Schuelbe Promotion Service

Der stellvertretende Geschäftsführer Moritz Schülbe (links) im Kundengespräch.



Das Schuelbe-Team freute sich auf die erste Hausmesse nach der Pandemie-Pause.

## Partner für professionelle Werbedisplays

Showdown Displays Europe B.V. ist ein in den Niederlanden beheimateter Hersteller von Werbeschilddern, Displaysystemen und POS-Materialien wie Rollbanner, Beachflags, Zelte, Theken und mobile Messewände. Mit eigener europäischer Produktion und eigenem Druckzentrum präsentiert sich das Unternehmen als One-Stop-Shop für Werbedisplays und liefert auf diesem Gebiet maßgeschneiderte Lösungen.

Das Veranstaltungsgeschäft boomt, überall werden Ausstellungen und Events organisiert. Die Nachfrage nach Werbedisplays steigt und bringt viele Möglichkeiten für Teilnehmer und Organisatoren. „Showdown Displays hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Werbemittelhandel zu unterstützen, sein Sortiment um Werbedisplays und Eventprodukte zu erweitern. Als Produzent, Drucker und Großhändler mit zwei Lagern in ganz Europa haben wir mehr zu bieten als nur ein gutes Qualitätsprodukt“, so Nicola Forani, Director New Business Development bei Showdown Displays Europe.



**Nicola Forani, Director New Business Development bei Showdown Displays Europe.**

Das Angebot des Unternehmens beinhaltet einen umfassenden Service. Nicola Forani: „Wir personalisieren Displays nach Wunsch. Den entsprechenden Aufdruck können wir in Größe oder Farbe ändern oder sogar eine komplett individuelle Lösung von Grund auf ganz nach den Vorstellungen des Kunden herstellen. Dabei begleiten wir beratend von der ersten Idee, die verschiedenen Display-Produktoptionen und Individualisierungsmöglichkeiten bis hin zum Direktversand direkt an den Endkunden, entweder als neutrale Sendung oder mit gebrandetem Lieferschein.“

Showdown Displays Europe selbst ist Teil der global agierenden Showdown Displays Gruppe mit Sitz in Minnesota, USA. Das Unternehmen ist bereits seit vielen Jahren weltweit in der Werbeträgerbranche tätig. Weitere Informationen zu den Dienstleistungen und dem Marketing-Support sind zu finden unter: [www.showdowndisplays.eu](http://www.showdowndisplays.eu)



### Showdown Displays Europe

## 7 ei Neuzugänge

Bartenbach Werbemittel baut das Team weiter aus: Olga Reger und Serhat Kilic verstärken zum Jahreswechsel das Team des Mainzer Werbeartikelgroßhändlers. Reger wechselt von der Factotum Handelshaus in Wiesbaden, wo sie neun Jahre im Vertrieb im Werbemittelbereich tätig war. Frühere Stationen waren UGW in Wiesbaden sowie Sit & Watch in Bielefeld. Bei Bartenbach Werbemittel betreut die 36-jährige Projektmanagerin u.a. Communisis, TIP, Freshfields, CWS, Die Autobahn, Azurit sowie die Katharina Kasper Gruppe.



### Bartenbach Werbemittel

**Olga Reger und Serhat Kilic verstärken zum Jahreswechsel das Team des Mainzer Werbeartikelgroßhändlers.**  
Bildrechte: Bartenbach Werbemittel

Wieder zurück ins Team von Bartenbach Werbemittel kehrt Serhat Kilic. Als Junior Key Account Manager ist der 30-jährige ab sofort Ansprechpartner für Kunden wie Panasonic Marketing Europe Group, SEB Deutschland sowie Transgourmet Deutschland. Zuvor arbeitete er zwei Jahren beim IT-Spezialisten Rednet.

Managing Director Ralf Stöckl freut sich über die doppelte personelle Verstärkung: „Mit Olga Reger und Serhat Kilic haben wir zwei versierte Branchenkenner gewinnen können, die unser Team im Projektmanagement und Vertrieb professionell unterstützen.“

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

Am 7. Februar hatte der GWW zur Mitgliederversammlung nach Köln geladen. Auf der Agenda standen Informationen zu aktuellen Projekten sowie die Vorstellung der überarbeiteten Satzung und des neu formulierten GWW-Ehrenkodex. Der Blick auf den Werbeartikelmonitor 2023 zeigte ein Umsatzwachstum von sechs Prozent auf 2,8 Milliarden Euro.

## Mitgliederversammlung des GWW

# Frischer Wind und neue Ideen



### Politischer Dialog fortgesetzt

In seiner Einführung hob Steven Baumgärtner zwei Aufgabenfelder des GWW besonders hervor: zum einen das Ziel, neue Mitglieder zu gewinnen und den Verband zukunftsfähig und für Unternehmen attraktiver zu machen; zum anderen die politische Arbeit, um die steuerlichen und bürokratischen Hindernisse aufzuzeigen, die die Branche behindern und benachteiligen. Mit dem BGA im Rücken und in Kooperation mit den Spitzenverbänden und seit 2020 in Zusammenarbeit mit der Lobbyagentur FinTax – unterstützt vom PSI – bemüht sich der GWW weiterhin engagiert um die Vereinfachung und den passgenauen Zuschnitt der Regelungen im § 4 Abs. 5 Nr.1 EStG. Zusammen mit Frank Dangmann hat sich Baumgärtner bereits beim BGA und auf der politischen Bühne in Berlin vorgestellt und in etlichen Terminen mit hochrangigen Politikern die Anliegen der Branche überzeugend vorgebracht.

Der im September gewählte Vorstand hat die Arbeit zügig aufgenommen.

### PSI stärkt Branche und GWW

Zunächst informierte der Vorsitzende über die neue Aufgabenverteilung im Vorstand und gab die Zusammensetzung des Beirats bekannt: Ralf Hesse, Mirco Häblich, Eva Hassenbach, Wolfgang Schmidt, Patrick Döring, Silvan Dolezalek, Tobias Köckert und Sebastian Tatzel gehören dem Beirat an, der sich als Mittler zwischen Vorstand und Mitgliedern versteht. Beiratssprecher Ralf Hesse erläuterte die Themen, die den Beirat aktuell beschäftigen, dar-

**W**or weniger als einem halben Jahr wählte der GWW in Wiesbaden einen neuen Vorstand. Schon damals zeichnete sich ab, dass sich der Verband in einigen Bereichen modernisieren und neu organisieren würde. Inzwischen hat der Vorstand – Ronald Eckert, Gunther Langenberg, Frank Jansen und Ingo Malinowski – unter dem Vorsitz von Steven Baumgärtner die Arbeit aufgenommen und konnte bereits eine ganze Reihe von Ideen, Vorhaben und Entwürfen präsentieren.

unter auch der Status des PSI. Hesse stellte klar, dass das PSI für den GWW und die gesamte Branche wichtig ist und Branche wie Verband stärkt.

### Neu am Start: Young Professionals

Mit den Young Professionals hat sich eine Sektion junger Unternehmer gegründet, die sich die Modernisierung der Verbandsstrukturen auf die Fahne geschrieben hat und als Sprachrohr und Anlaufstelle jungen Unternehmen und Start-ups zukunftsweisende Perspektiven aufzeigen möchte. Die Gründungsmitglieder Linus Böll, Moritz Schülbe, Steffen Fischer, Timon Feld und Natalie Grube sorgen also für frischen Wind im GWW und arbeiten bereits daran, ihrer Sektion eine Struktur zu geben und erste Ziele zu formulieren.

### Benchmark-Studien geplant

Werbeartikel lösen Emotionen aus und diese in der Regel positiven Gefühle sind das Geheimnis ihrer unschlagbaren Wirkung, die sie anderen Werbeformen voraushaben. Diese These wurde von der im Vorjahr im Auftrag des GWW durchgeführten Emotionsstudie überzeugend belegt. Steven Baumgärtner legte den GWW-Mitgliedern nahe, die auf der Grundlage der Studie entwickelte Kampagne noch aktiver im Sinne des Gattungsmarketings zu nutzen. Das Studienkonzept ist inzwischen weiterentwickelt worden: Der theoretische Ansatz wird von einem praxisorientierten Ansatz abgelöst werden, der sich auf Benchmark-Studien konzentrieren soll. Erklärtes Ziel ist es, Best Practice Cases zu erarbeiten, die zeigen, was Werbeartikel leisten können.



Der Vorstandsvorsitzende Steven Baumgärtner berichtete über laufende Projekte und erste Ergebnisse aus seiner im September begonnenen Amtsperiode.



Ralf Hesse

Ingo Malinowski, Sektionsprecher Business Partner, stellte mit Intracommunity eine digitale Wissens- und Dialogplattform vor, die alle Werkzeuge für eine reibungslose Zusammenarbeit bietet und Informationen rasch verfügbar macht. Als zentraler Kommunikations- und Informationskanal soll die Plattform den Mitgliedern viele Vorteile bieten.

### Ehrenkodex verabschiedet

Eine Arbeitsgruppe hat sich mit der Überarbeitung des in die Jahre gekommenen GWW-Ehrenkodex beschäftigt. Patrick Döring stellte die neue Version vor, die einstimmig angenommen wurde. Sie geht in einigen Punkten über die bisherige Fassung hinaus. So wird es eine Schiedsstelle für Wirtschaftskonflikte in der Werbeartikelbranche geben, die die Einhaltung der definierten Grundsätze überwacht und Verletzungen dieser Grundsätze nachgeht. Alle derzeitigen Mitglieder werden gebeten, dem Ehrenkodex zuzustimmen, für Neumitglieder ist die Zustimmung obligatorisch.



Linus Böll

Bereits im Laufe der Jahreshauptversammlung wurde über den Ausschluss des GWW Mitglieds Giffits GmbH diskutiert. Der Ausschluss wurde vom Vorstand beschlossen und dies dem Unternehmen im Dezember mitgeteilt. Dagegen legte Giffits Einspruch ein. In einer Aussprache gemäß §5 Abs. 5 der Satzung erläuterte Geschäftsführer Marcus Schulz seine Position. Die Abstimmung über den Ausschluss wurde vertagt.



Patrick Döring

### Neuer Satzungsentwurf vorgelegt

Der Satzungsentwurf, den Rechtsanwalt Kai Koschorreck vorstellte, lässt die bisherige Struktur des Vereins unangetastet und sieht keine wesentlichen Änderungen vor. In einigen Punkten, etwa bei der Vorstandswahl, konkretisiert er die bestehenden Bestimmungen und sorgt so für mehr Klarheit und bessere Umsetzbarkeit. Dies gilt auch für die Einberufung und Durchführung der Mitgliederversammlung, die verschlankt und zeitgemäßer werden soll. Die Regelung zum Ausschluss eines Mitglieds ist insofern verschärft worden, als nun auch wiederholte Verstöße gegen den Ehrenkodex zum Ausschluss führen können. Umgekehrt muss vor Aufnahme eines Mitglieds der zuständige Sektionsprecher angehört werden. Stimmenmehrheiten werden künftig anteilig aller gültigen abgegebenen Stimmen berechnet. Erhält ein Kandidat im Rahmen der Vorstandswahl nicht die erforderliche Mehrheit, kann ein neuer Kandidat vorgeschlagen werden und bei der nächsten Mitgliederversammlung eine Nachwahl stattfinden. Auf der Basis der vorgelegten Diskussionsgrundlage wird die Beschlussfassung zu einem späteren Zeitpunkt stattfinden. <



Ingo Malinowski

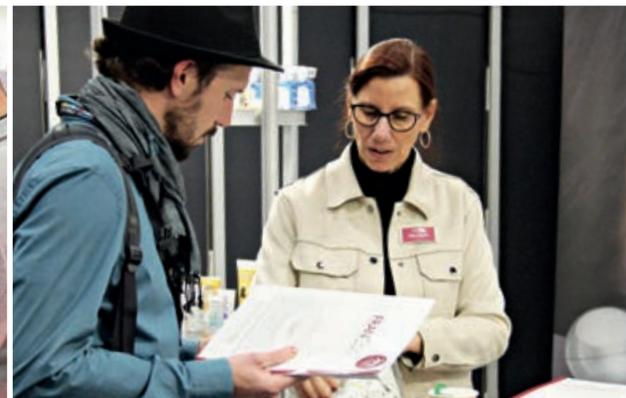


Kai Koschorreck

Gerade mal einen Monat nach dem erfolgreichen Re-Start der PSI veranstaltete der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW) seine Frühjahrs-TREND am 8. und 9. Februar in Halle 10.2 der Koelnmesse. Eingebettet in die Produktschau war der GWW Branchenreport 2022 im Rahmen einer Pressekonferenz.

## TREND 2023 Frühjahr

# Werbeartikelmarkt erholt sich



Auch auf der Frühjahrs-TREND war die Vielfalt neuer Produkte und haptischer Werbemöglichkeiten ein willkommener Anziehungspunkt fürs Fachpublikum.

**A**uf der Frühjahrs-TREND, die zum zweiten Mal in der Koelnmesse stattfand, erwarteten 161 Aussteller die Fachbesucher aus dem Werbemittelhandel. Integriert in die Messe war eine „Wirtschaftspressekonferenz“, in deren Rahmen der GWW seinen traditionellen Branchenbericht vorlegte. Dabei beleuchteten die Podiumsteilnehmer – GWW-Vorstandsvorsitzender Steven Baumgaertner, die Leiterin des Instituts für Steuerrecht an der Universität Köln Prof. Dr. Johanna Hey, der Geschäftsführer von Senator und der Porzellanmanufaktur Kahla Daniel Jeschonowski sowie Oliver Spitzer, Geschäftsführer september Strategie & Forschung GmbH – die Perspektiven der Branche aus Sicht von Wirtschaft, Steuerrecht und Wissenschaft.



### Wettbewerb durch Rahmenbedingungen verschärft

Wie GWW-Vorsitzender Steven Baumgaertner berichtete, hat die deutsche Werbeartikelwirtschaft nach wie vor unter den Nachwirkungen der Pandemie und den aktuellen wirtschaftlichen Bedingungen zu leiden: „Stark gestiegene Energiepreise für Hersteller, die „Made in Germany“ produzie-

ren, die anhaltend hohe Inflation und die steuerliche Benachteiligung deutscher Produzenten im internationalen Vergleich haben den Druck durch wachsende Importe deutlich erhöht und die betriebswirtschaftliche Situation vieler Unternehmen in Deutschland erneut verschlechtert.“ Für eine Reihe von deutschen Unternehmen sei die anhaltende Durststrecke inzwischen zur Existenzfrage geworden. Baumgaertner: „Es ist allerhöchste Zeit, dass die

Politik dies erkennt. Wir sprechen insgesamt über 60.000 Beschäftigte, die heute in der deutschen Werbeartikelbranche tätig sind.“

### Langsame Markterholung

Die neusten Zahlen des GWW-Branchenreports immerhin geben für die Zukunft verhalten positive Signale. Demnach scheint sich der Werbeartikelmarkt sich langsam zu stabilisieren. Insgesamt wurden in Deutschland im abgelaufenen Geschäftsjahr Werbeartikel im Gesamtwert von 2,8 Mrd. Euro umgesetzt. Das sind zwar 25 Prozent weniger als vor Ausbruch der Pandemie (2019: 3,7 Mrd.), doch im direkten Vergleich zu 2021 (2,65 Mrd.) verzeichnet der GWW dagegen für 2022 eine leichte Erholung. Grund dafür sei, dass inzwischen wieder verstärkt Messen, Events, Konzerte und sportliche Großveranstaltungen stattfinden, die traditionell zu starken Abnehmern von Werbeartikeln zählen.

### Emotionen als Türöffner

Trotz der Einbrüche während der Pandemie behaupten Werbeartikel damit ihre Position als dritte Kraft im Werbemarkt – nach der Online-Werbung (5,12 Mrd. – 2021) und der TV-Werbung (4,34 Mrd. – 2021). Dies sei auch der „Elastizität und dem Erfindungsreichtum der Branche zu verdanken“, so Baumgärtner. Speziell für klein- und mittelständische Unternehmen sind Werbeartikel die bevorzugten Werbeträger. Mit ihnen erwirtschaftet die Branche über 85 Prozent der Umsätze. Warum das so ist, erklärte Oliver Spitzer, Geschäftsführer des Marktforschungsunternehmens „september“: „Werbeartikel bieten die Chance, auch ohne Multimillionen-Werbudgets sehr wirksam Emotionen auszulösen, und sind auch zusätzlich zu bestehenden Kampagnen eine großartige Verstärkung.“ In einer breit angelegten Studie, die den GWW zu seiner Kampagne #1001Emotion veranlasste, haben die Kölner Marktforscher genau diesen emotionalen Mehrwert von Werbeartikeln untersucht.

### Wider steuerliche Benachteiligung

Daniel Jeschonowski, Geschäftsführer von Senator und der Porzellanmanufaktur Kahla machte die Schwierigkeiten (nachhaltig) produzierender Unternehmen aufmerksam: „Es kann nicht sein, dass von der Politik zwar Anreize zur nachhaltigen Wirtschaft gesetzt werden, aber die Vermarktung durch die aktuelle Steuergesetzgebung par-

tiell ausgebremst wird.“ Die nach wie vor bekannten und bestehenden steuerrechtlichen Hürden der Branche thematisierte Prof. Dr. Johanna Hey, eine führende Steuerrechtsexpertin in Deutschland. Für sie verstößt die Aufzeichnungspflicht (nach der Werbeartikel oberhalb einer Wertgrenze von zehn Euro jeder Empfänger namentlich dokumentiert werden müssen) gegen den allgemeinen Gleichheitssatz im Verhältnis zu anderen Werbeträgern. Sie fordert, dass die Aufwendungen für Werbeartikel wie andere Betriebsausgaben für Werbezwecke – etwa Plakat- und Anzeigenwerbung oder Werbespots –, vollständig zum Abzug zugelassen werden.

### Politische Überzeugungsarbeit weiter nötig

Wie die steuerliche Gleichbehandlung von Werbeartikeln letztlich durchzusetzen sei, dafür bedürfe es – so war man sich einig – weiterhin steter Überzeugungsarbeit gegen-



Auf dem Podium der Pressekonferenz standen Rede und Antwort (v.l.): Oliver Spitzer, Geschäftsführer september Strategie & Forschung GmbH; Prof. Dr. Johanna Hey, Leiterin Institut für Steuerrecht, Universität Köln; Steven Baumgärtner, GWW-Vorstandsvorsitzender; Daniel Jeschonowski, Geschäftsführer Senator und Porzellanmanufaktur Kahla.

über den Verantwortlichen in der Politik und dort „die Werbeartikelwirtschaft in ihrer Vielfältigkeit und Qualität zu präsentieren“, so Baumgärtner, wobei „die PSI ein wichtiger Partner“ sei. Zum Erreichen dieses Zieles „sollten wir Geschlossenheit in der Branche zeigen“, appellierte er.

### Vielfältige Werbe-Impulse

Die zweitägige Frühjahrs-TREND lässt – wie bereits auf der europäischen Werbeartikelleitmesse, der PSI, im Januar deutlich zu spüren und dort in zahlreichen Teilnehmerstimmen zu vernehmen war – für das neue Branchennjahr hoffen. Insgesamt registrierten die Veranstalter 1.427 Werbeartikelhändler und -berater, vornehmlich aus Deutschland, die auch hier die Vielfalt haptischer Werbung erkunden konnten und bei namhaften Herstellern, Veredlern und Importeuren neue Impulse für ihre Geschäfte generierten. <



Mobil und werbestark zeigen sich die „Hapticals“, die wir in dieser Themenrubrik vorstellen: **Ideale Transportmittel für werbestarke Botschaften** die durch Kreativität, farbenfrohen Pep und zeitgemäßes Design überzeugen.



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

## Der praktische Reisebegleiter

Frank Bürsten bietet ein exklusives Reise-Schuhpflege-Set im Beutel. Dieses ideale Set setzt sich zusammen aus je einer hochwertigen Creme- und Glanzbürste, zu 100 Prozent mit Rosshaar besteckt, einer neutralen Schuhcreme sowie einem Polierruch. Aufbewahrt wird dies in einem exklusiven schwarzen Beutel mit Kordelzug. Das praktische Schuhpflege-Set findet garantiert in jedem Reisegepäck seinen Stammplatz. Die regelmäßige Pflege von Glattlederschuhen erhöht die Lebensdauer, lässt sie glänzen und erhöht die Freude am Schuh. Eine weitere große Auswahl im Bereich der Schuhpflege ist auf der Homepage von Frank Bürsten zu finden. Auf Wunsch setzt das für jahrzehntelange Erfahrung in der Produktion hochwertiger Bürsten bekannte Unternehmen individuelle Firmen- oder Werbelogos auf den Bürsten oder dem Polierruch um.



PSI 44457  
e!xact Internationale Werbemittel GmbH  
Tel. +49 6126 9511-75 • service@e-xact.de  
www.e-xact.de

## Werbestarke Kofferbänder

Die bedruckten Koffergurte und -bänder von e!xact kommen mit eigenem Logo und Slogan nach den Vorgaben des Kunden zum Einsatz als Werbemittel mit Mehrwert. Der Kunde bestimmt die Farbe des Kofferbands und die Druckfarben nach Pantone. Die Kofferbänder sind ab Werk mit einem Steckverschluss ausgestattet und in der Länge verstellbar. Mit individuellen Kofferbändern ist für einen bleibenden Eindruck gesorgt.

# SL BAGS

CREATOR OF BAGS

### RB PACIFIC RUCKSACK

Mit seinem schlanken Design macht der RB Pacific Rucksack sowohl im Beruf als auch beim Sport eine gute Figur! Ideal für die Arbeit, aber auch hervorragend für den täglichen Gebrauch. Das geräumige Hauptfach verfügt über ein gepolstertes Laptopfach mit extra Reißverschlussfach. Wir recyceln 18 Flaschen für Ihre Tasche!



RECYCLE BAGS

Farben



WWW.RECYCLEBAGS.EU

### ALL WEATHER DRYBAG & DRY RUCKSACK

Kompakt, robust und wasserdicht - das ist der All Weather Drybag (± 7L) & Dry Rucksack (± 30L). Beide Taschen sind aus Plane gefertigt und durch die verschweißten Nähte haben Wasser und Staub keine Chance.



Farben



VASAD

WWW.VASAD.EU

SL BAGS

+31 (0) 575 51 00 77 | info@slbags.com

PSI 43892  
 Römer Präsente by Römer Wein und Sekt GmbH  
 Tel +49 6541 8129-0  
 info@roemer-praesente.de  
 www.roemer-praesente.de



## Kulinarischer Reisekoffer

Der gefüllte Reisekoffer, ein kulinarisches Geschenkset von Römer Präsente, ist eine gelungene Überraschung für gute Kunden, wenn diese auf eine „Genießer-Reise“ geschickt werden sollen. Der Geschenkkarton in Form eines Reisekoffers hat praktische Tragegriffe für den einfachen Transport und ist gefüllt mit vielen edlen Leckereien: Zum 500 Gramm Vollkornbrot gesellen sich 2 Wurstkonservendosen mit variierenden Sorten, ein Gläschen Senf und eine kleine Flasche Obstbrand aus vollreifen Williams-Birnen. Zum bevorstehenden Osterfest bietet der Präsente-Profi mit über 300 Geschenkideen im Sortiment auch eine Oster-Variante dieses Reisekoffers mit buntem Osterei an. Römer Präsente ist Mitglied der Römerfamilie und bietet ein großes Sortiment an kulinarischen Werbegeschenken, welche alle ab einem Stück erhältlich sind. Zahlreiche Veredelungen werden Inhouse abgewickelt, wodurch der Spezialist für seine schnelle und zuverlässige Auftragsabwicklung bekannt ist.



## Individuelle Taschengurte

Individuelle Taschengurte, die eine Botschaft plakativ zur Schau tragen, liegen im Trend und sind bei happyROSS lieferbar. Dabei sind dem Motiv nahezu keine Grenzen gesetzt, denn ein gewebtes Logo ist ebenso umsetzbar wie ein Fotodruck mit Farbverläufen. Schlanke Metallkarabiner in edlen Leder-Einfassungen und ein Längenregulierer schaffen einen hochwertigen Gurt, der gerne verwendet wird. Ob als Bauchtasche vor dem Oberkörper oder als langes Band auf Hüfthöhe für Handtaschen oder für die Sporttasche: Der Tragegurt erreicht eine große Zielgruppe. Auch, wenn eine passende Tasche im eigenen Style gewünscht wird, ist happyROSS der richtige Partner. Weitere Inspirationen auf [www.happyross.de](http://www.happyross.de).

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



PSI 46311 • Troika Germany GmbH  
Tel +49 2662 9511-0 • d.geimer@troika.de  
www.troika.de/business



## Verwandlungskünstler und Ordnungshüter

Transform Pack heißt die neue Troika-Entwicklung, Organizer-Etui und faltbarer Rucksack in einem. Das aus schwarzem Nylon gefertigte Allround-Talent mit stabilen Schultergurten für die Rucksackfunktion und Zippern mit praktischer Schlaufe verfügt über ein Gesamtvolumen von 13 Litern. Es bietet reichlich Platz für Kabel, Netzteil, kabellose Kopfhörer, USB-Stick, Maus und mehr und ist somit der perfekte Organizer fürs Büro. Zudem passen das Tablet, das Smartphone sowie ein Notizblock noch hinein. Der Clou: Auch als Rucksack für die Einkäufe nach dem Office ist die geräumige und clever aufgeteilte Transportlösung bestens geeignet. Clever und funktional ist der Inside-Out-Trick: In der Organizerfunktion befinden sich vorne je vier Steck- und Stecktaschen für Zubehör, ein Innenfach fürs Tablet und ein Reißverschlussfach inklusive Karabiner zur Befestigung des Schlüsselbundes. In der Eigenschaft als Rucksack gibt es eine Innentasche mit Zwei-Wege-Reißverschluss, der sich öffnen und wenden lässt, woraufhin die Zubehörtaschen nun innenliegend im Rucksack sind.



## Knackiger Begleiter für unterwegs

Seit vielen Jahren begeistert Mr. Tom, der Klassiker von hosta, mit seiner einzigartigen Kombination aus karamellisierten und gerösteten Erdnüssen. Mr. Tom bleibt über Generationen ein unverwechselbarer Trendsetter. Ab sofort gibt es den leckeren Nuss-Snack in der Originalverpackung auch im Sortiment der Süßen Werbung mit individuell bedruckbarem Werbeschuber. Mr. Tom ist ideal als kleiner Snack für zwischendurch oder auch unterwegs. Auf dem Schuber kann eine knackige Werbebotschaft platziert werden. Produziert unter IFS Standards im Hause Kalfany Süße Werbung schafft es das Marken-Werbemedium in zirka 20 Arbeitstagen zum knabberfreudigen Empfänger.



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

## Vielseitig und modisch

Ella, der trendige Rucksack von Bugatti, ist bequem, bietet viel Platz und sieht dabei auch noch schick aus. Kein Wunder also, dass immer mehr stilbewusste Frauen den modernen City-Rucksack für sich entdecken. Der minimalistische Look dieses in Braun erhältlichen Exemplars passt zu jedem Outfit und setzt zugleich einen modischen Akzent. Dank des verstärkten Bodens lässt sich der Rucksack problemlos abstellen, ohne dass er umfällt. Die große Zahl verschiedener Fächer ermöglicht viele Unterbringungsmöglichkeiten, womit für Ordnung gesorgt ist. Lehoff bietet das komplette Dienstleistungs-Paket von der Beratung über den Einkauf bis zur Auslieferung an den Endkunden.



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

PSI 48309 • Manufacturas Arpe S.L.  
Tel +34 937 937677 • info@arpes.es  
www.arpe.es



## Zero Waste Bags

Die Zero Waste Bags von Manufacturas Arpe sind die perfekte Alternative zur Reduzierung von Einwegplastik, zur Vermeidung von Abfall und zur Förderung eines verantwortungsvollen Konsums. Hergestellt aus recyceltem Polyester aus gebrauchten rPET-Flaschen, beschreiten sie einen nachhaltigen und wertvollen Weg, um Marken zu bewerben. Sie eignen sich nicht nur als Werbeartikel, sondern lassen sich auch als neue Verpackung einsetzen. Die Taschen können wahlweise aus Mesh-, Wildleder- oder Granitgewebe ganz individuell gestaltet werden. So lassen sich die verschiedensten Produkte umweltschonend und nachhaltig verpacken.



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

## Sportlicher Reisebegleiter

Die klimaneutrale Tasche von Halfar hat es in respektive an sich: Mit ihren Reißverschluss-Schiebern und Knebelhaken in Ankerform lädt sie ein, auf große Fahrt zu gehen. Hinter der zeitgemäß interpretierten Planen-Optik verbirgt sich beschichtetes recyceltes PET-Material. Die Kombination aus Musterprägung und schlichter Oberfläche ist ebenso Teil des markanten Designs wie das umlaufende Schlaufenband, das viele Verstell-, Einstell- und Einhaktmöglichkeiten bietet. Die geräumige Sport-Reisetasche Active verfügt über diverse Handgriffe, seitliche Steckverschlüsse am Hauptfach und Reißverschlussfächer. Den Transport ermöglichen sowohl die praktischen Tragegriffe als auch versteckte, gepolsterte und längenverstellbare Schultergurte. So wird im Handumdrehen aus der Umhängetasche ein Rucksack. Halfar® vermeidet CO<sub>2</sub> Emissionen wo möglich und kompensiert die unvermeidbaren. Noch mehr Reisegepäck für die individuelle Veredelung mit einem Logo und insgesamt über 200 klimaneutrale Taschen finden sich auf [www.halfar.com](http://www.halfar.com).



# IN 4 TAGEN UM DIE WELT.

FERIEN-MESSE WIEN

16.-19. MÄRZ 2023

JETZT TICKET  
SICHERN!



**FERIEN**<sup>®</sup>  
MESSE WIEN

Built by



ruefa 

  
KROATIEN  
Voller Leben

**FERIEN-MESSE.AT**



PSI 48301 • Vasad (By SL Bags)  
Tel +31 575 510077 • info@vasad.eu  
www.vasad.eu • www.slbags.com

## Rucksack im Kurierstil

Mit diesem Vasad Rucksack im Kurierstil, erhältlich bei SL Bags, spielt das Wetter unterwegs keine Rolle. Der pfiffige Transporthelfer ist ideal geeignet als Begleiter auf Radtouren, aber auch für alle anderen Outdoor-Aktivitäten wie den Einsatz in den Ferien oder beim Sport. Die Tasche ist aus robuster, haltbarer Plane gefertigt. Dank der verschweißten Nähte, haben Wasser und Staub keine Chance. Mit dem Rollverschluss lässt sich die Tasche einfach und fest zusammenrollen und mit zwei Schnallen sichern. Die Drybag kann über die beiden verstellbaren Rückengurte oder den zusätzlichen Tragegriff getragen werden und ist in vier Farben erhältlich.

## Innovativer Werbebutler

James von Lieferant james – verein für kunst & co KG ist der erste Einkaufstrolley der Welt, der auf die Idee kam, sich Firmen und Marken als rollendes Plakat und multifunktionaler Werbeträger zur Verfügung zu stellen. Die kubische Oberfläche lässt sich rundum werbewirksam mit Logos und Bildern gestalten. Als praktischer mobiler Transporthelfer ist James äußerst flexibel und vielseitig einsetzbar. Meist in der Öffentlichkeit unterwegs, prägt er sich aufgrund seiner innovativen Idee und seines attraktiven Stylings nebst Branding mit nachhaltigem Wiedererkennungswert jedem Passanten ein, der ihm begegnet. James ist bereits ab einem Stück, in Kleinserie oder Großauflage individualisierbar. Als Material wurde LKW-Plane zur Herstellung des in verschiedenen Ausstattungen und hoher Qualität in Österreich gefertigten Trolleys verwendet.

PSI 60074 • james – verein für kunst & co KG  
Tel +43 664 4328765  
office@james-shop.com  
www.james-shop.com



PSI 44457  
 e!xact Internationale Werbemittel GmbH  
 Tel. +49 6126 9511-75 • service@e-xact.de  
 www.e-xact.de



## Variabler Shoppinghelfer

Einkaufstaschen und Shopper, in Fotoqualität bedruckt, gibt es bei e!xact Internationale Werbemittel. Egal, ob zum Einkaufen, auf dem Weg ins Schwimmbad, als Pfandflaschentasche oder einfach nur so zur Aufbewahrung im Auto: Diese abwaschbare Tasche ist ideal als vielseitig einsetzbarer, nützlicher Begleiter für jede Zielgruppe. Fast alle Größen und Formate sind umsetzbar. Die Farben der Tragegriffe und Seitennähte können individuell ans eigene Layout farblich angepasst werden.

## Elegante Crossbody-Tasche

Lässig, geradlinig und elegant präsentiert sich die Handytasche Pure aus dem Sortiment von Gabriele Bühring. Dass Handytaschen zum Umhängen nicht nur praktisch sondern auch stylish sind, beweist Bühring mit diesem neuen Modell. Wahlweise gefertigt aus anschiemsgsamem Echtleder oder veganem Kunstleder, bietet der kleine Crossbody-Bag Platz für alle gängigen Smartphones, wozu auch übergroße Plus-Modelle zählen, sowie drei EC-Karten. Auf Wunsch kann ein Reißverschlussvorfach aufgesetzt werden. Die Riemen sind individuell verstellbar. Genäht wird die Handytasche in liebevoller Handarbeit auf Bestellung. Somit sind sämtliche Modifikationen und Kundenwünsche einfach umsetzbar. Neben einer Prägung und einem Druck bietet das norddeutsche Familienunternehmen auch besondere Gestaltungsmöglichkeiten wie eine Goldprägung auf beispielsweise altrosafarbenem Leder. Schulterriemen sind aus dem Material der Tasche gefertigt, auch farbige Akzente sind möglich. Die Kennzeichnung mittels einfacher Klebeetiketten ist inkludiert. Webetiketten sind auf Anfrage mit Aufpreis umsetzbar. Die Verpackung erfolgt lose im Karton oder einzeln eingeschlagen in Papier, weitere Verpackungen sind mit Aufpreis möglich



PSI 40807 • Bühring GmbH  
 Tel +49 4154 795400  
 vertrieb@buehring-shop.com  
 www.buehring-shop.com

# HALFAR® GREEN DEAL:



## Sport-/Reisetasche ACTIVE

Frisch prämiert mit dem Promotional Gift Award. Mit PU-beschichteter Recyclingfaser und Anker-Zipperrn. Jetzt festmachen!



mehr erfahren:



  
**HALFAR**  
 Starke Taschen.

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



PSI 48277 • Green Earth Products  
 Tel +31 88 7739339  
 info@greenearthproducts.eu  
 www.greenearthproducts.eu

## Vegane Lederwaren

Obwohl es aussieht wie Leder, sich anfühlt wie Leder und auch ebenso robust ist wie Leder, ist das Material der bei Green Earth Products erhältlichen Mäppchen und Portemonnaies nicht tierischen Ursprungs und daher vegan. Veganes Leder wird aus einer Formel von Polymeren hergestellt und durchläuft einen Produktionsprozess mit deutlich geringeren Umweltauswirkungen als echtes Leder. Dies führt zu einem geringeren CO<sub>2</sub>-Fußabdruck, einem geringeren Energieverbrauch bei Produktion und Transport und hinterlässt im Vergleich zum traditionellen Lederherstellungsprozess weniger chemische Abfälle. Erhältlich sind viele verschiedene Produkte und Farben. Eine Personalisierung wird durch eine edle Prägung realisiert.

## Vielseitiger Abenteurer

Nomad, eine Freizeittasche mit einem Fassungsvermögen von 18 Litern, ergänzt das bestehende Sortiment von Brandcharger perfekt. Der Rucksack ist eine Eigenentwicklung des Unternehmens aus den Niederlanden. Er ist hochwertig, sicher und innovativ und ideal für den Alltagsgebrauch. Nomad wird aus recycelten PET-Flaschen hergestellt, zertifiziert mit dem Recycled Claim Standard. Eine Zugbrückenöffnung ermöglicht einen einfachen Zugriff auf das Hauptfach. Ein isothermisches Fach hält Lebensmittel kühl oder warm. Mehrere Taschen ermöglichen eine intuitive Organisation, und eine Innentasche kann ein Trinkreservoir oder einen 15,6-Zoll-Laptop aufnehmen. Der atmungsaktive, stoßdämpfende, gepolsterte Rücken und die Rahmenfolie sorgen für ein angenehmes Tragegefühl.



PSI 49129 • Brandcharger B.V.  
 Tel +31 10 3070946  
 mike@brandcharger.com  
 www.brandcharger.com

PSI 47182  
 Reisensthal Accessoires GmbH & Co, KG  
 Tel +49 8105 77292240  
 promotion@reisensthal.de  
 www.reisensthal.com



## Extragroßer Begleiter

Bei Reisensthal gelistet unter der Bezeichnung DM7052, handelt es sich beim overnighter plus twist silver um eine extragroße, clevere Reise- und Sporttasche. Die Tasche kombiniert Style mit cleverer Organisation, so dass man sich einfach bewegen und auf die Reise konzentrieren kann. Und fürs Fitness-Studio lässt sich alles, was mit muss, geordnet darin verstauen. Mit 50 Litern Volumen ist genug Platz für eine mehrtägige Reise. Der stabile, große Reißverschluss ist perfekt geeignet für einhändigen Zugang. Zur Ausstattung zählen ein großes seitliches Fach mit Zugriff von außen für Schuhe, Hygieneartikel, Kopfhörer und mehr. Zusätzlich machen drei Reißverschlussfächer außen für Reisedokumente oder Handy sowie ein Organisationssystem mit zwei Steckfächern und einem Reißverschlussfach das Leben leichter. Die beiden Tragegriffe können mit gepolsterter Tragepad und gepolsterter Schultergurt gekoppelt werden, damit auch schweres Gepäck einfach zum Ziel kommt. Durch ihre Standfüße bleibt die Tasche auch bei nassem Wetter trocken und sauber. Das twist Obermaterial besteht zu 50 Prozent aus ressourcenschonendem, wasserabweisendem, recyceltem PET-Flaschen-Material.



PSI 46903 • Schäfer Promotion GmbH  
 Tel +49 170 777 2614  
 nbrandenburger@schaefer-global.com  
 www.schaefer-global.com

## Individuelle Reiseaccessoires

Mit MOVE Travel Accessoires entwickelt Schäfer Promotion funktionale und funktionsreiche Designs. Ein Höchstmaß an Reisekomfort und Gepäcksicherheit machen die Reise von Anfang bis Ende angenehmer. Die Auswahl ist breit gefächert und reicht von Reisekissen über TSA-Schlösser, Gepäckanhänger, Gepäckgurte bis hin zu Schlafmasken. Zur Verwendung kommt ein umweltfreundliches Design, womit auch die Wiederverwertbarkeit der Produkte gewährleistet ist, um eine Verlagerung der Umweltbelastung auf andere Bereiche zu vermeiden. Die Produkte sind langlebig und werden mit einer fünfjährigen Garantie geliefert. Wo immer möglich, wird Plastik durch Papier und Leder durch veganes Leder ersetzt. Durch die Verwendung von Biomasse, für die es keine andere Verwendung gibt, wird die Umweltbelastung nicht erhöht oder verlagert.

## Immer werbend dabei

Der klassische Rucksack von exact Internationale Werbemittel ist ein praktischer Werbeartikel, der überall für die gewünschte Aufmerksamkeit sorgt. Schließlich wird er überall unterwegs, auf Reisen und Touren mit kleinem Gepäck, einer breiten Öffentlichkeit präsentiert – am besten mit einem individuellen Logo oder Slogan sowie den CI-Farben des werbenden Unternehmens. Er ist bequem zu tragen, leicht und immer zur Hand. Das wasserabweisende Werbeprodukt belegt seine umweltfreundliche Note durch seine Langlebigkeit.

PSI 44457  
 exact Internationale Werbemittel GmbH  
 Tel. +49 6126 9511-75 • service@e-xact.de  
 www.e-xact.de



PSI 46311 • Troika Germany GmbH  
Tel +49 2662 9511-0 • d.geimer@troika.de  
www.troika.de/business



## Wandlungsfähiger Transporthelfer

Die Troika Black Bag to Business ist Rucksack und Umhängetasche zugleich, ein wahrer Verwandlungskünstler, der immer passt. Ausgerüstet mit Tragegriffen und abnehmbarem Schultergurt, mit Stiftschlaufen, Einschubfach und kleinen Seitentaschen, überzeugt der Transporthelfer auch durch sein edles Design in tiefem Schwarz und hochwertiger Ausführung. Gefertigt aus Tarpaulin mit wasserdichten Reißverschlüssen verfügt die Tasche über eine Kapazität von etwa zwölf Litern. Die Umhängetasche ist ideal für Laptops oder Tablets bis zu 13.3" und enthält 11 separate, gepolsterte Fächer. Das widerstandsfähige Material ist spritzwassergeschützt.

## Verlust unwahrscheinlich

Superklein und markant gelingt der Auftritt mit dem neuesten Slim Wallet AirTag Deluxe aus dem Sortiment von Zito Lifestyle. Die Minigeldbörse schlägt jedes Slim Wallet in Sachen Funktionalität, Design und Qualität. Das flache und leichte Design passt in jede Hosen- oder Anzugtasche und trägt nicht auf. Ein komfortables Münzenfach auf der Rückseite ermöglicht die Aufnahme von Münzen, auch Banknoten passen ungefaltet hinein. Dieses Miniwallet ist mit RFID Schutz ausgerüstet, um die wertvollen Geldkarten vor Spionage zu schützen. Zusätzlich wurde ein AirTag Slot integriert, so dass ein gekaufter AirTag Chip bequem hineingeschoben werden kann. Somit lässt sich nun auch die Geldbörse bequem per Appel Smartphone orten. Mit einer individuellen Prägung lässt sich zudem der Markenauftritt der Industriekunden stark erhöhen.

RFID)))  
credit cards slots

PSI 44064 • Zito Lifestyle Leather & More  
Tel +49 6104 9289286  
info@zitolifestyle.de  
www.zitolifestyle.de

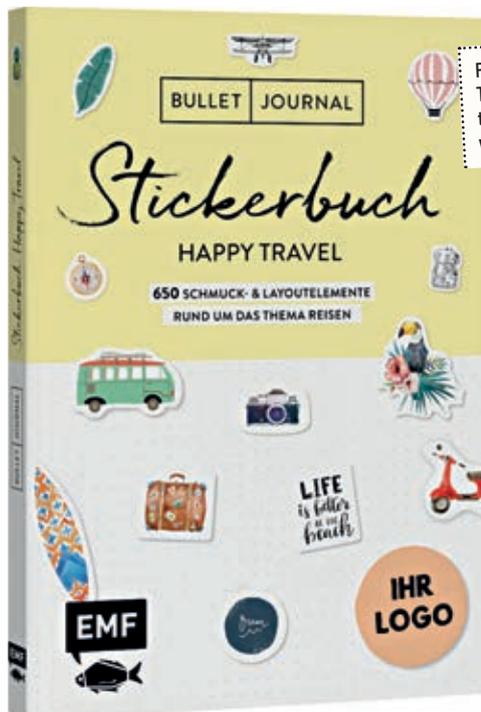




## Nützlicher Gepäckanhänger

Mit dem praktischen Reisebegleiter im Kreditkartenformat, dem Rominox Card Tool Travel Tag, ist der Nutzer auch unterwegs auf der sicheren Seite. Der Reisegepäckanhänger von Römer Lifestyle hat 30 Werkzeug-Funktionen und wird inklusive hochwertigem Etui zum Schutz der Adressdaten und einem praktischen gummiertem Stahlband geliefert. Die mitgelieferten Aufkleber können flexibel beschriftet und angebracht werden. Als Funktionen stehen dem Verwender ein Flaschenöffner, vier Schraubenzieher, verschiedene Sechskantschlüssel und vieles Mehr zur Verfügung. Römer Lifestyle kann das Tool auf Wunsch gravieren oder einen Doming anbringen. Verpackung und Einleger können ab 100 Stück individuell gestaltet werden. Ab 5000 Stück kann eine Sonderproduktion mit individueller Key Tool Form umgesetzt werden. Wer es einfach so verschenken möchte, der bekommt es ab einem Stück im Standarddesign geliefert.

PSI 43892  
 Römer Lifestyle by Römer Wein und Sekt GmbH  
 Tel +49 6541 8129-0  
 info@roemer-lifestyle.de  
 www.roemer-lifestyle.de



PSI 49982 • Edition Michael Fischer GmbH  
 Tel +49 89 2123107-50  
 tatjana.bleiler@emf-verlag.de  
 www.emf-verlag.de

## Vielfältige Motive für Weltenbummler

Reisetagebücher, Postkarten, Erinnerungsalben und Wochenplaner lassen sich mit farbenfrohen Stickern verzieren: Die Motive umfassen beliebte Reiseziele, von Strand und Meer über Berge bis hin zu sehenswerten Städten. Zudem gibt es im Buch des EMF-Verlags viele wissenswerte Infos zum Reisen. Der EMF-Verlag passt den Inhalt individuell ans Unternehmen und an die Zielgruppe an: Hierzu kann beispielsweise das Thema Camping, ein Kontinent oder eine bestimmte Farbenwelt in den Vordergrund gerückt werden. Auch ein Logo lässt sich auf dem Cover platzieren. Seitenzahl und Ausstattung passt das Team von EMF an die Vorstellungen und Wünsche des Kunden an. Vom preiswerten Streuartikel bis zum hochwertigen Hardcover sind zahlreiche Möglichkeiten umsetzbar.



## Reiseproviant im Taschenformat

Der Zuckerbäcker liefert den perfekten Mix als Reise-Proviant im Hosentaschenformat. Klein aber fein heißt hier die Devise. Als kleine Aufmerksamkeit ist dieser Naschbeutel ideal geeignet, um auf süße Art Freude in den Alltag der Gäste und Besucher zu bringen. Von Hand gefüllt und mit Liebe verpackt, überbringen diese Naschbeutel die süßeste Werbebotschaft. Individualisiert mit eigenem Design, ist mit einer ganz persönlichen Note für ein Lächeln des Empfängers gesorgt. Erhältlich sind die Naschbeutel, die auch individuell mit anderen Inhalten bestückt werden können, ab 100 Stück. Als kleiner Snack lassen Fruchtgummischnüre als „Geduldsfäden“ etwa Minuten des Wartens nur so verfliegen.

PSI 48449 • Der Zuckerbäcker GmbH  
Tel +49 7131 8996146  
psi@der-zuckerbaecker.de  
www.der-zuckerbaecker.de

## Sicherer Urlaub

Schon lange im Programm von SafeReflex sind Kofferanhänger, die sich durch eine Schlaufe am Griff des Koffers befestigen lassen und damit den Besitzer identifizieren. In das Klarsichtfach auf der Rückseite kann eine Karte eingeschoben werden, auf der beidseitig die Adresse notiert wird. So kann der Kofferanhänger nicht nur bei einer Adressänderung weiter genutzt werden, er bietet auch die Möglichkeit die eigene Visitenkarte als Werbeträger einzulegen. Durch die mögliche Bedruckung des Kofferanhängers kann zusätzliche eine Werbung angebracht werden. Auf Wunsch wird eine Trägerkarte zur perfekten Präsentation des Kofferanhängers mit angeboten. Diese bietet zusätzlichen Platz für eine Werbung. Die in Deutschland mit qualitätsgeprüften, deutschen und westeuropäischen Materialien hergestellten Artikel entsprechen den jeweils gültigen Vorschriften und erfüllen die erforderlichen Vorgaben des seit 2023 gültigen Lieferkettengesetzes. Es gilt zwar anfangs nur für größere Betriebe, die jedoch sicherlich das Erfüllen entsprechender Richtlinien an Zulieferer und Werbemittellieferanten durchreichen.



PSI 46970  
reflAktive – Eine Marke der safeReflex GmbH  
Tel +49 4971 9233-12 • info@reflaktive.de  
www.reflaktive.de



13 – 16 APR 23 Exhibition Centre Cologne

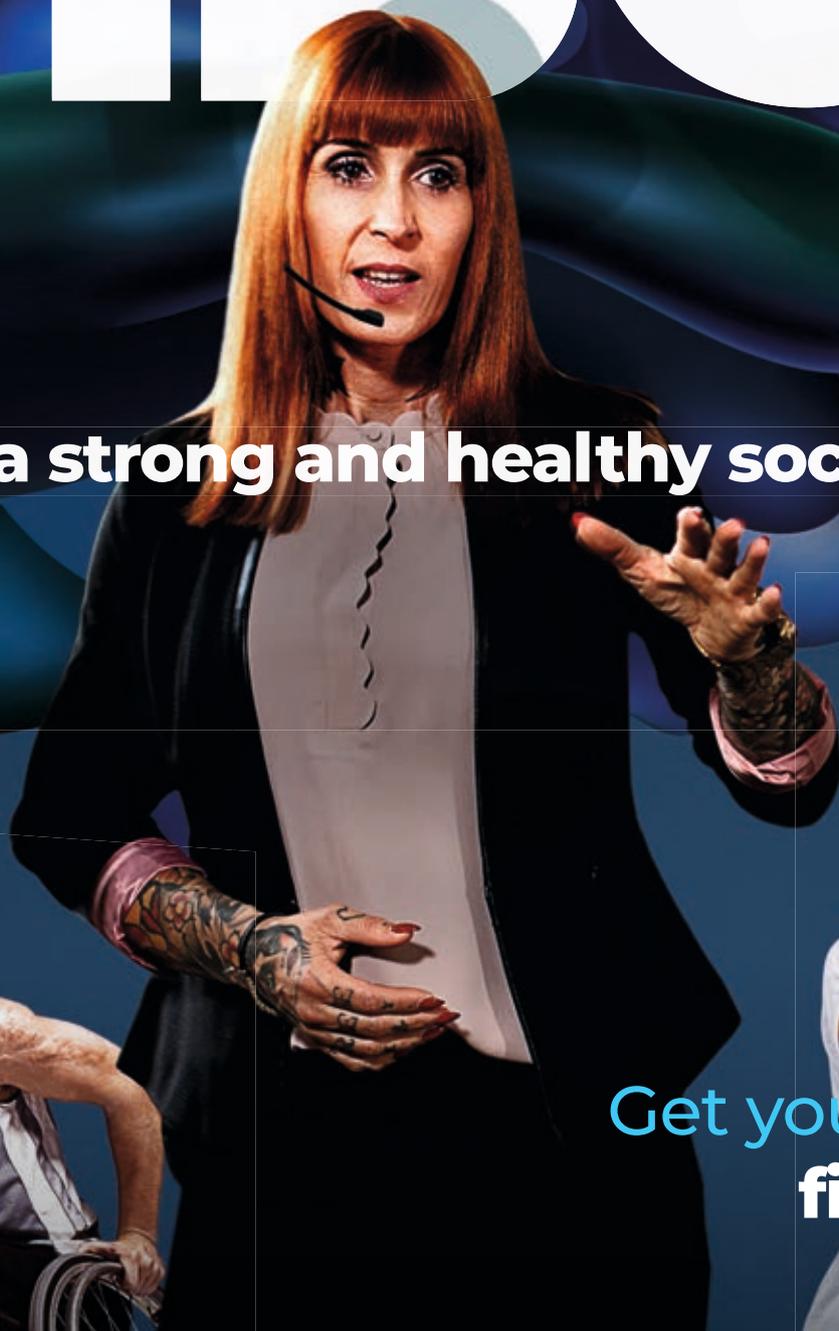
# FIBO

GLOBAL FITNESS

For a strong and healthy society.



Built by  
**RX**  
In the business of  
building businesses



Get your ticket  
**fibo.com**

# VIDEO PACKAGES BY **RX**

We deliver professional...

## Storytelling Video Production Media Spread



SCAN ME

Your benefit  
exclusively with us!

Benefit from our full-service video production  
combined with the unique industry network and  
visibility of our RX Events!

**“FULL-SERVICE”**

Main Actor:  
Your Booth

**Event**  
Video

In Spotlight:  
Your Company  
or Product

**Image**  
Video **BasiX**

In Spotlight:  
Your Company  
or Product

**Image**  
Video **DeluXe**

**Contact your Expert:**

Anja Späker - [anja.spaecker@rxglobal.com](mailto:anja.spaecker@rxglobal.com)

created by

 **Media Solutions**

built by RX Austria & Germany





## Solide Ladeleistung

Der Wandadapter von Promoteus ist in der Lage, ein Handy genauso gut wie das Original-Ladegerät oder möglicherweise sogar **noch besser aufzuladen**. Anwender haben dazu einen USB-Anschluss und einen Standard-Typ-C-Anschluss oder Fast-Typ-C-Anschluss zur Verfügung. Die Leistung des Adapters reicht aus, um zwei Geräte auf einmal oder ein Mobiltelefon schnell aufzuladen. Die Seitenwände des Adapters bieten eine solide Druckfläche für individuelle Werbebotschaften mit vollflächigem CMYK-Druck, kombiniert mit einem LED-hinterleuchteten Logo. Die Gesamtleistung des Adapters beträgt 20 Watt.

PSI 49627 • Promoteus 1000KOZ, s.r.o.  
Tel +420 222932315 • sales@promoteusgifts.com  
[www.promoteusgifts.com](http://www.promoteusgifts.com)

## Osterhasen-Klassiker überzeugen immer

Süße Osterpräsente mit einer Garantie für leuchtende Augen kommen auch in diesem Jahr wieder von CD-LUX. Mit einem süßen Ostergruß transportiert das Unternehmen Sympathie und **Emotionen zum Empfänger**. Besonders der klassische Goldhase von Lindt ist aus keinem Osternest mehr wegzudenken – egal, ob als kleine 10-Gramm-Überraschung oder als großer Hase mit dem typischen Glöckchen. Das breite Sortiment von CD-LUX bietet individuell bedruckbare Werbepräsente für jeden Geschmack und für jedes Budget. Verschiedenste Premium Osternester oder das neue Osterpräsent „Cube“ laden zum Naschen ein.

PSI 45452 • CD-LUX GmbH  
Tel +49 9971 85710 • info@cd-lux.de  
[www.cd-lux.de](http://www.cd-lux.de)





## Design mit Nachwachseffekt

Der Füller Stabilo Grow und der Rollerball Stabilo Growball punkten durch Schreibkomfort und sind durch das hochwertige Design und drei Holz-Farbkombinationen **ein echter Blickfang**. Wie schön Umweltbewusstsein aussehen kann, zeigen drei harmonisch aufeinander abgestimmten Farb- und Holzkombinationen wie Heidelbeerblau und Buche, Moosgrün und Eiche sowie Pflaumenrot und Kirsche. Umweltschutz muss keine Zugeständnisse machen, wenn es um trendige Optik und Schreibkomfort geht, beweisen dieser Stifte. Platz für Werbung findet sich auf dem Holzschafft, die Werbebotschaften können mittels Lasergravur angebracht werden.

PSI 43287 • STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG  
Tel +49 911 56734-55 • service@stabilo-promotion.com  
[www.stabilo-promotion.com](http://www.stabilo-promotion.com)



## Dartboards für Fans und Profis

Dart ist heute weit mehr als eine Trendsportart. „Dart hat sich seit Jahren auch durch die hohe TV-Präsenz als Freizeitsport etabliert“ weiß man bei der b+a Vertriebs GmbH. Sowohl im Hobbykeller, als auch im Büro oder auf Messen haben die Scheiben und Pfeile Einzug gehalten. Ein **echtes Turnier B istle Board in höchster Q alität** aus Sisal, mit soliden fünf Kilogramm Gewicht, ergänzt mit Turnierpfeilen made in England, ergeben ein wertvolles Set für Einsteiger wie auch Profis. Zur Personalisierung ist ein dezentes Branding auf der Scheibe und 4-C Digital Bedruckung der Flights (Flügel) möglich. Das Set kann noch durch einen 4-teiligen Catchring ergänzt werden.

PSI 48898 • b + a Vertriebs GmbH  
Tel +49 7062 978910 • gauger@promokick.de  
[www.promokick.de](http://www.promokick.de)



-Anzeige-

## BELACE *notwendig*

Vog Import existiert seit 20 Jahren und präsentiert Ihnen das neue, **ultrapraktische Modeaccessoire für Ihr Telefon.**



Individuell druckbar



[www.vogimport.fr](http://www.vogimport.fr)

## Sixpack für die Natur

Mit einem Sixpack verbindet man normalerweise entweder einen gut gebauten Sportler oder sechs kühle Blonde. Egal welche der beiden Varianten einem in den Sinn kommen: Die Assoziation ist positiv. Echt positiv, und zwar für die Umwelt, ist auch der Sixpack – Flower-Ball Midi aus dem Hause emotion factory im Schwarzwald. „Damit kann der Werbekunde **der Natur gleich sechsmal etwas Gutes tun**“, beschreibt Vertriebsleiter Adrian Rigoni die Intention hinter dem neuen Produkt. Die Midi-Flower-Balls aus Erde werden mit Samensorten gespickt und thematisch passend zu Frühjahr und Sommer in einem ökologisch einwandfreien Eierkarton aus recyceltem Material verpackt. Wirft man die Flowerballs auf den Boden, bringt man die Samen in fruchtbarer Erde und etwas Wasser schnell zum Erlblühen.



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

## Smartes Design fürs Dreigestirn

Aller guten Dinge sind drei: Was für das Kölner Dreigestirn gilt, trifft auch auf die Drinkware-Serie Retumbler-myDringeo zu. Mit ihr präsentiert Reflects® aus Köln einmal mehr ein formschönes Beispiel für **edles, smartes und nachhaltiges Design**. Entworfen wurde die Drinkware-Serie von dem Kölner Industriedesigner Uwe Spannagel. Die hochwertige Thermo-Drinkware aus Edelstahl ist CO2e-neutral durch Kompensation und alle Gefäße sind farblich konfigurierbar. Der Becher und die Flaschen sind doppelwandig mit Kupfer-Vakuum Isolierung. Der Thermobecher mit 360 Grad Deckel hat ein Füllvolumen von 350 ml. Die beiden dazu passenden Thermotrunkflaschen mit praktischem Schraubverschluss fassen 500 ml bzw. 770 ml Flüssigkeit.

PSI 42487 • REFLECTS GmbH  
Tel +49 2234 99000 • info@reflects.com  
www.reflects.com

## Nachhaltig und sanft kommunizieren

Der Textmarker STABILO Green Boss überzeugt in zarten Pastellfarben für nachhaltiges und trendbewusstes Werben. Die Kombination aus **Qualität made in Germany** und Nachhaltigkeit ist die perfekte Wahl für umweltbewusste Kunden. Das Design ist mit der schwarzen Basis und Farbakzenten in den Tintenfarben „hint of mint“, „lilac haze“, „pink blush“ und „touch of turquoise“ ein echter Hingucker. Mit Tinte auf Wasserbasis in den Pastellfarben markiert der nachfüllbare Stift in zwei Strichstärken.

PSI 43287 • STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG  
Tel +49 911 56734-55 • service@stabilo-promotion.com  
www.stabilo-promotion.com



**Expo and Event logistics**

# Getting your show on the road

Worldwide event transport planning and coordination -  
with local expertise.

→ [www.kuehne-nagel.com](http://www.kuehne-nagel.com)





## Weniger CO<sub>2</sub>, weniger Plastik, volle Leistung

Der Mini von Austin war klein, sparsam und passte in die kleinste Parklücke. Gedacht als stylische Antwort auf die erste Energiekrise der Nachkriegszeit, ist bei ihm von Askese allerdings keine Spur. Der Mini war einfach genau so viel Auto wie man brauchte, um zu fahren, Spaß zu haben, knapp über der Fahrbahn und dicht am Geschehen. – Genauso wie beim neuen DS6 S Mini von Prodir. Er ist bis zu 24,4 mm kürzer und braucht bis zu 20% weniger Material als vergleichbare Modelle, was nicht nur einen nachhaltigen Unterschied macht, sondern ihm auch erhöhte Handtaschenkompatibilität verleiht. Sein Gehäuse ist aber nicht nur kürzer, es besteht auch zu 100% aus recyceltem ABS, das dank eines Spezialverfahrens **mit 40% weniger CO<sub>2</sub>-Emissionen** als Standard-ABS hergestellt werden kann. So summiert sich sein Weniger zu dem deutlichen Mehr, das ein Produkt heute braucht: weniger Material, weniger CO<sub>2</sub>, und dabei volle Leistung. Denn seine Floating Ball 1.0 Mine mit bleifreier Spitze und schadstoffreduzierter Tinte schreibt und schreibt – und lässt sich einfach austauschen. Ein eher kurzer Stift mit richtig langem Leben also, lieferbar in acht frischen Standardfarben und jeder PMS-Sonderfarbe ab 10.000 Stück, immer auf mattem Gehäuse. Damit alle wissen, was für einen kleinen Großen sie da bekommen, ist dem DS6 S auf seiner Kappe neben dem Recycling Logo auch das Symbol für CO<sub>2</sub> Reduktion als Relief eingeprägt.

PSI 42332 • PRODIR  
Tel +41 91 935 5555 • sales@prodir.de • sales@prodir.ch  
[www.prodir.com](http://www.prodir.com)



## Sorgt für Farbe an trüben Tagen

Für jeden Spaß zu haben ist der neue Taschenschirm FARE® 4Kids. Sein farbenfrohes Regenbogen-Design bringt Kinderaugen auch an trüben Tagen zum Strahlen. Für einen **einfachen und sicheren Gebrauch** sorgen der federlose Sicherheitsschieber und die abgerundeten, vergrößerten Spitzen zum Schutz vor Verletzungen. Selbst die Schirmspitze ist abgerundet, damit Kids so unbeschwert wie möglich die Welt bei jedem Wetter entdecken können. Das Windproof-System sorgt dafür, dass der durch Wind umgeschlagene Schirm ganz einfach und unbeschadet wieder in die Ursprungsposition gebracht werden kann.

PSI 43144 • FARE - Guenther Fassbender GmbH  
Tel +49 2191 609150 • info@fare.de  
[www.fare.de](http://www.fare.de)



# WE ARE



## all advantages

Representation of our members in the sector.

As a Promogift promoter association, we make it easier for our members to participate as exhibitors at a lower price.

Annual Business Excellence Award.

Roadshows in various Spanish cities to present our members and their products.

Participation in international fairs of great significance in the sector.

And much more....

### JOIN US



Pza. Sta. M.<sup>a</sup> Soledad Torres Acosta, 1 - 5.<sup>a</sup> PI (Oficina 24) -  
28004 Madrid T. +34 91 010 54 43 - M. +34 671 68 47 44  
[aimfap@aimfap.com](mailto:aimfap@aimfap.com)  
[www.aimfap.com](http://www.aimfap.com)



## Stimmungsvolle LED-Tischleuchte

Der Kölner Werbeartikel-Multispezialist Reflects® bietet unter der Marke Reeves Smart Electronics eine wieder aufladbare Tischleuchte für innen und außen an. In Silber oder Schwarz schafft sie besonders in den Abendstunden **eine gemütliche Atmosphäre** mit warmer, weißer Beleuchtung. Die transportable Lampe mit integriertem Akku ist aus Aluminium gefertigt und nach Schutzklasse IP54 spritzwassergeschützt. Sie wird per Touch-Punkt an der Stange an- und ausgeschaltet und dreifach gedimmt. Die Aufladung erfolgt via USB-Kabel, sie kann aber auch per Netzteilnutzung betrieben werden.

PSI 42487 • REFLECTS GmbH  
Tel +49 2234 99000 • info@reflects.com  
www.reflects.com



## Kalender für ein Jahr Ruhe

Wo könnte man besser zur Ruhe kommen, als „Irgendwo im Nirgendwo“? Ein aktueller Kalender aus dem Ackermann Kunstverlag bietet diese Ruhe: „Remote 2024“ vermittelt das **Feeling einsamer Destinationen**. Automatisch kommt der Geist zur Ruhe und der Betrachter gönnt sich eine Pause vom Trubel des Alltags. Genau das bietet dieser Kalender ein ganzes Jahr lang: Kleine Auszeiten, die die Welt einen Moment lang stillstehen lassen und Entspannung bieten. Werbeeindrücke sind bereits ab 50 Stück möglich.

PSI 40604 • Ackermann Kunstverlag  
Tel +49 89 4512549273 • b2b@ackermann-kalender.de  
www.ackermann-kalender.de



# 5 TAGE

15.–19. März 2023  
Messe Wien



Wohntrends,  
Möbel, Garten &  
Design

# WOHNSINN

Built by  
**RX**  
In the business of  
building businesses

[wohnen-interieur.at](http://wohnen-interieur.at)

**[WOHNEN &  
INTERIEUR]**<sup>®</sup>

KTHE | Karrik by Jean-Baptiste Morizot + Lucas Le Bihan, Solide Mirage by Jérémy Landes + Walid Bouhouchi (Weivelyne Type Foundry)

## PSI Supplier Finder 1/23 | Jetzt Eintrag aktualisieren



Der **PSI Supplier Finder** ist ein Medium mit echtem **Win-win-Faktor** – für PSI Lieferanten und PSI Händler. **PSI Händlern** ist er eine **wichtige Stütze** bei der Suche nach den für den individuellen Bedarf geeigneten PSI Lieferanten. Neben Warengruppen mit Quellenangaben für den Bezug von Produkten und Dienstleistungen enthält der PSI Supplier Finder zudem ein Zertifikatsverzeichnis mit einer Auswahl verantwortungsvoller Lieferanten im PSI Netzwerk, den TOP 150 Lieferanten im PSI Netzwerk sowie interessanten Texten aus der Rubrik „Gut zu wissen“. Kompakt in einem Medium erhalten PSI Händler eine **umfangreiche Übersicht** über alles Wissenswerte, das ihr tägliches Arbeiten erleichtert. PSI Lieferanten, die im PSI Supplier Finder stehen, werden von PSI Händlern leicht und schnell gefunden. Um beiden Gruppen den Weg für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zu bahnen, wird **Aktualität** in diesem Verzeichnis großgeschrieben. Die neue Ausgabe 1/2023 ist derzeit in Arbeit. Beste Gelegenheit für alle interessierten **PSI Lieferanten, jetzt einfach und bequem über das Online-Service-Center ihr Profil zu aktualisieren**. Wie immer gilt: Wer früh bucht, spart. **Noch bis zum 31. März 2023 gelten die Early-Bird-Konditionen von 5 Prozent Ermäßigung**. Regulärer Eintragsschluss ist der 11. Mai 2023. <https://supplierfinder.psi-network.de/>

## PSI Product Sourcing | Überraschender Trend

Was sind die Trends auf dem Werbeartikelmarkt? Zum Jahresauftakt haben viele **Werbeartikel-lieferanten und -hersteller** traditionell ihre **Sortimente** um kreative, praktische, nachhaltige und nützliche Werbebotschafter **erweitert**. Um welche, weiß das PSI Sourcing Team. Die Profis in Sachen haptische Werbeträger beraten Händler, die nach dem passenden Produkt oder Werbeartikelhersteller für ihren Kunden suchen, und informieren damit auch rund um die **Topseller** und **innovativen Trend-Produkte im PSI Product Finder**. Ob

in einem persönlichen Telefonat oder via Online-Anfrage per Mail oder Website – die Ideengeber vom PSI sitzen direkt an der Quelle. Bei der **Auswertung der Anfragen** im Januar trat dabei auch die eine oder andere **Überraschung** zutage. Ein starkes Interesse zeigten die PSI Händlermitglieder an Haushalts- und Küchenzubehör. Produkte aus dieser Kategorie wurden dabei im ersten Monat des Jahres häufiger nachgefragt als etwa die Allzeit-Klassiker Schreibgeräte und Taschen. Weit vorne landeten zudem Sonderanfertigungen.

Wer als PSI Mitglied auf das Fachwissen des **PSI Sourcing Teams** zurückgreifen möchte, kann dies **telefonisch** unter **+49 211 90191-333** tun oder eine **E-Mail** schreiben an: [productsourcing@rx-global.com](mailto:productsourcing@rx-global.com)



my PSI

Messegelände Düsseldorf

10 -12

JAN

23

Das Who und  
How der Branche.  
Mein PSI. Live.

# Danke

für eine überwältigende

# PSI 2023



scan me

PSI 2023  
in  
Bildern

Die europäische Leitmesse  
der Werbeartikelwirtschaft

PSI

Built by



In the business of  
building businesses

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.: +49 211-90191-114/-321/-315+++ FAX: +49 211-90191-180 +++ MAIL: VERLAG@PSI-NETWORK.DE

**EINKAUGSWAGENAUSLÖSER / KEY CHAIN**

PSI No. 46925

www.pinsundmehr.de

**SCHAUMSTOFFPRODUKTE / FOAM PRODUCTS**

PSI No. 44724

www.promowolsch.de

**NETWORKS / PLATFORM / EVENTS**

**MIKROFASERTÜCHER / MICROFIBRE CLOTHS**

PSI No. 46235

www.herka-frottier.at

**STELLENANGEBOTE / JOB OFFERS**

# PSI Journal

Internationales Magazin für Werbeartikel. Hier finden Sie profundes Know-How für Ihr Werbeartikelbusiness, aktuelle Informationen über Märkte und Unternehmen sowie Themen, die die Branche bewegen. Jetzt alle wichtigen Themen und Termine rund ums Magazin vormerken!

International magazine for promotional articles. Here you will find in-depth know-how for your promotional goods business, up-to-date information about markets and companies as well as topics that move the industry. Make a note of all the important topics and dates for the magazine now!

	Produktthema 1	Produktthema 2	ET	Redaktions-schluss	Anzeigen-/ Druckunterlagenchluss
01/2023	Messenuehden PSI 2023		03.01.2023	09.11.2022	18.11.2022
02/2023	Offen, Garten, Hobby und Handwerk	Gesundheit, Sport, Fitness, Frauen VM	10.02.2023	16.12.2022	18.01.2023
03/2023	Schutz- und Hygieneartikel, Arbeitssicherheit	Taschen, Reisgepäck und Lederwaren	01.03.2023	21.01.2023	09.02.2023
04/2023	Fashion, Workwear, Caps und Accessories	Bürobedarf, Schreibgeräte, Kalender	03.04.2023	18.02.2023	09.03.2023
05/2023	Getränke, Trinkgefäße und Tischkultur	Werbeartikel für Haustiere	02.05.2023	18.03.2023	06.04.2023
06/2023	Wellness, Kosmetik und Beauty	Nachhaltig und Energiesparend	01.06.2023	20.04.2023	05.05.2023
07/2023	Weihnachten, Präsentsets und Sonderanfertigungen	Spielzeug und Plüschtierprodukte	03.07.2023	20.05.2023	08.06.2023
08+09/2023	Ökologische und nachhaltige Produkte, Veganes	Schokolade und Süßes	01.09.2023	24.06.2023	10.08.2023
10/2023	Camping, Outdoor, Schirme, Werkzeug und Messer	Gesundheit und Hygiene	02.10.2023	19.09.2023	08.09.2023
11/2023	Elektronik, Digitales und Smartphone-Accessories	Auto, Fahrrad, Verkehr und Sicherheit	01.11.2023	19.09.2023	06.10.2021
12/2023	Marine- und Designprodukte, Fair Trade	Made in Europe / GSA (Germany, Switzerland, Austria)	01.12.2023	19.10.2023	09.11.2023
01/2024	Messenuehden PSI 2024		02.01.2024	11.11.2023	18.11.2023

Druckunterlagen (PDF, 300dpi) Übermittlung per Upload an <https://share.messe.at/filedrop/anja.spaeler@rxglobal.com>

	Product Topic 1	Product Topic 2	Publication date	Editorial Deadline	Ad Closing / Printing material deadline
01/2023	Trade Show Innovations PSI 2023		03.01.2023	09.11.2022	18.11.2022
02/2023	Easter, Garden, Hobby and Handicraft	Health, Sports and Fitness, World Cup Woman	10.02.2023	16.12.2022	18.01.2023
03/2023	Protective and Hygienic Articles, Occupational Safety	Bags, Luggage and Leather Goods	01.03.2023	21.01.2023	09.02.2023
04/2023	Fashion, Workwear, Caps and Accessories	Office supplies, Stationery, Calendars	03.04.2023	18.02.2023	09.03.2023
05/2023	Beverages, Drinking Vessels and Tableware	Promotional Products for Pets	02.05.2023	18.03.2023	06.04.2023
06/2023	Wellness, Kosmetik und Beauty	Sustainable and Energy-saving	01.06.2023	20.04.2023	05.05.2023
07/2023	Christmas, Gift Sets and Custom-made Products	Toys and Soft-Toys	03.07.2023	20.05.2023	08.06.2023
08+09/2023	Ecological and Sustainable Products, Vegan Products	Chocolate and Sweets	01.09.2023	24.06.2023	10.08.2023
10/2023	Camping, Outdoor, Umbrellas, Tools and Knives	Health and Hygiene	02.10.2023	19.09.2023	08.09.2023
11/2023	Electronics, Digital and Smartphone Accessories	Car, Bicycle, Traffic and Safety	01.11.2023	19.09.2023	06.10.2021
12/2023	Brand and Design Products, Fair Trade	Made in Europe / GSA (Germany, Switzerland, Austria)	01.12.2023	19.10.2023	09.11.2023
01/2024	Trade Show Innovations PSI 2024		02.01.2024	11.11.2023	18.11.2022

Printing material (PDF, 300dpi) Submission by upload to <https://share.messe.at/filedrop/anja.spaeler@rxglobal.com>



## INSERENTEN-VERZEICHNIS / LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent / Advertiser	Seite / Page			
			60614	SARL VOG IMPORT	067
			48301	SL Lederwaren B.V. - SL Bags	051
41859	BIC GRAPHIC EUROPE S.A.	002+003, U2/ IFC		Wohnen & Interior - RX Austria & Germany	073
				Beilage I Insert (* Teilaufage / Partial circulation)	
45452	CD-LUX GmbH	011		RX Austria & Germany	*
	FERIEN MESSE - RX Austria & Germany	055			
	FIBO - RX Austria & Germany	063			
42819	Gustav Daiber GmbH	009			
45666	Halfar System GmbH	057			
41016	Heri-Rigoni GmbH	031			
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	U1A/Cover			
47464	Karlowsky Fashion GmbH	033			
	PSI Partner Kühne & Nagel	069			
47814	Lupenmaxx GmbH	KAB			
43410	Mister Bags GmbH	004+005			
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	KAB			
42332	Prodir Pagani Pens SA	001			
	PSI - RX Austria & Germany	075, 079			
	RX Austria & Germany	064+065			

# Einmischen, mitreden, mitmachen

**B**ernhard Vogel, der ehemalige Ministerpräsident von Rheinland-Pfalz und Thüringen, sagte einmal: „Demokratie ist nicht die einfachste Staatsform, weil sie täglich des eigenen Engagements bedarf.“ Dem stimme ich uneingeschränkt zu, vor allem, wenn die Betonung auf dem EIGENEN Engagement liegt! Der beste Beweis ist für mich die PSI 2023. Wir konnten dort produktive Gespräche mit Abgeordneten des Deutschen Bundestages führen und sie für positive Einsichten über unsere Branche öffnen. Und im nächsten Jahr werden wir sicherlich auch Abgeordnete des Europäischen Parlaments von unserer Kreativität und Leistungsfähigkeit überzeugen.

Doch wir dürfen nicht nachlassen. Wir müssen uns weiterhin auf nationaler und europäischer Ebene engagieren. In jeder Region gibt es Politikerinnen und Politiker, die bereit sind, uns zuzuhören und uns zu unterstützen. Aber auch wenn wir schon einige Freunde im Deutschen Bundestag und auch im Europäischen Parlament haben, brauchen wir noch mehr Fürsprecher, die sich für uns stark machen. Das sehen auch viele Mitglieder und Partner-Verbände in den anderen europäischen Ländern so. Und für mich ist ganz klar: Ausreden gelten nicht, denn die Möglichkeiten und Mittel für mehr Engagement haben wir!

Die Verbände sind heute fast überall besser aufgestellt als noch vor einigen Jahren. Wir müssen verstärkt am politischen Geschehen teilnehmen, relevante Gruppen informieren und ganz einfach gesagt: für unsere eigene Sache selbst noch aktiver werden. So schaffen wir ein besseres Verständnis für unsere Branche, unsere Sorgen und Nöte, aber auch unsere Wichtigkeit und unseren Beitrag zu Wirtschaft und Gesellschaft.

Die wirtschaftlichen Herausforderungen seit Beginn des Ukraine-Krieges – hohe Energiekosten, fragile Lieferketten – sowie rechtliche und steuerrechtliche Probleme in vielen Ländern erschweren uns als Branche das Leben, das kennen wir. Aber auch schwierige Umstände sind keine Entschuldigung für Passivität. Denn nichts nimmt uns unsere Stimmen und unsere Stärke! Lassen Sie uns als Verbände, PSI und Unternehmer vor Ort zusammenarbeiten, nicht nachlassen, kooperieren und unsere Stimme erheben, bis wir unsere Ziele erreicht haben. Halten wir unser Engagement täglich aufrecht, um eine erfolgreiche Zukunft für unsere Branche zu sichern!

Ihre



Petra Lassahn  
Director PSI



Messegelände Düsseldorf

9 – 11

JAN

24

Das Who und  
How der Branche.  
Mein PSI. Live.

see you.

PSI 2024

SAVE  
THE  
DATE

Die europäische Leitmesse  
der Werbeartikelwirtschaft

PSI

Built by

RX

In the business of  
building businesses



## Fashionable werben

Der Produktschwerpunkt der kommenden Ausgabe liegt in der ersten unserer beiden Themenrubriken auf den Promotionstextilien. Wie der erfolgreiche Re-Start der PSI gezeigt hat, sind diese nun auch dahin zurück, wo sie hingehören: Eingebettet in die bunte Vielfalt der Werbeartikelwelt auf Europa Branchen-Leitmesse. Allein der Textilsektor im Bereich der „Hapticals“ gibt sich so einfalls- wie abwechslungsreich und gleichzeitig nachhaltig. Stets en vogue braucht er den Vergleich mit der „großen Mode“ nicht zu scheuen und wirbt mit Qualität und fashionable Design. Wir zeigen eine Auswahl aus dem textilen Spektrum rund um „Fashion, Workwear, Caps und Accessoires“. Der zweite Themenkreis präsentiert Neuheiten aus dem Werbeklassikerbereich „Bürobedarf, Schreibgeräte, Kalender“.

**Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe PSI Journal Mai 2023, die sich den Themengruppen „Getränke, Trinkgefäße und Tischkultur“ sowie „Werbeartikel für Haustiere“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens 18. März 2023 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de**

## SIGG: Traditionell, innovativ und nachhaltig

Schon seit 115 Jahren pflegt das Schweizer Unternehmen SIGG Tradition, Innovation und Umweltbewusstsein. In aller Welt vor allem bekannt durch die Stil-Ikone, die klassische Swiss-made Traveller-Flasche aus Aluminium, überzeugt SIGG mit einer Kollektion, die nahezu keine (Werbe-)Wünsche offenlässt. Wir haben uns bei einem Besuch am Produktionsstandort Frauenfeld davon überzeugen können.

## Werbeartikel im internationalen Kontext

Mit Werbeartikeln lässt sich grenzenlos werben – im wahrsten Sinne des Wortes. Sie sprechen eine verbindende Sprache und doch zeigen sich Unterschiede auf den internationalen Märkten. Zu der Marktdynamik in Nordamerika und überraschenden Trends äußerte sich Michele Bell vom Advertising Specialty Institute (ASI) in einem persönlichen Gespräch.

## Impressum



**Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-Wirtschaft von PSI Promotional Product Service Institute**

RX Deutschland GmbH  
Völklinger Straße 4, D-40219 Düsseldorf  
Tel.: +49 211 90191-0  
Telefax: +49 211 90191-180  
Internet: www.psi-network.de

**Herausgeber:** Petra Lassahn

**Geschäftsleitung:** Benedikt Binder-Kriegelstein, Michael Köhler, Barbara Leithner, Ivo Sklenitzka

**Redaktion:** Edit Line Verlags- und Produktions-GmbH  
Dekan-Laist-Straße 17, D-55129 Mainz  
im Auftrag von PSI Promotional Product Service Institute – RX Deutschland GmbH

**Chefredakteur:** Manfred Schlösser

**Leitende Redakteurin:** Ursula Geppert

**Redaktion:** Martin Höchemer, Anke Zimmermann, Christian Jacob, Jutta Menzel, Christoph Zimmermann

**Chef vom Dienst:** Martin Höchemer

**Head of Media Solutions:** Anja Späker

**Anzeigenverkaufsleitung:** Lars Kessler

### Cross Media Sales

**Senior Sales Manager:** Senija Menzel,  
senija.menzel@rxglobal.com

**Sales Manager:**  
Martin Metz,  
martin.metz@rxglobal.com

### Regionale Kontakte

**Belgien und Frankreich:** Reed Exhibitions  
ISG Belgien und Frankreich  
Bryan Piscou,  
bpiscou@reed-export.fr

**Italien:** Reed Exhibitions ISG Italy s.r.l.  
Erika Poleggi  
erika.poleggi@reedexpo.it

**Spanien:** Reed Exhibitions Italia Srl  
Malvina Tralli  
malvina.tralli@reedexpo.it

**Türkei:** Istexpo  
Sevinc Abdullayeva,  
sevinc@istexpo.com

**UK:** Reed Exhibitions ISG UK  
Daniel Cordock,  
daniel.cordock@reedexpo.co.uk

**Gestaltung:** Edit Line GmbH, Mainz  
im Auftrag von PSI Promotional Product Service Institute  
RX Deutschland GmbH

**Layout:** Stephan Weiß, Nina Bertsch, Stephan Flommersfeld

**Fotos:** Lars Behrendt, Ursula Geppert, Martin Höchemer, Anke Zimmermann u.a. Titelmotiv: Adobe Stock.  
Redaktionelle Beiträge teilweise unter Verwendung von Fotos von Adobe Stock.

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

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

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 54 vom 1. November 2021.

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.

**RELX** produziert gemäß RELX Sustainable Paper Policy

**RX** Austria & Germany



## LIVE EVENT

Konzeption – Planung – Visualisierung – Umsetzung

Messe

Kongress

Event

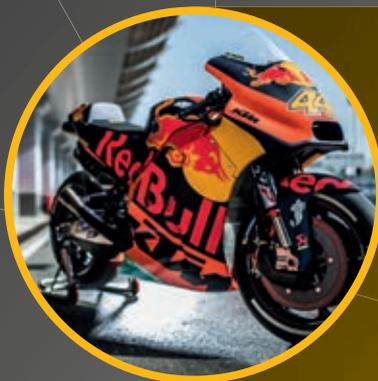
## DIGITAL STAGE

Real meets Digital

360° Roomtour

3D Showrooms

Digitale Messestände & Events



## BRANDING

Werbetechnik

Gebäude & Fahrzeuge

Signage

POS

Von der Zentrale in Salzburg und der Niederlassung in Wien aus betreut STANDout als technischer Full Service Dienstleister für Messen, Kongresse und Events jährlich ca. 8.000 Kunden auf mehr als 500 Events. Von der Beratung über Konzepterstellung, Design, Planung und Fertigung bis hin zum schlüsselfertigen Aufbau vor Ort kommt alles aus einer Hand.

[standout.eu](http://standout.eu)

Member of



In the business of building businesses

The Bluesign logo consists of the word "bluesign" in a lowercase, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to its upper right. It is positioned in the top left corner of the page, set against a white square background.

bluesign®

## Making Promotional Wear More Sustainable with Bluesign

Our approach is based on Input Stream Management, which for us is using better, less harmful chemicals for the textile supply chain. As a leading sustainability solutions provider, we work closely with chemical suppliers, manufacturers and brands to reduce impact on people and the environment.

Bluesign's new tiered services are designed to support you with your environmental targets, focusing on impact reduction. Furthermore, bluesign® ACADEMY will help you through tailor-made training, individual consultancy, carbon footprint calculation, and sustainability management and reporting.

— At Bluesign, we help you define and achieve your sustainability goals in the promotional wear industry.

FIND YOUR SERVICE NOW



[bluesign.com](https://www.bluesign.com)