

PSI

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

August/September 2023

62. Jahrgang

inklusive
PSI 2024
Ausstellerliste

JOURNAL

Anzeige



Your Brand Ambassador

BIC® 4 COLOURS®

Der kultige BIC® 4 Colours® jetzt mit neuen Veredelungen und Farbkombination!

NEU!

Neue Farbkombinationen mit schwarzem
Oberteil und chromatische Veredelungen
ab Oktober 2023 erhältlich.



Rundumdruck



Starten Sie Ihre
Sammlung!

Nachfüllbar



Hergestellt
in Europa



Hergestellt
und bedruckt
in BIC-Fabriken



Die BIC Graphic-Fabrik wird mit
100% Energie aus erneuerbaren
Quellen betrieben



BIC GRAPHIC



@bicgraphic

Think BIC
www.bicgraphic.com

NEU

ENTSORGUNG
Papiertonne

Inlay aus
PAPIERFASER
reinpapier

Lindt
SCHWEIZER MILCH-CHOCOLATE
SEIT 1845

NEU

ENTSORGUNG
Papiertonne

Inlay aus
PAPIERFASER
reinpapier

CoffeeCup
PAPER



Adventskalender
Highlights
JETZT KATALOG
ANFORDERN!

Klimaneutral
Unternehmen
ClimatePartner.com/13089-1903-1001

FSC
WÄLDER
FÜR IMMER
FÜR ALLE
Das Zeichen für verantwortungsvolle Waldbirtschaft
FSC® C112988 www.fsc.org

Süße Adventskalender mit Augenleuchten Garantie!
Ausgezeichnet nachhaltig. 100 % klimaneutral.

NEU

ENTSORGUNG
Papiertonne

Inlay aus
PAPIERFASER
reinpapier

Lindt
SCHWEIZER MILCH-CHOCOLATE
SEIT 1845

NEU

FAIRTRADE

Inlay aus
PAPIERFASER
reinpapier

ENTSORGUNG
Papiertonne

NEU

Meßmer

100% AUS
KARTON

Inlay aus
PAPIERFASER
reinpapier

ENTSORGUNG
Papiertonne

TIPP

Graspapier

FAIRTRADE

Inlay aus
PAPIERFASER
reinpapier

Süße
Adventskalender
in Premium-
Qualität!
www.cd-lux.de

NEU

Lindt
HELLO

Inlay aus
PAPIERFASER
reinpapier

TIPP

Seeger

Ritter
SPORT

NEU

Meßmer

ENTSORGUNG
Papiertonne

NEU

Lindt
SCHWEIZER MILCH-CHOCOLATE
SEIT 1845

Inlay aus
PAPIERFASER
reinpapier

ENTSORGUNG
Papiertonne

Düsseldorf · G-30212

 **PSI**

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeatikel

August/September 2023

62. Jahrgang

inklusive
PSI 2024
Ausstellerliste

JOURNAL



Kalfany

75 Jahre süße Geschichte
Peter Kasper

PSI 2024

Tradition und viel Neues

Product Guide

Nachhaltige Produkte, Veganes
Schokolade und Süßes

Global Innovations

Exklusiv: Innovatives Material



Das **Beste**
zum **Schluss**

Kreativ und professionell
ins **Jahresende**

Adventskalender & Präsente

mit Augenleuchten-Garantie

Ausgezeichnet nachhaltig. 100 % klimaneutral.

NEU

FROHE WEIHNACHTEN

und alles Gute für -
2024 wünscht Ihnen

Ihre Geschäftsleitung



Wir wünschen Ihnen eine
schöne Adventszeit

TIPP

EXKLUSIV
FÜR SIE:
Alle Artikel individuell
bedruckbar!

NEU

NEU



Unsere Qualität macht den Unterschied Süße Adventskalender in Premium-Qualität!

NEU



Inlay aus
PAPIERFASER
reinpapier

NEU



Inlay aus
PAPIERFASER
reinpapier Lindt

TIPP





Editorial

Echt dicke Bretter

Der Kampf, den Werbeartikel endlich aus der gesetzlichen Geschenkeregulierung (§4 Abs. 5 Satz 1) zu befreien und als Werbeform anzuerkennen, dauert schon Jahrzehnte. Alles Übel geht nämlich davon aus, dass eine hoch wirksame Werbeform als Geschenk – ja, man darf in diesem Fall ruhig sagen – diffamiert wird. Und weil das so ist, musste und muss die Stoßrichtung aller politischen Arbeit dahin gehen, dies zu ändern und dem Werbeartikel seinen berechtigten Platz im Werbemix der Unternehmen zu erkämpfen. Wenn dies nicht erreicht wird, ist alles andere Doktorei an den Symptomen.

In ihrer Stellungnahme vom 25. Juli 2023 zum Referentenentwurf für ein Wachstumschancengesetz haben sich die deutschen Spitzenverbände deshalb ganz klar dafür ausgesprochen, das Gesetz dahingehend zu ändern: Werbeartikel bis zur Freigrenze von 50 Euro sollen demnach kein Geschenk mehr darstellen. Sie würden dann nicht mehr der Besteuerung beim Empfänger unterliegen und wären von jeder Aufzeichnungspflicht befreit. Dies würde, so der steuerrechtliche Begriff, den Wandel von einer empfängerbezogenen zu einer objektbezogenen Freigrenze bedeuten.

In einem Schreiben an Frank Dangmann – er war bis zur Stellungnahme der Spitzenverbände der Verhandlungsführer in diesem Projekt – unterstreicht der Bund der Steuerzahler dies und fordert den Gesetzgeber auf, diese Grenze sogar auf 60 Euro anzuheben und unterstreicht nochmals den erforderlichen Wandel in eine objektbezogene Freigrenze. Sollte das, auch mit dem Rückhalt der Spitzenverbände in der Politik, wieder mal nicht durchsetzbar sein, so fordert der Bund der Steuerzahler ganz klar, „hilfsweise sollte zumindest die untergesetzlich geregelte 10 Euro-Grenze für Streuwerbeartikel aus dem BMF-Schreiben vom 19.05.2015 betragsmäßig deutlich angehoben werden“. Dies fordert die Branche schon lange. Aufgenommen hat dies auch das bayerische Finanzministerium in einem Antrag an den Bundesrat im vergangenen Jahr.

Sollte es gelingen, den Werbeartikel von dem Geruch des Geschenks zu befreien, wäre dies ein nahezu epochales Ereignis. Es könnte dann auch nicht mehr geschehen, wie es 2003/2004 von Teilen der Politik versucht wurde, dem Werbeartikel die betriebliche Absatzbarkeit vollkommen zu entziehen und die Branche dem Ruin zu überlassen. Drücken wir die Daumen, dass die Regierung einsichtig ist und diesen wichtigen und existenzsichernden Schritt für die Branche tut – es ist längst an der Zeit.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schloesser@edit-line.de



Ihre neue Marketing-Fachkraft.

Unser neuer, kompakter Office-Organizer erleichtert Ihnen den Büroalltag und ist gleichzeitig ein echtes Multitalent in Sachen nachhaltiger Werbung. Sie sollten ihn gleich kennenlernen!

Jetzt bestellen!

www.karlknauer.de

KARLKNAUER 
Beeindruckend anders



NEU!

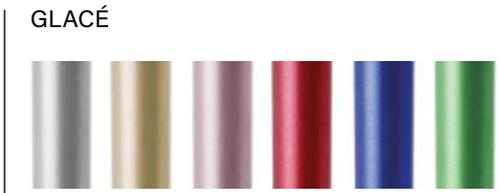
Vorstellung der
BIC® Super Clip-
Produktreihe.

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 und weil er in Europa mit 100% erneuerbaren Energien hergestellt und in BIC-Fabriken bedruckt wird, um den CO₂-Fußabdruck zu verringern. Ist er nicht super?

Nachfüllbar



Hergestellt in Europa



Hergestellt und bedruckt in BIC-Fabriken



Die BIC Graphic-Fabrik wird mit 100% Energie aus erneuerbaren Quellen betrieben

NEUE
FARBE!

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 Materialien 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 BIOBASED

Farbe Green Grass ab Oktober 2023 erhältlich.

ecolutions®

* bezieht sich auf Schaft und Clip



BIC GRAPHIC



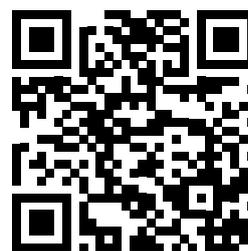
@bicgraphic

Think BIC
www.bicgraphic.com



Wir lieben Zero Waste!

Es gibt viele Wege, die Umwelt zu schützen. Einer davon ist der Gebrauch von Taschen aus recycelter Baumwolle und rPET. Deswegen haben wir von Mister Bags unser Sortiment aus recycelten Materialien um neue Taschenmodelle und Farben erweitert. Die Besonderheit bei Oskar, unserem Neuling, er besteht zu 70 % aus recycelten Baumwollresten und zu 30 % aus recyceltem Kunststoff (rPET). Durch diesen innovativen Materialmix werden die natürlichen Ressourcen und somit auch die Umwelt geschont. Mit unseren Recycling-Modellen setzen Sie ein starkes Statement: Zero Waste.



Entdecken Sie unser Waste Cotton Sortiment!

TRENDS & BRANDS	6
MARKTFORSCHUNG	10
PSI 2024	
Tradition und viel Neues	12
Vorläufiges Ausstellerverzeichnis	14
FOKUS	
Kreativ und professionell ins Jahresende: Das Beste zum Schluss	24
PRODUCT GUIDE	
Ökologische und nachhaltige Produkte, Veganes	34
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	68
Global Innovations: Innovatives heimkompostierbares Material	80
Dürninger: Von der Leinwanddruckerei zum Global Player	82
Cybergroup BeachCup 2023: Sun, fun und smashing Branchenstars	84
PRODUCT GUIDE	
Schokolade und Süßes	86
UNTERNEHMEN	
75 Jahre Kalfany: Wo die süßen Bären wohnen	94
BUSINESS	
ZAW: Verhaltene Stimmung trotz leichten Wachstums	98
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	102
MYPSI	106
MEINUNG	110
VORSCHAU – IMPRESSUM	112

www.misterbags.de



Tradition und viel Neues

12

Die PSI 2024 kehrt zur alten Stärke zurück. Nahezu alle namhaften Aussteller sind wieder an Bord. Viele neue drängt es wieder nach Düsseldorf. Erstmals präsentiert die PSI ein Partnerland: die Niederlande – sehr kreativ, sehr spannend. Wie immer auch wieder mit dabei sind zahlreiche internationale Verbände.

Das Beste zum Schluss

24

Das Jahresendgeschäft wirft wie immer schon seit Hochsommer seine Schatten voraus. Jetzt sind Kreativität und Professionalität besonders gefragt. Die Branche hat dies und noch viel mehr zu bieten und ist überzeugt, das Jahr erfolgreich abzuschließen. Die Chancen dafür stehen gut.



Nachhaltiges, Veganes, Süßes

34

Die Branche setzt zunehmend auf ökologische und nachhaltige Produkte – wozu auch Veganes zählt. Ab Seite 34 stellen wir eine große Auswahl adäquater Produkte vor. Auch vegane Beispiele,



aber bei weitem nicht nur, halten die süßen und schokoladigen Zungenschmeichler der zweiten Produktstrecke bereit, die eines verbindet: Sie werben multisensorisch.

Innovativ – heimkompostierbar

80

Global Innovations Germany baut seine Nachhaltigkeitsstrategie aus und ist aktuell einen bedeutenden Schritt in Richtung Verwirklichung seiner Vision vorangekommen. Ein Firmenbereich konzentriert sich nun darauf, erd-abbauable Haushaltsprodukte ohne Rückstände von Mikroplastik zu entwickeln.



Interdependenz als Makrotrend 2024

Das Trendprognoseunternehmen Worth Global Style Network (WGSN) sieht für 2024 sechs Makrotrends, wie sich das Business-Leben allgemein ändern wird. Tristan Thibodeau, Gründerin der Full-Service-Agentur für Markenstrategie und Design Wild Womn Haus, hat diese sechs Trends näher betrachtet und daraus abgeleitet, wie Marken(unternehmen) sie in ihrem Business-Alltag umsetzen können. Dabei hat sie einen alle Trends umspannenden Aspekt identifiziert: Interdependenz. (wildwomnhaus.com, "2024 Macro Trends: How Business Will Be Changing") Wir haben drei der sechs Makrotrends sowie einige Handlungsableitungen von Tristan Thibodeau herausgegriffen, die auch für die Werbeartikelwirtschaft relevant sein könnten.



Augenmerk auf Achtsamkeit

Eine Kultur der Achtsamkeit ist elementar für das menschliche Wohlbefinden und die mentale Gesundheit. Für den Alltag bedeutet das, sich allem zuzuwenden, was Stress reduziert, den Kopf frei macht. Unterstützung bieten und annehmen – mental, aber auch durch technische Gadgets wie Wearables.

#savetheplanet

Eine Abkehr von „Fast Fashion“ hin zu nachhaltigen, umweltfreundlich Marken, die Bezugsquellen und Lieferketten verändert haben, ist zu erkennen. Es zeichnet sich eine Bewegung ab – weg davon, lediglich einen Schaden zu vermeiden, hin zu sinnvollem ökologischem Handeln wie beispielsweise Wiederaufforstung. Für den Business-Alltag kann das bedeuten: auf Lieferanten setzen, die umweltbewusst agieren, biologisch abbaubare Verpackungen nutzen, für Kunden „regenerierende“ Anreize schaffen wie etwa: „Für jede Bestellung/jeden Auftrag pflanzen wir einen Baum“.



Neue Narrative oder:

die eigene Geschichte neu schreiben

Es geht um die zentrale Frage: Was können wir tun, um uns für die Zukunft besser aufzustellen? Für den Business-Alltag heißt das: durch vielfältige Material-Bezugsquellen krisensichere Lieferketten sicherstellen, bei der Beschaffung verstärkt lokal als global denken, wieder mehr auf Erlebnisse im wirklichen Leben setzen.



Jedes Produkt erzählt eine Geschichte.



Prodir is a brand of Pagani Pens SA.

Die 'mishmash x prodir'-Kollektion gibt es in verschiedenen Formaten und Größen – vom MM01, das in jede Handtasche passt, bis zum MM02-Notizbuch im A5-Format mit Soft Cover. Zur Betonung der hochwertigen, naturnahen Optik und Haptik unserer Notizbücher verwenden wir für den Aufdruck Ihres Unternehmenslogos stets die Reliefprägung. Made in Portugal.

**Facts,
not fakes.**

Prodir Deutschland
Hotline +49 6762 4069 0

Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55
Prodir Österreich
T +43 7205 69480

www.prodir.com
open.prodir.com

mishmash[®] × prodir[®]

Customer Experience - der Schlüssel zum Erfolg

Produkte und Dienstleistungen werden immer austauschbarer. Der Druck durch Wettbewerber erhöht sich. Für Unternehmen wird es daher zunehmend wichtiger, Alleinstellungsmerkmale zu definieren und sich darüber zu positionieren. Customer Experience, also Kundenerlebnisse, gewinnen in einer erlebnisorientierten Gesellschaft mehr und mehr an Bedeutung und können den erfolgsentscheidenden Unterschied machen. Im Gabler Wirtschaftslexikon wird Customer Experience sogar als „zentrale Dimension des Marktes“ interpretiert. Deloitte, Dienstleister in den Bereichen Wirtschaftsprüfung, Steuerberatung, Consulting und Financial Advisory, hat die Kundenerfahrung als wichtigstes Differenzierungsmerkmal für Unternehmen genannt und spricht von einer „Orchestrierung positiver Erlebnisse“. Wir greifen an dieser Stelle drei Schritte in Ausschnitten auf, die auch für Unternehmen der Werbeartikelwirtschaft von Interesse sein könnten. Denn: Customer Experience ist weit mehr als nur ein Trend. Zum intensiven Nachlesen gibt es den kompletten Artikel „Das Erlebnis macht den Unterschied: Customer Experience als Schlüssel zum Erfolg von morgen“ mit allen Handlungsempfehlungen von Deloitte auf der Unternehmenswebseite www2.deloitte.com.

Schritt 1

Das „Warum“ – oder: die Strategie

Customer Experience sollte in der Unternehmensstrategie fest verankert sein, so Deloitte. Die Empfehlung des Dienstleisters: Auch im B2B-Bereich sind schlüssige Markenkonzepte, zukunftsweisendes Marketing und Customer Experience von größter Wichtigkeit. Um eine positive Kundenerfahrung zu ermöglichen, muss die Marke in unterschiedlichen emotionalen Dimensionen verortet werden.

Das „Was“ – oder: die Maßnahmen

Entscheidend ist, die sogenannten Touchpoints entlang der Customer Journey, also die Schnittstelle eines Unternehmens oder einer Marke zu Kunden oder Lieferanten, zu identifizieren und nach ihrer Customer Experience Relevanz zu bewerten. Deloitte betont dabei das „Zusammenspiel von Experience Value (Kundeninteraktion, Zufriedenheit) und Business Value (Werbung, Umsatz, Kosten)“.

Schritt 2

Schritt 3

Das „Wer“ –

oder: die Organisation

Um erfolgreiche Kundenerlebnisse kreieren zu können, muss das Customer Experience Management von der Unternehmensführung gewollt und mitgetragen werden. Dazu gehört laut Deloitte „eine bewusst gestaltete und gepflegte Unternehmenskultur“ und auch, die Beschäftigten dafür zu gewinnen und einzubinden.

DAIBER MAGHTS EWIG.

Bei uns wird jedes Kleidungsstück zum treuen Begleiter. Unsere Designs sind zeitlos elegant, unsere Produkte aus hochwertigen Materialien gefertigt. Das macht unsere Corporate Wear besonders langlebig.

daiber

Marktforschung

3 Gründe,
warum sich das Investment in Marketing und Werbung gerade in Krisenzeiten lohnt, hat das Magazin absatzwirtschaft anhand eines Gastbeitrags von Philippa Snare vom Adtech-Spezialisten The Trade Desk zusammengetragen.

1. Eine gute Gelegenheit, Marktanteile zu gewinnen

Dass Verbraucher*innen weniger ausgeben, bedeutet nicht, dass sie weniger Werbung konsumieren. Die Chance für Marketingverantwortliche: Wenn die Ausgaben des Wettbewerbs sinken, steigen die eigenen Chancen auf einen höheren Share of Voice. Mit dem gleichen Budget und mit weniger Aufwand können diese Unternehmen mehr Aufmerksamkeit generieren.

2. Mit datengetriebenen Strategien das Budget optimieren

Mit einem datengetriebenen Ansatz können Marketingverantwortliche erkennen, wo ihre Chancen liegen und das gesamte Multichannel-Erlebnis entsprechend aufeinander abstimmen und optimieren. In Zeiten des Abschwungs seien da-

tengestützte Analysetools wichtiger denn je, da Verbraucher*innen anders handelten, so die absatzwirtschaft.

3. Langfristiges Wachstum bei gleichbleibenden Ausgaben Unternehmen müssen die Vorteile des Marketings in Krisenzeiten langfristig betrachten: Wer weiterhin konsequent in Marketing investiert, kann die eigene Sichtbarkeit im Vergleich zu sparsamen Wettbewerbern deutlich ausbauen.

www.absatzwirtschaft.de, „Warum Unternehmen in harten Zeiten in Werbung investieren sollten“

Großbritanniens Exporte in die EU sind 23 Prozent niedriger und die Importe aus der EU 13 Prozent niedriger als sie es wären, wenn das Land noch EU-Mitglied wäre. Das ergaben Untersuchungen der Wirtschaftsprofessorin Jun Du von der Aston University in Birmingham. Die Deutsche Industrie- und Handelskammer nennt den Brexit „ein wirtschaftliches Desaster für beide Seiten des Kanals“. War Großbritannien vor dem Brexit noch fünftwichtigster Handelspartner Deutschlands, ist das Königreich jetzt nicht einmal mehr unter den Top Ten. Die Aussichten für Großbritannien sind nicht gut: Die unabhängige britische Aufsichtsbehörde OBR geht davon aus, dass die Produktivität im Land langfristig vier Prozent niedriger sein wird als es ohne Brexit der Fall wäre. www.tagesschau.de, „Großbritannien pfeift aus dem letzten Loch“

Wirtschaftliches Desaster – dies- und jenseits des Kanals



26%

der für eine aktuelle MarketCast-Studie von SuperAwesome Befragten der Gen Z gaben an, dass Social Media die beste Plattform sei, um sie mit Werbung zu erreichen. 64 Prozent der Befragten verzichteten demnach auf Ad-Blocker und 60 Prozent geben an, Werbung grundsätzlich zu mögen. Doch die Gen Z hat auch hohe Ansprüche an die Marken und ihre Werbung: 64 Prozent der Befragten wünschen sich, dass Marken ein einzigartiges Online-Erlebnis schaffen, 61 Prozent fordern mehr Glaubwürdigkeit. www.absatzwirtschaft.de, „Gen Z: 6 von 10 mögen Werbung“

Wann Marken Schaden nehmen



Knapp ein Fünftel der Deutschen zwischen 18 und 24 Jahren (19 Prozent) gibt an, dass sie das Vertrauen in Marken verlieren, die mit kontroversen Social-Media-Influencern in Verbindung stehen, und zukünftig weniger wahrscheinlich Produkte dieser Marken kaufen würden. Bei Verbraucher*innen zwischen 45 und 54 Jahren sowie der Altersgruppe 55+ dagegen ist dies weniger häufig der Fall (jeweils 16 und 17 Prozent).

Das ergab eine aktuelle YouGov-Studie. Interessant in diesem Zusammenhang: Nahezu ein Viertel der GenZ (18 bis 24 Jahre) würde nach einem Influencer-Skandal das Vertrauen in die Marke zwar verlieren (24 Prozent), die betroffenen Produkte jedoch weiterhin kaufen, 22 Prozent der 35-bis-44-jährigen würden ebenfalls so verfahren. <https://yougov.de>, „Influencer-Skandale beschädigen Vertrauen in Marken“

Der Internationale Währungsfonds prognostiziert für China, der zweitgrößten Volkswirtschaft der Welt, in diesem Jahr ein Wachstum von 5,2 Prozent. Allerdings leidet die chinesische Wirtschaft unter einem Nachfragemangel. Sie steht vor einer Deflation. Die Gewinne der Unternehmen waren nach Angaben des chinesischen Statistikamts um 16,8 Prozent niedriger als in den ersten sechs Monaten 2022. Interessant dabei: Die Gewinne staatlicher Unternehmen fielen um 21, die der privaten Betriebe dagegen nur um 13,5 Prozent. Obwohl Besserung in Sicht sei, „ist man in den Chefetagen der kleineren und mittleren, aber auch der großen und staatlich dominierten Industrieunternehmen nicht gerade optimistisch“, so tagesschau.de. Der staatliche Einkaufsmanagerindex für das verarbeitende Gewerbe großer und staatlich dominierter Industrieunternehmen zog im Juli zwar auf 49,3 Punkte an, liege jedoch weiterhin unterhalb der wichtigen Marke von 50, ab der Wachstum signalisiert werde. tagesschau.de, „Wie China die Flaute überwinden will“

Chinas wirtschaftliche Flaute

Wenn es um den Einsatz **künstlicher Intelligenz** geht, reagieren deutsche Unternehmen unterschiedlich. Das ergab die Konjunkturumfrage des ifo Instituts. Demnach setzen derzeit 13,3 Prozent künstliche Intelligenz bereits ein, 9,2 Prozent planen, sie zu nutzen. Weitere 36,7 Prozent diskutieren über mögliche Anwendungsszenarien. In der Industrie nutzt jedes dritte Unternehmen künstliche Intelligenz. Bei den Dienstleistern und im Handel liegt der Wert bei rund 20 Prozent. Für rund 40 Prozent der Unternehmen in Deutschland ist KI gegenwärtig kein Thema. www.ifo.de



Die PSI 2024 kehrt zur alten Stärke zurück. Nahezu alle namhaften Aussteller sind wieder an Bord. Viele neue drängt es wieder nach Düsseldorf. Erstmals präsentiert die PSI ein Partnerland: Die Niederlande – sehr kreativ, sehr spannend. Internationale Verbände, wie immer dabei.

PSI 2024: Tradition und viel Neues

Sie ist wieder da: die PSI Night



Fangen wir mit dem an, was sich sehr viele Mitglieder in Umfragen gewünscht haben - mit der PSI Night. Es wird sie wieder geben, am ersten Messetag in der „Nachtresidenz“ in Düsseldorf. Und auch da gibt es Neues zu vermelden: Besucher und Aussteller können für Mitarbeiter und/oder Kunden zweierlei Tickets erwerben: Einmal ein „Event-Ticket“ für ein schönes und stilvolles Abendessen ab 19 Uhr mit anschließender Party. Oder ein „Nur-Party-Ticket“ ab 22.00 Uhr. Außerdem lädt die „Promo Alliance“, bestehend aus ASI (USA), Sourcing City (UK) und PSI, Freunde und Partner dort zu einer Reception ein.

PSI jetzt mit Partnerland

Eine weitere Neuigkeit zur PSI 2024: Erstmals wird auf der Messe ein Partnerland präsentiert. Zur Premiere fiel die Wahl auf die Niederlande. Wen wundert's, gibt es dort einen der kreativsten und interessantesten Märkte – und, das darf man so sagen, eine traditionell große Nähe zur europäischen Leitmesse. Rund um den Auftritt des Partnerlandes wird es viele Produkt-Präsentationen und Events geben. Man darf gespannt sein.

Praxiswissen im PSI Forum

Gespannt sein darf man auch auf ein umfangreiches Vortragsprogramm im PSI Forum. Im September werden die Einzelheiten vorgestellt. Es wird eine Mischung aus kompetenten Vorträgen zu praxisrelevanten Themen sein. Der Bogen spannt sich von rechtlichen Themen wie Produkthaftung, Lieferkettengesetz und Verkehrsfähigkeit über Digitalthemen wie Social Media, Marketing-Support und KI bis hin zu Nachhaltigkeit und Veredelung. Ein bunter Strauß an Fachwissen. Alle Vorträge werden ins Englische übersetzt. In 2024 wird es auch sehr viele Vorträge von internationalen Referenten geben.

Neue Medien fest im Programm

Es wird auch wieder ein PSI Live TV geben. Aussteller können dort in kurzen Beiträgen ihre Produkte und Ideen präsentieren. Die Videos werden auf diversen Kanälen gepostet. Neu in 2024: Es wird erstmalig eine Full-Service-Videoproduktion durch Media Solutions by RX geben – hier an anderer Stelle vorgestellt.

Präsentiert wird auch eine Veredelungs-Sonderschau: „Reif für's Museum“. Gemeint sind Produkte, die speziell für die beliebten Shops in Museen überall auf der Welt kreiert werden. Was auf der PSI gestaltet wird, präsentiert sich in einem gesondert installierten Museums-Shop auf der Messe. Hier können auch Produkte gegen Spenden für einen guten Zweck erworben werden.

Textiles mit Fashion-Flash-Mobs

Ein dominantes Thema auf der PSI 2024 wird auch Textil sein. Schließlich interessieren sich nach Umfragen rund 60 Prozent der Besucher für dieses Thema. Aufgegriffen wird das Top-Thema, neben den ausstellenden Marken, mit dem Textile-Village und in mehreren Fashion-Flash-Mobs – das sind spontane Auftritte von Models, die Neues aus der Mode- und Merchandisingwelt präsentieren.

Und last, but not least, weil es sich schon herumgesprochen hat: Die PSI kehrt auch in Bezug auf ihre Aussteller zur alten Stärke zurück. Alles, was Rang und Namen hat, ist vom 9. bis 11. Januar 2024 wieder dabei. Das Ausstellerverzeichnis ist schon jetzt mehr als beachtlich. (in Folge Seite 14 bis 25). <

Petra Lassahn – Drei Fragen, drei Antworten



Wie ist die Stimmung so nach der Sommerpause?

Eine wirkliche Sommerpause hatten weder ich, noch mein Team. Wir haben für die PSI 2024 Vieles neu aufgesetzt und völlig neu konzipiert.

Darf man schon was wissen?

Ja, logisch. Wir haben das Rahmenprogramm erweitert und ganz an der Praxis orientiert – auch werden Referenten und Referate sehr viel Internationaler. Wir haben erstmalig ein sehr interessantes Partnerland, einen direkten Nachbarn. Alle, die in Düsseldorf sein werden, können im Community Café eine Zeitreise durch die Geschichte des Werbeartikels und des Merchandisings erleben. Eine Ausstellung, die weltweit einmalig sein dürfte. Besonders schön: Nahezu alle PSI-Aussteller aus der Zeit vor Covid sind wieder da und viele neue dazu. Wir informieren über Digitales und Nachhaltiges, über Textil und neue Drucktechniken. Und ein paar Überraschungen wird man erst auf der PSI sehen.

Überraschend auch, dass das PSI jetzt wieder verstärkt selbst in die politische Arbeit einsteigt.

Wir haben über 5000 Mitglieder, die von uns erwarten, dass wir ihre Interessen auch auf diesem Feld wahrnehmen. Das können und müssen wir jetzt selbst in die Hand nehmen. Wir führen Gespräche in Berlin, dort haben wir ein eigenes Büro. Aber wir sind auch mit Europa-Abgeordneten in gutem Kontakt und finden Gehör. Die Themen bewegen sich immer im Rahmen dessen, was die Branche schon lange von der Politik fordert.

Digital & bewegt: Videoproduktion als neuer PSI Full-Service

Auf der PSI 2024 können Aussteller erstmalig von einer Full-Service-Videoproduktion von RX profitieren. Eine hoch professionelle Videoproduktion ermöglicht es, Ihren Messestand, Ihre Gäste, Ihre Produkte und das ganze Event in einem zweistündigen Dreh in Szene zu setzen. Sie können das aber auch noch ausweiten auf Ihr Unternehmen, auf journalistisches Storytelling bis hin zu einem gelungenen Unternehmens-Portrait. Insgesamt gibt es drei Formate, in denen die Videos aufgenommen und gebucht werden können. Unsere Erfahrung im Eventfilm- und Messebereich garantiert Ihnen ein unschlagbares Add-On zum Messeauftritt.

Die Videos werden auf Ihre Kanäle zugeschnitten, aber auch auf den Social Media Plattformen von PSI und RX verbreitet und werblich unterstützt. Was man wissen muss: „Digitales Marketing wird erst durch Videos richtig wirksam und zielführend. Social Media und Suchmaschinen lieben einfach Videos“, unterstreicht Anja Späker, die Direktorin von Media Solutions by RX. In ihren Händen liegt auch die Produktion. Wer mehr wissen will: anja.spaecker@rxglobal.com.



Anja Späker

9-11

JAN

24

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

Messegelände Düsseldorf

D·A·CH

VORLÄUFIGES AUSSTELLERVERZEICHNIS DER PSI 2024 NACH REGIONEN

Wir freuen uns, folgende Aussteller willkommen zu heißen:

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
60707	ACME United Europe GmbH, Germany	www.acmeunited.de	9C72
60674	ACT Card & Promotion GmbH, Germany	www.actcard.de	9B67
44329	aditan GmbH, Germany	www.aditan.de	10L38
45448	Aetzkunst GmbH & Co. KG, Germany	www.aetzkunst.de	9B32
45590	aloga gmbh, Germany	www.aloga-europe.de	10D27
60639	Apres Allstars GbR, Germany	www.apres-allstars.com	9D42
45434	Bartl GmbH, Germany	www.bartlgmbh.com	10C66
43602	Bauer GmbH Bandweberei, Germany	www.bauer-bandweberei.de	9E65
60708	Beefree - Plastikfreies Leben, Germany	www.beefree-plastikfrei.de	9G74
60668	BEMAG Sascha Behrendt, Germany		9H64
48159	Beutler Packaging GmbH, Germany		9E67
46905	Brauns-Heitmann GmbH & Co. KG, Germany	www.xmas-logo.de	9C04
n/a	BYSELINI UG (haftungsbeschränkt), Germany		9A63
49960	Campo Sportivo GmbH, Germany	www.artiva-sports.com	9E25
45140	Carry Products GmbH, Germany	www.carrybottles.com	9C58
43811	CDH Computer Division Heinemann GmbH, Germany	www.cdh.info	10F65
60667	Cintanlar Tekstil Sanayi ve Ticaret Ltd Sti, Germany	www.cintanlartekstil.com	9F26
60181	Confiserie Mühlenkamp OHG, Germany	www.confiserie-moehlenkamp.de	9F69
47376	CosmoShop GmbH, Germany	www.werbemittelshop.de	9G68
42819	Daiber Gustav GmbH, Germany	www.daiber.de	10G37-02
60589	Delikatessenwinkel GbR, Germany	www.delikatessenwinkel.de	9H08
60706	Display Max GmbH, Germany	www.display-max.com	9H68
40723	DOM POLYMER-TECHNIK GMBH, Germany	www.dom-pt.com	10G56
41752	doppler H. Würflingsdobler GmbH, Germany	www.dopplerschirme.com	10A46
44886	DreiMeister Spezialitäten, Germany	www.dreimeister.de	9A37
60569	Durable Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG, Germany	www.durable.de	10G58
47300	Easy Gifts GmbH, Germany	www.easygifts.de	10F35
49982	Edition Michael Fischer GmbH - EMF Verlag, Germany	www.emf-verlag.de	10F55
41369	elasto GmbH & Co. KG, Germany	www.elasto.de	10L49
41857	EUROSTYLE - Emil Kreher GmbH & Co. KG, Germany	www.eurostyle.eu	10E35
43144	FARE - Guenther Fassbender GmbH, Germany	www.fare.de	10G37-01
42743	FOL International GmbH, Germany	www.fruitoftheloom.eu	10G26-04
60571	frunol delicia GmbH, Germany	www.frunol-delicia.de	9A44
48691	GC Footwear GmbH, Germany	www.gcfootwear.com	10B39
60573	GEFU GmbH, Germany	www.gefu.com	9H66
41615	Geiger-Notes AG, Germany	www.geiger-notes.ag	10G61
45737	Giving Europe GmbH, Germany		10D52
46626	Global Innovations Germany GmbH & Co. KG, Germany	www.globalinnovations.de	9D78
42351	Gollnest & Kiesel GmbH & Co. KG, Germany	www.goki.eu	10A71
48623	GSE gGmbH, Germany	www.gse-essen.de	9C39
46944	Gutting Pfalznudel GmbH, Germany	www.pfalznudel.de	9C03
45666	Halfar System GmbH, Germany	www.halfar.com	10G37-03

9-11

JAN

24

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

Messegelände Düsseldorf

D·A·CH

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
60517	HalmBrüder GmbH, Germany	www.halmbrueder.de	9H61
43749	HALM Straws GmbH, Germany	www.halm.co	9B71
44954	happy ROSS GmbH, Germany	www.happyross.de/wm	10A21
46612	Hellma Gastronomie-Service GmbH, Germany	www.hellma.de	9H44
44145	helo®, Germany	www.heckelmann.com	9H24
41583	HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG, Germany	www.hepla.de	10A49
41016	Heri-Rigoni GmbH, Germany	www.emotion-factory.com	9G48
41118	hoechstmass, Germany	www.hoechstmass.com	10F12
43529	höfats GmbH, Germany	www.hoefats.com	10B40
45973	Hörsteler Interior Design GmbH, Germany	www.hoersteler.de	9B44
60663	Hugo Frosch GmbH, Germany	www.hugo-frosch.de	9H67
46478	Hultafors Group Germany GmbH, Germany	www.hultaforsgroup.de	10B34
49880	Inkcups Europe GmbH, Germany	www.inkcups.com	10E62
42907	Inspirion GmbH, Germany	www.inspirion.eu/de	9H48
80405	interfon adress GmbH, Germany	www.interfon-adress.de	9E75
60671	IP Adelt GmbH, Germany	www.adelt-ideen.de	9B65
41990	Joytex GmbH & Co. KG, Germany	www.joytex.de	10A62
60200	Jungfleisch GmbH, Germany	www.jungfleisch.de	9H65
41545	JUNG since 1828 GmbH & Co. KG, Germany	www.jung-europe.de	10G49
48245	JUTEKO GmbH, Germany		10B44
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG, Germany	www.ksw24.com	10E20
60686	keeper GmbH, Germany	www.keeper.de	10C50
46131	KHK GmbH, Germany	www.lipcare-werbemittel.de	10H56
48320	Kim Kranholdt GmbH, Germany	www.kranholdt.de	9A65
60471	Kingstar Technologie GmbH, Germany	www.ikingstar.com	9D45
40823	Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG, Germany	www.klio.com	10F22
44071	KÖNITZ PORZELLAN GMBH, Germany	www.koenitz.com	9H27
47406	koziol ideas for friends GmbH, Germany	www.koziol-incentives.de	10D50, 10D50-01
14047	Lautus Werbemittel GmbH, Germany	www.lautus-shop.de	9B66
49644	LEONARDO, Germany	www.leonardo.de	10D49
46175	LEUCHTTURM Gruppe GMBH & CO. KG, Germany	www.leuchtturm1917.de	10D18
46104	logolini Präsente, Germany	www.logolini.com	9B22
60700	MAGMA Heimtex Erich Hargesheimer e.K., Germany	www.magma-heimtex.de	9B69
41617	MAGNA sweets GmbH, Germany	www.magna-sweets.de	10G50
44833	Mahlwerck Porzellan GmbH, Germany	www.mahlwerck.de	9E47
60609	Max Wagner GmbH, Germany	www.rollink-koffer.de	10F60
42020	mbw Vertriebsges. mbH, Germany	www.mbw.sh	10G37-04
43927	memo AG, Germany	www.memo-werbeartikel.de	10E25
41836	meterex, Germany	www.meterex.com	10D34
60521	Micro Mobility Systems D GmbH, Germany	www.micro-mobility.de	9H70
43410	Mister Bags GmbH, Germany	www.misterbags.de	10G38
49044	modico GmbH & Co KG, Germany	www.modico-graphics.de	9C08
47774	Müller Werbemittel GmbH & Co. KG, Germany	www.mueller-online.de	10B66
45974	Multiflower GmbH, Germany	www.multiflower.de	10C35
60704	mymuesli AG, Germany	www.mymuesli.com	9H32
49948	Myrix GmbH, Germany	www.myrix.de	10L38
60551	New Idea Crafts GmbH, Germany	www.newideacrafts.de	9C36

9-11

JAN

24

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

Messegelände Düsseldorf

D·A·CH

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
80075	Offene Systeme Software!, Germany	www.offene-systeme.de	10B48
47378	Paper + Design GmbH, Germany	www.paper-design.de	10G60
45999	PASSATGUMMI, Germany	www.passatgummi.de	9H16
60613	Peter BODUM® GmbH, Germany	www.bodum.com	9D66
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG, Germany	www.pinsundmehr.de	9D41
46596	POLYCLEAN International GmbH, Germany	www.polyclean.com	10C49
60512	Pottkorn GmbH, Germany	www.pottkorn.de	9H51
46355	Promidata GmbH, Germany	www.promidata.com	10K41
60608	Promix Clean GmbH, Germany	www.promixclean.com	9C65
42487	REFLECTS GMBH, Germany	www.reflects.com	10L38
42130	Regine IQtrim GmbH, Germany	www.regineiqpromo.com	9C73
47182	Reisenthal Accessoires GmbH & Co. KG, Germany	www.reisenthal.com	10C36
60578	Relaxound GmbH, Germany	www.relaxound.com	9F22
40884	Richartz GmbH, Germany	www.richartz.com	10D56
44940	RICOLOR MK-Haushaltswaren, Germany	www.ricolor.de	9C30
44508	Ritter-Pen GmbH, Germany	www.ritter-pen.de	9H49
60622	Rominox GmbH, Germany	www.rominox.de	9B62
60448	Rommelsbacher ElektroHausgeräte GmbH, Germany	www.rommelsbacher.de	9E45
60536	Salzmann GmbH, Germany	www.salzmann.eu	9D37
46551	Sanders Imagetools GmbH & Co. KG, Germany	www.imagetools.com	10G50
46903	Schäfer Promotion GmbH, Germany	www.schaefer-global.com	10C62
43416	Schneider Schreibgeräte GmbH, Germany	www.schneiderpen-promotion.com	9H47
41838	SENATOR GmbH, Germany	www.senator.com	10B12
60588	sigikid H. Scharrer & Koch GmbH & Co. KG, Germany	www.sigikid.de	9A66
47022	SI POS GmbH & Co. KG, Germany	www.si-pos.de	9G45
49550	SKARPETA GmbH, Germany	www.skarpeta.eu	10G55
60203	snagger GmbH, Germany	www.snagger-germany.com	9C60
45567	SND Porzellanmanufaktur GmbH, Germany	www.snd-porzellan.de	10G37-05
47752	SOCCER FIRST, Germany	www.soccerfirst.de	9F71
47677	Sopp Industrie GmbH, Germany	www.sopp-industrie.de	10C39
44120	Sport Böckmann GmbH, Germany	www.sport-boeckmann.de	10B70
41462	Spranz GmbH, Germany	www.spranz.de	10A31, 10A32
43287	STABILO Promotion Products GmbH & Co. KG, Germany	www.stabilo-promotion.com	9H31
41108	STAEDTLER Mars GmbH & Co. KG, Germany	www.staedtler-promotional.de	10D51
45280	Stiefelmayer-Contento GmbH & Co. KG, Germany	www.contento.com	9E26
60701	Strax GmbH, Germany	www.strax.com	9B72
41032	Suthor Papierverarbeitung, Germany	www.suthor.de	9H10
44574	Take2-Design GmbH & Co. KG, Germany	www.take2-design.de	10A26
60698	Tapobit GmbH, Germany	www.tapobit.link	9B68
49090	TDJ Stadtgärtner GmbH, Germany	www.diestadtgaertner.de	9C59
43817	TechnoTrade, Germany	www.technotrade-berlin.de	9H28
48161	Tessloff Verlag Ragnar Tessloff GmbH & Co. KG, Germany	www.tessloff.com	10H45
41875	TFA Dostmann GmbH & Co KG, Germany	www.tfa-dostmann.de	10A17
47317	tobra GmbH & Co. KG, Germany	www.tobra.io	10F20
46108	travelite GmbH + Co. KG, Germany	www.travelite.de	10E66
49563	Trendy Sport GmbH & Co.KG, Germany	www.trendy-sport.eu	9A29
44970	Trigon Deutschland GmbH, Germany	www.semo.de	9D36

9-11

JAN

24

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

Messegelände Düsseldorf

D·A·CH

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
46311	TROIKA Germany GmbH, Germany	www.troika.de/business	10A35
47804	Trotec Laser Deutschland GmbH, Germany	www.troteclaser.com	9A26
41848	uma Schreibgeräte, Germany	www.uma-pen.com	10E52
60554	VOITED Adventure GmbH, Germany	www.voited.eu	9E35
60497	Vonmählen GmbH, Germany	b2b.vonmaehlen.com	9G40
44685	WAGUS GmbH, Germany	www.wagus.de	9G03
41594	Walz GmbH & Co.KG, Germany	www.walz-ulm.de	9E48
45180	WIRmachenDRUCK GmbH, Germany	www.wir-machen-druck.de	10H35
60676	Yang GmbH, Germany	www.yangspatch.com	9H71
60696	yourbujo, Germany	www.yourbujo.com	9C71
60630	Zebratex Fashion&Merch GmbH, Germany	www.zebratexfashion-merch.de	10E43
60491	BILLY the Clip Verwertungs GmbH, Austria	www.billytheclip.com	9A36
60424	FreeWings / FIBS, Austria	www.fi-bs.com	9C66
46235	HERKA GmbH, Austria	www.herka-frottier.at	10G36
43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH, Austria	www.kleen-tex.eu	10D26
41565	KP Plattner GmbH, Austria	www.kp-plattner.at	10B20
49872	Landgarten GmbH & Co. KG, Austria	www.landgarten.at	10A60
47225	LIP Handelsgesellschaft GmbH, Austria	www.liquidideas.eu	9C57
60451	RINAMA GmbH, Austria	www.rinama.at	10D12
60684	TexAd GmbH, Austria	www.texad.at	9B63
45956	burger pen AG, Switzerland	www.burgerswisspen.com	10H38
42332	Pagani Pens SA, Switzerland	www.prodir.com	10L36
49099	SIGG Switzerland Bottles AG, Switzerland	www.sigg.com	10F18
n/a	Swiss Mountain Hand Bags ABC GmbH, Switzerland		9H57
44281	VICTORINOX AG, Switzerland	www.victorinox.com	10G35

BENELUX

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
45194	ARA NV, Belgium	www.ara.be	9E32
48045	B-TOKEN BVBA, Belgium	www.b-token.eu	9B38
49663	Orakel bvba, Belgium		9B36
60225	Papermints S. A., Belgium	papermints.eu/logo-products	9F74
60496	Product Media Group BV, Belgium	www.productmedia.group	9H07
60490	Purple Mustard Europe NV, Belgium	www.purplemustard.eu	9C35

Das Treffen
der Branche.

Save the
date.

**Noch nicht dabei?
Sichern Sie sich jetzt Ihre Messe-Teilnahme!**

Wir beraten Sie gern:



+49 211 90191-702

Die europäische Leitmesse
der Werartikelwirtschaft

PSI

Built by

RX

In the business of
building businesses

9-11

JAN

24

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

Messegelände Düsseldorf

BENELUX

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
	 Wir freuen uns, die Niederlande als Gastland und die nachstehenden niederländischen Aussteller auf der PSI 2024 willkommen zu heißen!		
47506	Condom Message, The Netherlands	www.condommessage.com	9F03
49118	Eurobottle B.V., The Netherlands	www.eurobottle.nl	9E56
17344	FF-PACKAGING BV, The Netherlands	www.fenfverpakkingen.nl	9C69
43492	Gifts with Impact B.V., The Netherlands	www.giftswithimpact.nl	9D76
48277	Green Earth Products, The Netherlands	www.greenearthproducts.eu	10E18
44894	Intermed Asia Ltd., The Netherlands	www.intermedasia.com	10D29
60548	Marvin's BV, The Netherlands	www.marvinsnl.com	9H22
49997	MIZU Europe BV, The Netherlands	www.mizulife.eu	9F29
60439	MOYU BV, The Netherlands	www.moyu-notebooks.com	9E68
60530	Nomenta Industries International B. V., The Netherlands	www.kooduu.com	10F54
60086	Premium Square Europe B.V., The Netherlands	www.premium-square.com	10D25
60673	Songze Europe B.V., The Netherlands	www.zjsongze.com	9F67
60687	SooBluu VOF, The Netherlands		9F73
60155	Sunware BV, The Netherlands	www.sunware.nl	9A43
45767	Tacx B.V., The Netherlands	www.bottlepromotions.nl	9H11
60188	The Great Wall International Trading B.V., The Netherlands	www.greatwallpromo.com	9E66
16713	Tiger Concept B.V., The Netherlands	www.tigerconcept.nl	9C64
40717	Toppoint B.V., The Netherlands	www.toppoint.com	10L56
60574	Treebytree BV, The Netherlands	www.treebytree.earth	10L55
60125	UBG Promotional BV, The Netherlands	www.ubgpromotional.com	10C57
60184	Valenta International B.V., The Netherlands	www.valenta.com	9A70
60682	Wicked Wood Games, The Netherlands	www.wickedwoodgames.com	9C61
49918	Xapron B.V., The Netherlands	www.xapron.com	9A64
42772	xd connects, The Netherlands	www.xdconnects.com	10A61



EUROPA (OHNE DACH & BENELUX)

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
47094	Extrapack OOD, Bulgaria	www.bags.bg	10G19
60705	Invictus 1928 Ltd., Bulgaria	www.invictus1928.com	9E74
49765	PNG 1962 Ltd, Bulgaria	www.png.bg	10D16
60688	Printer.BG EOOD, Bulgaria	www.printer.bg	9G71
43581	Croatian umbrella Ltd, Croatia	www.croatianumbrella.com	10B32
49601	Adore s.r.o., Czechia	www.adorepen.eu	10C56
48718	BOHEMIA SPORT, spol. s.r.o., Czechia	www.bohemia-sport.cz	10D19
60678	G. Benedikt Karlovy Vary s.r.o., Czechia		10B30
47265	GRASPO CZ, a.s., Czechia	www.graspo.com	9F25

Die europäische Leitmesse
der Werbeartikelwirtschaft

PSI

Built by

RX

In the business of
building businesses

9-11

JAN

24

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

Messegelände Düsseldorf

EUROPA (OHNE DACH & BENELUX)

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
43439	Miiego A/S, Denmark	miiego.com	9C26
45411	Neutral.com, Denmark	www.neutral.com	10D36, EN01
42713	POUL WILLUMSEN P/S, Denmark	www.poul-willumsen.com	9C21
48273	Retap ApS, Denmark	www.retap.dk	9B26
60084	SACKit ApS, Denmark	sackitshop.de	10B13
49704	European Sourcing Sarl, France		10C55
45457	Lexon SAS, France	www.lexon-design.com	10F27
45753	Anda Present Ltd., Hungary	www.andapresent.hu	10A50
45829	Goldstar- Europe, Ireland	www.simplygoldstar.com	9C56
60187	Brevetti WAF S.r.l., Italy	www.brevettiwaf.it	9E39
60689	Espa srl, Italy	www.espaitalia.it	10G44
48519	Finardi Milena SRL, Italy	www.promotionalstrawhats.com	10B68
n/a	Get Impressed srl, Italy		9E07
41734	giuseppe di natale spa, Italy	www.dinatalestyle.com	10B18
n/a	GPS BAGS SPA, Italy	www.gpsbags.com	10F68
49315	MARNATI SAS, Italy	www.laboratorisantamarta.com	10A28
60546	Mat.en S.r.l., Italy	www.mat-en.com	9A72
41680	METRICA SPA, Italy	www.metrica.it	9A33
60693	Promoself srl, Italy	www.arkdisplay.it	9C38
47430	RO-WE SNC DI Brusaterra Roberto & C., Italy	www.rowekeyholders.com	9B40
43807	SIPEC S.P.A., Italy	www.sipec.com	10B50
60489	TEXmarket GmbH, Italy	www.texmarket.it +	
		www.texmarketsports.com	10B59
43993	Paper Fantasies UAB, Lithuania	www.paper-fantasies.com	9H15
60697	Novaton DOOEL Skopje, Macedonia	www.novatongroup.com	9E77
49009	12M, Poland	www.12m.eu	9A38
60572	ABERO Sp. z.o.o., Poland	www.abero.pl	9D44
60606	Aldef Global Ana Luisa de Sousa Francisco, Poland	www.aldefglobal.com	9E70
49719	AMGS GROUP JERZ I GIGOŁO SPÓŁKA KOMANDYTOWA, Poland	www.amgsgroup.com	10A13
46148	ATUT & PRIMAR s.c, Poland	www.atut-primar.pl	9B58
49413	AVANT Fabryka Porcelitu, Poland	www.avant.pl	9B56
46204	Axpol Trading Sp. z.o.o, Poland	www.axpol.com.pl	9C32
47411	badge4u Wojciech Pawlowski, Poland	www.badge4u.eu	9D04
60666	BEEPACK SP. Z O.O., Poland	www.beepack.pl	9D63
60556	Bombacio Sp. z.o.o., Poland	www.bombacio.eu	9H69
60619	Citron Group Sp. z.o.o. Sp. K, Poland	www.citrongroup.eu	10D44
43968	CRUX Sp.j., Poland	www.crux.pl	10B61
45720	DreamPen Producer of Ballpens, Poland	www.dreampen.com	10A36
48996	ELITA S.J. Krzysztof Staszałek i Mateusz Staszałek, Poland	www.lanyardsonline.de	10H55
47960	Feniks Sp. z. o. o., Poland	www.feniks.biz.pl	9B12
60474	Filmar Factory Sp. z o.o., Poland	filmarfactory.eu	10C40
47052	GIFT STAR, Poland	www.giftstar.pl	9A67
45192	Glasmark Sp. z o.o., Poland	www.glasmark.pl	9E22
48313	Headwear PL Spolka z ograniczona odpowiedzialnoscia Sp.J, Poland	www.headwear.com.pl	9C28
49171	Lanyard.pro Allers Grupa sp. z.o.o., Poland	www.lanyard.pro	9H19

9-11

JAN

24

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

Messegelände Düsseldorf

EUROPA (OHNE DACH & BENELUX)

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
60665	Lema3D Sp. z o.o., Poland	www.lemma3d.pl	10B58
49181	MART'S BAGS, Poland	www.martsbags.com	10C44
49006	Mart Ceramic sp. z o.o., Poland	www.mart-mugs.com	10B25
60454	Mousepad24.eu, Poland	www.podkladki24.pl	9G72
45981	NOEX Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością sp.j., Poland	www.noex.com.pl	9A35
46403	NOTEDECO Spółka z ograniczona, Poland	www.notesy.pl	10C43
49402	Polskie Karty sp. z o.o., Poland	www.plasticcards.zone	9E44
44057	P.P.H.U LEZAKOWO, Poland	www.lezakowo.pl	10E28
46124	PromoNotes Sp. z o.o., Poland	www.promonotes.eu	10D42
60566	P.W. DOMAR Dominik Markocki - WHITEBOX, Poland	www.whitebox.pl	9D64
60235	REFLOACTIVE Sp. z o.o., Poland	www.refloactive.com	10B28
49516	SANDEX.PL SP. Z O.O., Poland	www.sandex.com.pl	10B56
45297	SDX Group sp. z o.o., Poland	www.sdxgroup.pl	10D43
46325	SŁODKIE Ltd., Poland	www.slodkie.eu	10B26
47019	SPÓLNOTA - Drzewna, Poland	www.spolnota.pl	10H63
60681	Teabag, Poland	www.teabag.pl	9B64
48418	Ted Gifted, Poland	www.tedgifted.com	9D03
60443	TOMADEx S.C., Poland	sox.zone	10D61
60664	TOPQ Bucior Bukowski Sp. J., Poland	www.topq.pl	9E55
60558	Universe Print Mariusz Baranowski, Poland	www.universeproduction.com	9H23
n/a	USB System Sp. z o.o. Sp.k., Poland		10D62
46622	Viva-Plus II Firma Handlowa, Poland	www.vivaplus.pl	9F63
60452	Wooden World sp. z o.o., Poland	www.woodenworld.eu	9C43
60685	Brand New Lab - Peppery Sound, Lda, Portugal	www.brandnewlab.com	9G73
47678	Paul Stricker, SA, Portugal	www.stricker-europe.com	10G22
60009	Plastdiversity, Lda, Portugal	www.plastdiversity.com	9E79
49967	MEDIACONCEPT SRL, Romania	www.media-concept.ro	9G07
60599	Rogac d.o.o., Slovenien	www.rogac.eu	9F72
44655	Abanicos Aparisi, S.L., Spain	www.abanicosaparis.es	9C22
60629	Adivin Beach Flag SA, Spain	www.adivin.com	9C55
47097	Disenos NT, Spain	www.notejido.com	9B14
47574	HEGA PROMOTIONS, Spain	www.hegahogar.com	10A25
45193	ID-Sneakers, Spain	www.idsneakers.com	9C44
46097	José Albero Puerto, S.L. - Secaneta, Spain	www.secaneta.com	10G17
48309	Manufacturas Arpe, S.L., Spain	www.arpebarcelona.com	10A24
60550	Original Buff S.A., Spain	www.buff.com	9C29
49585	Rolleat, Spain	www.rolleat.com	10B23
46525	Sanjuan Hermanos, S.A., Spain	www.sanjuan-tex.com	10G48
60661	agood company (A Good Group AB), Sweden	www.agood.com	9F65
46994	Hubbes Verkstad AB, Sweden	www.ecokeyrings.se	EN02
47879	Teko Tryck AB, Sweden	www.tekotryck.se	10B29
44151	ADA KUPA SERAMIK IC DIS TICARET LIMITED SIRKETI, Turkey	www.adaseramik.com	9E36
60692	Asya Promosyon Bilg. Mlz. ve Matb. San. ve Tic. Ltd. Sti, Turkey		9E30
60207	ATACA TEKSTIL SANAYI VE TICARET LTD STI, Turkey	www.atacatekstil.com	10A40

9-11

JAN

24

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

Messegelände Düsseldorf

EUROPA (OHNE DACH & BENELUX)

PSI No.	Aussteller	Web	Stand
60669	Aysoy Pazarlama Konf. Tekstil San. Va Tic. Ltd. Sti, Turkey	www.aysoytextile.com.tr	9D26
47952	Büyüksoy Bayrak Ve Semsiyiye San. Tic. A.S., Turkey	www.heb.com.tr	10F26
49968	CASPI GRUP MATBAA PROM ve End Mutfak Mlz San tic ltd Sti, Turkey	www.caspigroup.com	10D28
48615	DIZAYN ETIKET San. ve Tic. A. S., Turkey	www.dizaynetiket.com	9C40
47403	Ender Tekstil, Turkey	www.endertekstil.com	9E21
46517	Görenler Giyim Tekstil A.S, Turkey	www.gorenler.com	9B06
48349	GOLD PUZZLE COLLECTION - Iskenderler Otomotiv Yed. Par. ve Hed. Esya San. ve Tic. Ltd. Sti., Turkey	www.goldpuzzle.com.tr	9A31
60416	Istanbul Chamber of Commerce, Turkey	www.ito.org.tr	9F07, 9E08
60703	KAPLAN OFSET MATBAACILIK SAN. TIC. LTD. STI., Turkey		9A71
60694	LARK INTERNATIONAL DEVELOPMENTS İSTANBUL ENERJİ PROMOSYON SAN. VE TİC. A.Ş., Turkey	www.lark-international.com	9E58
45721	MASAS METAL AMBALAJ San. Ve. Tic. A.S., Turkey	www.masas.com.tr	9D24
60626	Matuya Makina Sanayi Tic. Ltd. Sti., Turkey	www.matuya.com.tr	9A40
49384	May Atki Market Etiket Dokuma San Tic Ltd. Sti, Turkey	www.mayatki.com.tr	9A14
48364	MIYO MENDİL VE GIDA SANAYI DIS TICARET LTD STI, Turkey	www.miyopromo.com	9A32
60420	MNI Tekstil Sanayi ve Dis Tic AS, Turkey	www.mnitextile.com	9E46
48784	Modal BRG Örgü Dokuma Tekstil, Turkey	www.modaltextile.com	9C31
48393	MORE KAGIT SAN. VE TIC.LTD.STI, Turkey	www.morekagit.com.tr	9B16
60534	NOON CONCEPT, Turkey	www.meloooh.com	10A30
48727	Promedya Tanitim Matbaacilik Montaj San. ve Tic. Ith/Ihr. Ltd. Sti., Turkey	www.promedyatanitim.com.tr	9B30
60169	PROMODA TEKSTIL San. ve Tic. Ltd. Sti, Turkey	www.promodatekstil.com	9A30
48954	Pusula Cizgi Altı Basım San. Ve Tic. LTD. STI., Turkey	www.ecoprobags.com	10A14
43809	Sahinler Tic Ltd. Sti., Turkey	www.sahinlerltd.com	9C25
43722	TÜRMAK, Turkey	www.promotionturkey.com	9D35
48813	Tuva Home Textile Ltd., Turkey	www.tuvahome.com	9A22
45850	VOG Tekstil Prom. San ve Tic. A.S., Turkey	www.vogtekstil.com	9B15
60690	Wellkar Imex ic ve dis tic as, Turkey	www.wellkarimex.com	9C18
49781	YORKA TEKSTIL SAN VE TIC. LTD. STI., Turkey	www.yorka.com.tr	9H39
60540	All Promoted Inc. / All Promoted UK Ltd / All Promoted (Deutschland) GmbH, United Kingdom	allpromoted.espwebsite.com	10G40
60237	Black + Blum Ltd, United Kingdom	www.black-blum.com	10D58
90036	The Outdoors Company Ltd., United Kingdom	www.theoutdoorscompany.co.uk	10D55

INTERKONTINENTAL

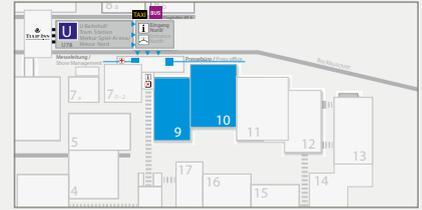
PSI No.	Aussteller	Web	Stand
60691	Carson Optical, Inc., United States	www.carson.com	10C67
43956	Quality Punch, Inc, United States	www.qualitypatches.com	9C20

Messegelände Düsseldorf

HALLE 9

9-11
JAN
24

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



EINGANG
NORD

-  PSI COMMUNITY CAFÉ
-  PSI FORUM
-  PSI GUSTO
-  INFOPOINT
-  PSI INVENTORS/
PSI ERFINDER
-  MEDIA LOUNGE
-  NEWCOMER LOUNGE
-  NEWCOMER
-  PSI PRODUCT
PRESENTATIONS
-  PSI TEXTILE VILLAGE
-  TV STUDIO
-  PSI DESIGN FORUM
-  PSI INNOVATIONS
FORUM



Messegelände Düsseldorf

HALLE 10

9-11

JAN

24

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



Das Jahresendgeschäft wirft wie immer schon seit Hochsommer seine Schatten voraus. Jetzt sind Kreativität und Professionalität besonders gefragt. Die Branche hat dies und noch viel mehr zu bieten und ist überzeugt, das Jahr erfolgreich anzuschließen. Die Chancen dafür stehen gut.



**Kreativ und professionell
ins Jahresende**

Das Beste zum Schluss

Noch vor wenigen Jahren hat die Werbeartikelbranche bis zur Hälfte ihres Jahresumsatzes im letzten Quartal erwirtschaftet, vor zwei Jahrzehnten waren es noch bis zu drei Viertel. Da wurden alle Kräfte mobilisiert, alle Arbeitskräfte eingesetzt, nicht selten Sonderschichten eingelegt und für kurzentschlossene Kunden noch Last-Minute-Aktionen umgesetzt. Das Unmögliche möglich zu machen, gehört zwar noch immer zu den Stärken der Branche, wird aber längst nicht mehr so oft gefordert. Denn inzwischen verteilt sich das Geschäft im Jahresverlauf gleichmäßiger, die Einkünfte sind konstanter und der Stresspegel im vierten Quartal ist niedriger geworden. Gibt es das Weihnachtsgeschäft überhaupt noch? Selbstverständlich – das sagen übereinstimmend alle unsere Gesprächspartner aus der Branche, die wir nach der Bedeutung und den Herausforderungen des Jahresendgeschäfts gefragt haben. Ein Überblick über Erfahrungen aus der Praxis sowie Trends und Tipps für einen gelungenen Jahresendspurt. Wer noch Ideen sucht, sollte noch einmal in unserem weihnachtlichen Product Guide in der Juli-Ausgabe blättern.

Viele Sondereffekte am Jahresende

Das Weihnachtsgeschäft ist nur einer der Faktoren, die die Umsätze in den letzten Monaten des Jahres pushen. Klaus Baumhold von vertriebskick' bringt dies auf den Punkt: „Im 4. Quartal gibt es viele Sondereffekte: Wintertextilien sind in der Regel teurer als Sommertextilien, Kalender gibt es nur im Jahresendgeschäft und Weihnachten spielt immer noch eine wichtige Rolle. Denn Unternehmen möchten sich bei ihren Kunden bedanken und sich in Erinnerung rufen.“ Das ist zum Glück für die Branche noch immer so, sagt Rainer Klitsch, Geschäftsführer Parzellers Buchverlag und Werbemittel: „Natürlich gibt es nach wie vor ein Jahresendgeschäft. Sich bei der Kundschaft für die Zusammenarbeit des ablaufenden Jahres zu bedanken, hat immer noch einen hohen Stellenwert – doch wir sehen seit einigen Jahren eine Verlagerung. Während des Jahres werden deutlich mehr Werbeartikel für Veranstaltungen, Produkteinführungen, Imagewerbung usw. eingesetzt, die Konzentration auf das 4. Quartal hat damit prozentual abgenommen“.

Hälfte der Werbeartikel zur Weihnachtszeit

Laut dem aktuellen, vom GWW in Auftrag gegebenen Werbeartikel-Monitor ist die Werbeartikel-Branche wieder auf einem guten Weg. Dass sich das Geschäft nach dem Einbruch in der Corona-Zeit wieder normalisiert, haben wir



Klaus Baumhold,
vertriebskick'
Nicht nur Weihnachten, auch Sondereffekte sind Umsatztreiber im 4. Quartal.

Zielgenau: Persönliche Beratung ist das A&O

- ▶ Professionelle Beratung ist der Kern einer gelungenen Weihnachtsaktion. Ein persönliches, offenes Gespräch mit dem Kunden über dessen Vorstellungen, Ziele und evtl. Bedenken ist die einzigartige Leistung des Händlers und durch nichts zu ersetzen. In enger Kooperation und im sensiblen Umgang mit dem Kunden kann der Berater auf Wünsche eingehen und etwa Sonderanfertigungen entwickeln. Je profunder die Produktkenntnisse des Beraters und je flexibler der Kunde, umso einzigartiger werden die Projekte.





im Zuge unserer Recherchen ganz oft erfahren. Hierzu gehört auch, dass Kundenbesuche und Events wieder die bevorzugten Anlässe sind, Werbearbeit zu übergeben, wie auch der Werbearbeit-Monitor bestätigt. Im Ranking der werbearbeitrelevanten Anlässe folgt direkt danach die Zeit am Jahresende, worauf knapp die Hälfte (48 Prozent) der Werbearbeitereinsätze entfällt. Damit liegt die Weihnachtszeit noch vor den Messen, wo nur ein Drittel (33 Prozent) der Werbearbeitereinsätze stattfindet. Auch der Business Climate Index (PBCI) 2023 des internationalen Unternehmensnetzwerks GXN spiegelt die optimistische Stimmung der Branche wider und weist das 4. Quartal eindeutig als umsatzstärkste Zeit aus. Die Stimmung im Markt wird auch von unseren Gesprächspartnern weitgehend positiv beurteilt, Boomjahre wie die Neunziger wird es ihrer Einschätzung nach jedoch auch langfristig nicht mehr geben.

Rechtzeitig: Timing immer im Blick

Der Zeitfaktor muss vom ersten Kundengespräch an einbezogen werden, schon um zu klären, was zeitlich noch umgesetzt werden kann und was nicht mehr möglich ist. Ausschlaggebend sind die Art und Herkunft der Produkte, die Verfügbarkeit am Markt, die Veredelung sowie Besonderheiten bei Verpackung und Versand. Bei Sets und Sonderanfertigungen müssen die unterschiedlichen Lieferzeiten der Komponenten bedacht werden. Auch der Freigabeprozess darf nicht unterschätzt werden. Kalender werden im Februar/März bestellt, um Ende November beim Kunden zu sein. Im August/September sollten weihnachtliche Projekte spätestens angepackt werden. Je früher man dem Kunden Ideen präsentiert, desto kreativer und aufwändiger können die Lösungen ausfallen.

Enge Zusammenarbeit mit Kunden

Prinzipiell sind für Werbearbeitkonzepte zum Jahresende die gleichen Grundsätze relevant, die auch für andere Werbearbeitereinsätze gelten. Doch es gibt Besonderheiten. So ist es gerade die persönliche Note, die den Charme eines Weihnachtsgrüßes ausmacht und je persönlicher eine Ansprache ist, desto aufmerksamer und auch sensibler wird der Empfänger darauf reagieren. Er wird sich mehr freuen, wenn man seinen Geschmack getroffen hat und sich im schlimmsten Fall auch mehr über ein unpassendes Präsent ärgern. Deswegen bedürfen Konzeption und Auswahl der eingesetzten Produkte bei einer Weihnachtsaktion besonderer Sorgfalt und setzen voraus, dass man den Empfängerkreis gut kennt und einschätzen kann. Das macht Kommunikation und Kooperation von Berater und Kunde besonders anspruchsvoll.

Positive „Corona-Effekte“

Sogar in der Corona-Krise wurde die Tradition des Dankeschöns zum Jahresende weiter gepflegt. Dass auch kleinste versendete Aufmerksamkeiten große Wirkung entfalten können – und das rund ums Jahr – ist in der kontaktarmen Zeit erst richtig deutlich geworden und davon profitiert die Branche noch heute. Armin Rigoni von Heri-Rigoni und Emotion Factory hat sich schon bestens auf die kommende „Hochsaison“ eingestellt und gibt dem Handel in Mailings und Flyern seit Juli erste Produktideen an die Hand. Dank des breiten Produktsortiments in allen Preislagen ist für jede Zielgruppe und jedes Budget etwas dabei. „Unser preisgünstiges Samenpapier, die Samentütchen und Steckfiguren zusammen mit einer persönlichen Karte sind optimal für Mailings, die auch das ganze Jahr über funktionieren. Mit dem Adventskalender mit Samenkugeln oder Weihnachtsglocken verschiedener Größen



Rainer Klitsch, Parzellers Buchverlag und Werbemittel
Die Konzentration auf das 4. Quartal ist rückläufig.

bieten wir neben vielen anderen natürlich auch Saisonprodukte an. Stempelschreibgeräte unserer über 60 Jahre alten Marke Heri kommen als hochwertige Präsente zum Einsatz und ergänzen mit Sonderproduktionen und diversen Sets unser Angebot“.

Geschickte Planung, kreative Umsetzung

„Haptisches hat in den letzten Jahren einen neuen Stellenwert bekommen“, sagt auch Gabriele Bühring, die mit ihrem Team maßgeschneiderte Werbemittel und verkaufsfördernde Produkte aus Leder, Filz, Kork, Feinpappe und Kunststoff entwickelt. Auch sie bestätigt, dass schon im 3. Quartal mehr Anfragen kommen. Ob nun zu Weihnachten, als Kunden-Präsent, als Willkommensgruß für neue Mitarbeiter oder im Rahmen von Aktionen – individuell, ausgefallen und emotional ansprechend muss ein Produkt sein, gleich in welchem Preissegment und zu welchem Anlass. Schon vom leichten Material her sind viele Bühring-Artikel ideale Mailing-Beileger, die hochwertigen Taschen, Mappen und Sonderanfertigungen sind ideal für besondere Anlässe. Vieles davon ist geradezu prädestiniert, um eine Geschichte damit zu verbinden. „Storytelling ist hier das Stichwort. Jedes Produkt wird zu etwas Besonderem, wenn eine Geschichte Bezüge herstellt, Emotionen weckt und unterhält. Ein weihnachtlicher Aspekt, ein Nachhaltigkeits-Projekt oder der Background eines Events, passend zum Kontext eines Unternehmens oder einer Aktion – das alles können Themen sein, die dazu beitragen, dass eine Botschaft beim Empfänger positiv aufgenommen und auch erinnert wird“, ergänzt Vertriebsleiter Emre Aras. Bei allen Projekten darf man den Zeitaufwand für den Freigabeprozess nicht unterschätzen. „Für Aktionen mit Bezug zum Jahresende bedeutet das, dass man Projekte direkt nach den Sommerferien in Angriff nehmen sollte. Das gilt schon, wenn es um Kleinig-

Spannend: Geschichten erzählen

Das Stichwort Storytelling gewinnt im Zusammenhang mit Werbeartikeln eine neue, noch größere Bedeutung. Die Kombination von Produkt und Geschichte eröffnet ein breites Spektrum an Themen, Bezügen und Assoziationen und ist unschlagbar in der Wirkung. Denn gute Unterhaltung und ein Schmunzeln bleiben im Gedächtnis und stimmen positiv – je ausgefallener und punktgenauer, desto höher die Wirkung.



Armin Rigoni, Heri-Rigoni und Emotion Factory

Auch kleine versendete Aufmerksamkeiten haben große Wirkung.

Wertschätzend: Besonderes für Individualisten

Jeder möchte einzigartig sein, Selbstbewusste glauben, sie sind es auch. Ob wir es nun mit Einzigartigkeit oder Eitelkeit zu tun haben – wem wir das Gefühl geben, etwas Besonderes zu sein, der wird uns mögen und sich an uns erinnern. Das ist (auch) das Ziel weihnachtlicher Zuwendungen. Die Branche besitzt einen ganzen Werkzeugkasten, aus dem sie sich gemeinsam mit dem Industriekunden bedienen kann, um Empfängern das Gefühl zu vermitteln, etwas Besonderes zu sein. Dafür eignen sich persönliche Schreiben, individualisierte Artikel, etwa mit Namen gravierte Schreibgeräte, Notizbücher mit individueller Widmung, Produktnachbildungen des Kundenprodukts (lustig als Nudel, Keks oder aus Schokolade), Präsentsets mit Spezialitäten (wenn man die Vorlieben kennt), das Lieblingsgetränk, individuell bedruckte Tücher, Schürzen oder Shirts und noch vieles mehr. All das lässt spüren: Da hat sich jemand Gedanken gemacht. Voraussetzung ist, den Kunden gut zu kennen und dem wiederum geht intensive Beratung voraus.



Gabriele Bühring und Emre Aras, Gabriele Bühring

Weihnachtsaktionen muss man spätestens jetzt in Angriff nehmen.

keiten geht, umso mehr jedoch für Sonderanfertigungen hochwertiger Präsentsets, die oft mehrere Bemusterungsphasen erfordern und wo die Lieferzeiten der einzelnen Komponenten unterschiedlich sind“, erinnert Bühring. Den Zeitaspekt sollten also alle Beteiligten von Anfang an im Auge behalten.

Haptisches berührt emotional

Den Empfänger emotional zu erreichen, ihn zu berühren, zu erfreuen und positiv einzustimmen, das ist das Ziel jeder Sendung rund ums Jahresende – und natürlich jedes Einsatzes haptischer Botschafter. Wie stark sich Menschen nach Kontakten und im wahrsten Wortsinn Greifbarem sehnen, haben wir aus der Zeit der erzwungenen Isolation gelernt. Auch digitale Formate konnten die Lücke nicht füllen und der schon vorher am Horizont erkennbare, nun aber offensichtliche Gegentrend hin zum Gegenständlichen, Erlebbaren und Fühlbaren hat die Branche neu beflügelt. Sie hat sich auf diese ihre ureigensten Stärken besonnen und ist recht rasch wieder auf die Füße gekommen. Retro-Trend, Handarbeits- und Second-Hand-Boom, das Comeback der Schallplatte, beliebte Outdoor-Aktivitäten – das alles sind Anzeichen für eine gewisse Sehnsucht nach dem Analogen, der vor-digitalen Zeit. Die digitale Welt kann dem Menschen offenbar nicht alles sein, auch wenn er ohne ihre Unterstützung nicht mehr auskommt. Deshalb wird auch ein überreichtes Objekt immer Wertschätzung ausdrücken und seine Botschaft wahrgenommen werden. Die Weihnachtszeit ist ideal dafür.

Spiele und Geschichten begeistern

Wie wir auch aus dem Marketing wissen, sind Geschichten eine erprobte Möglichkeit, die Aufmerksamkeit des Empfängers zu fesseln, umso mehr, wenn ihre Aussage von einem passenden Produkt verstärkt wird. Wenn das Produkt dann selbst so spannend ist, dass man es nicht mehr aus der Hand legen möchte, dann entsteht eine enge Bindung daran und damit auch zu seiner Botschaft. Worauf beruht dieser Effekt? Der ebenfalls aus dem Marketing stammende Begriff Gamification gibt Hinweise: Die Faszination von Spielen kann für eine Marke genutzt werden, indem typische Mechanismen wie Punkte, Ranglisten, Wettbewerbe, Zeitdruck, der Austausch in einer Community und Belohnungen auf einen nicht-spielerischen Kontext übertragen werden. So werden gezielt positive Emotionen ausgelöst, die auf unterschiedliche Weise genutzt werden können. Spielende sind so sehr beschäftigt und motiviert, dass sie in diesem Zustand leicht zu begeistern sind. Ein fertiges Puzzle oder ein Zauberwürfel etwa ist ein Erfolgserlebnis, das im Gedächtnis bleibt.

Nützlich: Mehr als originell

Der Aha-Effekt ist zwar nicht zu unterschätzen, aber er verpufft, wenn das Produkt nicht hält, was es verspricht. Dabei waren alle Beteiligten vor Jahren noch etwas großzügiger, doch inzwischen haben sich Funktionalität, Nutzen/Zweitnutzen, Nachhaltigkeit und Qualität als entscheidende Produkteigenschaften durchgesetzt. Das alles im unteren und mittleren Preissegment zumindest teilweise umzusetzen, ist die Kunst, die viele Lieferanten perfekt beherrschen. Markenartikel, die auch bevorzugt von Markenherstellern eingesetzt werden, kommen ohnehin ohne schrille Effekte aus und sprechen ihre eigene Sprache der Wertigkeit und Seriosität.



Unterhaltsames, Kniffliges und Spannendes

In dieser Faszination liegt das Erfolgsgeheimnis von Spielen, die in Werbekampagnen schon sehr lange ihren festen Platz haben: Karten- und Brettspiele, Puzzles, Eigenentwicklungen zu speziellen Aktionen oder Themen, aber auch Spielerisches im weitesten Sinne, wie etwa Klappkarten, Bausätze, Bastelsets, Adventskalender und als unschlagbarer Klassiker der Zauberwürfel. Unzählige PSI Lieferanten bieten zu allen genannten Kategorien ein umfassendes Sortiment und das Know-how, um genau das Spiel umzusetzen, das der Kunde im Moment braucht. Die Weihnachtszeit als Zeit der Muße ist auch die Zeit für Spiele, und so finden wir sie auch im Rahmen von weihnachtlichen Aktionen in immer wieder neuem Kontext, ob solo oder im Set. Ein Paradebeispiel für Kreativität ist etwa die geniale Idee von Mahlwerck Porzellan, einen original Rubik's Cube aus feinstem Manufakturporzellan zu fertigen – individuell gestaltet, voll funktionsfähig, in unterschiedlichen Schwierigkeitsgraden und made in Germany. Man findet kleine Rubik's Cubes von Touchmore auch in einem Set zusammen mit einem Stift, einem Notizbuch und einer formschönen Tasse. Spielerisch wirbt etwa auch der neueste Bausatz von Walz, ein Sattelschlepper, der in einem Adventskalender aus Papier beim Kunden erscheint. Die Verpackung des Bausatzes selbst dient als Spielfeld für den fertigen LKW. Dass Spiele immer Saison haben und zu den Weihnachtsklassikern gehören, bestätigt auch Christiane Nemetz von elxact, die Zauberwürfel aus eigener Produktion anbietet, die inzwischen eine vielfältige Würfelwelt ausmachen. „Würfel, Klappkarten und Puzzles sind zu Weihnachten sehr gefragt, aber sie sind vor allem Dauerbrenner, denn sie unterhalten, fesseln die Aufmerksamkeit und man beschäftigt sich lange damit.“

Topseller punkten auch zu Weihnachten

Der Trend, andere Anlässe statt Weihnachten zum Schenken zu nutzen, setzt sich fort, meint auch Marco Kaldenbach, dessen Kaldenbach Lifestyle Merchandise Group Werbeartikel, Accessoires und Corporate Fashion für einen internationalen Kundenkreis entwickelt. Er beobachtet jedoch, dass die Nachfrage nach beliebten und gut laufenden Produkten zum Jahresende noch einmal nach oben



Marco Kaldenbach,
Kaldenbach Lifestyle
Merchandise Group
Die Trends zu
Nachhaltigkeit
und Nützlichkeit
sind ungebrochen.



Faszinierend: Spiel plus Spaß gleich Wirkung

- ▶ Spiele können gezielt positive Emotionen auslösen, was Unternehmen und Marken im Rahmen weihnachtlicher Aktionen nutzen können. Spielende sind extrem motiviert und in diesem Zustand leicht zu begeistern. Ein fertiges Puzzle oder die Lösung eines Zauberwürfels etwa sind Erfolgserlebnisse, die im Gedächtnis bleiben und mit dem Absender des Spiels positiv assoziiert werden.



geht, auch wenn sie keinen direkten saisonalen Bezug haben. „Unser Topseller, die induktive Ladestation aus heimischen Hölzern, wird vom Werbeartikelhandel sehr stark zum Jahresende nachgefragt, nicht nur als Weihnachtsgeschenk, sondern auch als Jahresprämie für Mitarbeiter und als Eigenwerbung“. Im Jahresendgeschäft sind – wie auch unterjährig – nach wie vor nachhaltige Produkte gefragt. „Dies spielt uns in die Karten, da unser Fokus seit Jahren komplett auf ökologischen und fairen Artikeln liegt“, ergänzt Kaldenbach, warnt aber gleichzeitig vor der latenten Gefahr des Greenwashing. Wichtig ist ihm, dem Werbeartikelhandel aufzuzeigen, warum Produkte ökologisch

und fair sind und wie man Greenwashing vermeiden kann. Dass beispielsweise Bambusgemische ökologisch wirken, es aber überhaupt nicht sind. „Wir diskutieren bei jedem neu entwickeltem Produkt intern mit allen Mitarbeitern, was wirklich nachhaltig ist, und was nicht. Die Erkenntnisse aus diesen Diskussionen und wie die Produkte daraus entstanden sind, geben wir gern an die Wiederverkäufer weiter“. Transparenz und offener Austausch mit dem Handel ist also ein gangbarer Weg, um zu ehrlichen und glaubwürdigen Produkten zu kommen. Neben Nachhaltigkeit ist auch der Trend zur Nützlichkeit ungebrochen, sinnlose Gimmicks spielen immer weniger eine Rolle. „Wie schon seit Jahren kommen Artikel rund

ums Handy sehr gut an. Hier vor allem im Bereich Elektronik: Ladekabel, Charger, Ladestationen. Auch hier ist die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen, langlebigen Artikeln hoch“, bestätigt Kaldenbach.

Neue Wege gehen

Warum dem Kunden nicht mal eine Aufmerksamkeit am Jahresanfang zukommen lassen – als Zeichen des Wunsches, dass man auch im neuen Jahr wieder gut zusammenarbeiten wird? Diese Frage stellt Ronald Eckert von Döbler seinen Kunden gern, wenn die Frage nach Jahresend-Aktionen aufkommt und überzeugt viele mit dieser Idee. Denn mit einer netten Geste im Januar lässt sich oft mehr Aufmerksamkeit generieren als in der traditionell ge-

Mutig: Raus aus der Routine

Das Rad ständig neu zu erfinden, funktioniert nicht und ist auch nicht zielführend. Die Praxis bietet bewährte Lösungen für bestimmte Aufgaben, sprich, Werbeartikeleinsätze. Der Blick über den Tellerrand lohnt sich dennoch, denn oft sind es Kleinigkeiten, die das Besondere ausmachen. Das Präsent zum Jahresanfang statt zum Jahresende etwa, regionale Produkte (vielleicht mit einer Geschichte) oder Artikel, die man sammeln kann (für Stammkunden) oder auch eine Spenden- oder Mitmach-Aktion für einen definierten Zweck.

Nachhaltig: Schummeln verboten

► Nachhaltiges boomt seit langem und dieser Trend ist ungebrochen. Gerade deshalb betonen wir noch einmal, dass sich weder Lieferant noch Handel einen Gefallen damit tun, wenn sie dem Kunden Pseudo-Nachhaltiges verkaufen. Im schlimmsten Falle blamiert sich der Industriekunde bei seinen eigenen Kunden, wenn sich herausstellt, dass Greenwashing im Spiel ist. Mit offener Kommunikation und Ehrlichkeit lassen sich bei allen Beteiligten Enttäuschungen und Imageverluste vermeiden. Umgekehrt liefern etwa der Hinweis auf Zertifikate oder besonders nachhaltige Produkteigenschaften aussagekräftige Verkaufsargumente oder Stoff für eine Story.



Ronald Eckert, Döbler
Aktionen während des Jahres überraschen und wirken stärker.



schenketrächtigen Weihnachtszeit. Da weiß der Empfänger oft nicht mehr genau, woher etwas kommt und in der vorweihnachtlichen Hektik wird auch so manches Unpassende oder Einfallslose auf den Weg gebracht. „Mit einer sorgfältig ausgesuchten Aufmerksamkeit zu unterjährigen Anlässen lässt sich Wertschätzung oft besser ausdrücken als zu Weihnachten, wo man geradezu etwas erwartet. Am Jahresanfang etwa zeigt der Werbende seinem Kunden im Voraus sein Vertrauen, dass die Geschäftsbeziehung Bestand haben wird und eine solche Vorleistung wird oft als wertvoller wahrgenommen als ein Dankeschön danach“, davon ist Eckert überzeugt. Dennoch ist auch für ihn das Jahresend-Geschäft noch relevant, wenn auch nicht mehr in dem Maße wie früher. Auch spontane Aktionen mit zum Teil unmöglichen Anforderungen sind zurückgegangen. „Werbende Unternehmen haben verstanden, dass sie ihre Budgets früher und genauer planen müssen, weil dann die Projekte gezielter konzipiert und damit wirkungsvoller werden können“. Entscheidungsdruck macht die Ergebnisse nicht besser, und manches lässt sich am 1. Dezember einfach nicht mehr verwirklichen. Je knapper die Zeit, desto wichtiger wird die Organisation, so die Erfahrung von Ronald Eckert, die auch seine Kollegen teilen.

Den Kunden muss man kennen

Der Weg zur gelungenen Aktion, ob zu Weihnachten oder einem anderen Anlass, führt über die professionelle Beratung. Und die wird umso effektiver, je besser man Kunden kennt. Deshalb besteht die erste und wichtigste Aufgabe des Beraters darin, sich ein Bild vom Unternehmen des Kunden, seinen Vorstellungen, Zielen und Zielgruppen zu machen. Auch bisherige Aktivitäten und natürlich das Budget müssen bekannt sein, um ein Konzept mit ersten Produktvorschlägen zu machen, das im Dialog mit dem Kunden immer weiter konkretisiert wird. Bei Stammkunden ist vieles schon erfasst, was den Prozess einfacher macht. „Wir haben die Möglichkeit, über unsere Systeme aktuelle Infos über unsere Kunden abzufragen. Die Auswertung liefert Hinweise darauf, wo Bedarf ist und in welche Richtung wir denken müssen“, sagt Christoph Ruhmann von Plan Concept. Auf dieser Grundlage geht das Team dann proaktiv auf den Kunden zu. Manchmal kann man auch frühere Aktionen weiterentwickeln und etwa mit verbesserten oder neuen Produkten punkten.

Punktgenau und individuell

Große Kunden mit Außendienst und verschiedenen Niederlassungen halten oft noch an der Tradition des weihnachtlichen Dankeschöns fest. Dank dieser Struktur können die Aufmerksamkeiten oft auch persönlich übergeben werden, was natürlich die wirkungsvollste, da individuell-



Christoph Ruhmann,
Plan Concept
Je besser wir den
Kunden kennen,
desto gezielter
können wir berate-
ten.



Glaubhaft: Überzeugend Gutes Tun

- ▶ Der Gedanke, einem Kunden lediglich mitzuteilen, dass man lieber spendet als ihm ein Dankeschön zukommen zu lassen, ist schon etwas gewöhnungsbedürftig. Sinnvoll, nachvollziehbar und imagefördernd sind dagegen Aktionen von Lieferanten, die Produkte mit einem Unterstützungsanteil anbieten, die damit beträchtliche Summen für einen guten Zweck zusammentragen. Ganz wichtig bei solchen Aktionen, die gerade zur Weihnachtszeit gut laufen, sind ein glaubwürdiger inhaltlicher Kontext und Transparenz, wie die Spenden verwendet werden. Eine schöne Idee mit viel Raum für Kreativität.



Kreativ verhüllt: Verpackung mit Mehrwert

Der erste Eindruck zählt. Eine hübsche Verpackung macht schon Freude, bevor man das Präsent gesehen hat. Sie kann auch neugierig machen, die Spannung steigern und die Botschaft bzw. die Wertschätzung, die das Präsent vermitteln soll, verstärken. Die Lieferanten bieten hier eine breite Auswahl: Mit Band verschnürte Box, bedruckte Tüte, Deckelglas mit Aufkleber, Schachtel mit Sichtfenster, Dosen und Gläser mit Lasergravur, Banderolen, Bänder mit eingewebtem Namen, Logo oder Text, formschöner Flakon oder edler Präsentkarton mit Passepartout-Inlay – all dies wertet ein Produkt auf. Ist die Hülle dann noch möglichst nachhaltig, was auch Zweitnutzen einschließt, dann ist die Wirkung perfekt.

te Übergabeoption ist. Hier kommen auch Kalender häufig zum Einsatz. „Eine Herausforderung bei der Konzeption auch von saisonalen Aktionen ist tatsächlich, aus der enormen Menge an Produkten punktgenaue Vorschläge zu entwickeln. Um hier optimal vorbereitet zu sein, kümmern wir uns intensiv darum, immer auf dem neuesten Stand zu sein, etwa durch Produktschulungen der Lieferanten. So nehmen wir auch kleinste Trends und Tendenzen wahr, die wir in unsere Kundenberatung integrieren“, so Ruhrmann. Auch er betont, dass Nachhaltiges aktiv nachgefragt wird, allerdings wird kaum



mehr als ein Preisaufschlag von rund zehn Prozent akzeptiert. Hier kommt dann die Frage ins Spiel, ob ein Importartikel, der um die halbe Welt geflogen ist, überhaupt nachhaltig sein kann. „Inzwischen können wir auf Produkte aus Recycling-Material zurückgreifen, die zwar aus China kommen und zu einem gewissen Grad nachhaltig, aber auf jeden Fall bezahlbar sind. Wir können aus einem Mix aus Importen und europäischen Produkten wählen, die wir dann je nach Branche und Budget mit gutem Gewissen empfehlen können“. In Sachen Timing muss man sich klar machen, dass der Werbeartikelhändler der letzte Akteur in einem langwierigen Prozess ist, in dem er nicht auf alles Einfluss hat. Vor allem wenn Agenturen im Spiel sind und Designs freigegeben werden müssen, dann kann es schon mal knapp werden. Deswegen spricht Ruhrmann bei der Beratung das Timing mit als erstes an.

Berater als „Werbemittelflüsterer“

Dass Christian Hauptfleisch vom Karlsruher Unternehmen Werbepäsentate Hauptfleisch einen relativ gleichmäßigen Auftragseingang im Jahresverlauf verbucht, bedeutet nicht, dass es kein Jahresendgeschäft gibt. „Wir planen mit unseren Kunden sehr frühzeitig, so dass vieles, was erst im Herbst oder zum Jahresende ausgeliefert wird, schon früher bestellt worden ist“, erklärt er. Kalender etwa gehören dazu, die er seinen Kunden besonders gern empfiehlt. Adventskalender sind heute sehr hochwertig und phantasievoll, es gibt sie in vielen Formen und Formaten, als Produktnachbildung, mit Basteleffekt und als nachhaltige Varianten, etwa aus recyceltem oder kompostierbarem Material, die komplett in der Papiertonne entsorgt werden können. Dass bei Hauptfleisch zum Jahresende wenig Stress aufkommt, liegt auch daran, dass rechtzeitig PDFs mit Ideen an Kunden geschickt werden. Dennoch sind Aufträge in letzter Minute auch dank der heute sehr kurzen Lieferzeiten und der eigenen Veredlungsmöglichkeiten zumindest bei kleineren Mengen kein Problem. „An uns Berater werden heute höhere Ansprüche gestellt, denn wir nehmen dem Marketing manche Aufgaben ab, indem wir Ideen und teilweise auch das Design liefern. Die Pro-



jekte werden dann im offenen Dialog mit dem Marketing erörtert und gemeinsam entschieden“, stellt Hauptfleisch als generelle Tendenz fest. Da Qualität immer positiv wahrgenommen wird und kein Unternehmen mit minderwertigen Artikeln in Zusammenhang gebracht werden möchte, ist ein dem Anspruch angemessenes Preisniveau zu rechtfertigen.

Weihnachtszeit als Chance sehen

Auch wenn die Rezession inzwischen Realität ist und Experten, etwa des BGA, von einer verhaltenen konjunkturellen Erholung der deutschen Wirtschaft im weiteren Jahresverlauf ausgehen, auf ein Dankeschön zu Weihnachten wird kaum ein Kunde ganz verzichten, ist die einhellige Meinung unserer Gesprächspartner. Wie sich die Wirtschaft weiter entwickeln wird, haben wir zwar nicht in der Hand, aber wir können alles dafür tun, um zaudernde Kunden zu gewinnen und von der Wirksamkeit von Werbepartikeln und Präsenten zu überzeugen. Die Branche hat sich schon in der Corona-Zeit und vor allem danach viel einfallen lassen, um wieder Fuß zu fassen. Dass die umsatzstärkste Zeit noch vor ihr liegt, bietet die Chance, das Jahr mit einem satten Plus anzuschließen. Auf die sechs Prozent Wachstum, die die Branche 2022 geschafft hat, lässt sich 2023 bestimmt noch eine Schippe drauflegen. <

Persönlich: Die Übergabe macht's

Wie das Präsent zum Kunden kommt, ist ein Aspekt von Wertschätzung. Im Idealfall wird eine Aufmerksamkeit persönlich übergeben, etwa anlässlich eines Kundenbesuchs am Jahresende, am Rande einer Veranstaltung oder einer Messe. Ein Lächeln, ein Händedruck, ein kleines Gespräch oder auch nur eine witzige Bemerkung schaffen im Nu eine gute Stimmung und die Grundlage für weitere oder auch neue Zusammenarbeit. Auch wenn das nicht möglich ist – ein Päckchen muss immer mit Sorgfalt gepackt sein, das Anschreiben sollte nicht von der Stange, sondern möglichst individuell und vielleicht sogar handsigniert sein, es muss rechtzeitig ankommen und bei Adressierung und Logistik darf kein Fehler passieren.



Christian Hauptfleisch,
Werbepresente
Hauptfleisch
Wir planen
frühzeitig und in
enger Zusammen-
arbeit mit dem
Marketing.

Flexibel: Herausforderung Last Minute

Weihnachten kommt immer so plötzlich und damit auch die Idee des Kundenpräsents, die dann noch schnell realisiert werden soll. Zaubern kann die Branche zwar noch nicht, aber wir erfahren oft von erstaunlichen Projekten, die findige Händler in Zusammenarbeit mit Lieferanten auch kurzfristig umgesetzt haben. Beweglichkeit auf Branchen- wie auf Kundenseite ist hier der Schlüssel zum Erfolg. Werden dem Kunden schon frühzeitig Ideen präsentiert, kommt Last-Minute-Hektik im besten Fall gar nicht auf.



Viele kleine „grüne“ Taten **summieren sich** zu größeren. Das hat auch unsere Branche verinnerlicht und setzt zunehmend auf ökologische und nachhaltige Produkte – wozu auch Veganes zählt. Eine Auswahl.



PSI 46311 • TROIKA Germany GmbH
Tel +49 2662 95110 • d.geimer@troika.de
business.troika.de



Pfiffige Kabeltasche

Die praktische Kabeltasche aus dem Sortiment von Troika bringt Ordnung in die digitale Arbeits- und Freizeitwelt des Anwenders. Neben Netzteil, Adapter und Anschlusskabel lassen sich ein USB-Stick, eine externe Festplatte und eine Maus bestens in der Go Urban Tech Pouch verstauen. Das Produkt für den Transport von Elektronikzubehör verfügt über ein geräumiges Hauptfach mit Zwei-Wege-Reißverschluss, Netz- und Steckfächer, Elastikbänder und einen zusätzlichen Kompressionsreißverschluss. Platzsparender kann kaum gepackt werden. Das aus 100 Prozent recyceltem rPET gefertigte Produkt ist mit einer Schlaufe zur praktischen Befestigung am Trolley ausgestattet.



Pferdeäpfel lassen es sprießen

Das „Engelchen und Teufelchen Mini Anzuchtset DUO“ von ecobrands kommt in der praktischen Zweierverpackung und bietet kommunikativ unzählige Möglichkeiten. Das Set enthält je zweimal einen Kokosanzuchtopf, eine Erdtablette, die mit Wasser wunderbar aufquillt, das Saatgut und den unschlagbaren Pferdeapfeldünger. Das Engelchen beinhaltet milden Paprika-Samen, das Teufelchen feuriges Chili-Saatgut. Wahrscheinlich das einzige Mal, dass sich Engel und Teufel über etwas einig sind: Die geniale „Easy2grow“ Garantie von Pferdeapfel. Mit dem natürlichen Superdünger wachsen Pflanzen einfach drauflos, egal ob man einen grünen Daumen hat oder nicht.

PSI 60236
ecobrands respectful distribution gmbh
Tel +43 5576 21595
office@ecobrands.promo
www.ecobrands.promo



NEU! NEU! NEU! NEU! NEU!

Glaskugel



... aus dem Schwarzwald
ef
emotion
factory



Mini-Wärmflasche



Wachsender Adventskalender



– Anzeige –

Heri-Rigoni GmbH
emotion factory

Tel. +49 7725 93 93 - 0
info@emotion-factory.com

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

Notizbuch mit Umweltbotschaft

Das Hardcover-Notizbuch Ocean-Book von Geiger-Notes kommt im nachhaltigen Gewebe-Einband daher. Die hierfür verwendeten Garne des Einbandmaterials Wave bestehen aus einem gewebten Stoff, der zu 100 Prozent recyceltes PET beinhaltet. Über die Hälfte davon ist gesammeltes Plastik aus dem Meer. Der Einband ist entweder in Blau, mit Gummiband/Stiftschlaufe in Dunkelblau oder in Grau, mit Gummiband/Stiftschlaufe in Silbergrau erhältlich. Nicht nur der Einband, auch die 192 Notizseiten mit Mikroperforation, Winkelkaro und die Einstecktasche bestehen aus Recyclingmaterial.



Grünes Gewissen mit Leuchtkraft

Der Textmarker STABILO Green Boss überzeugt als Werbeartikel in vier leuchtenden Neon-Farben und vier zarten Pastellfarben. Er besteht zu 83 Prozent aus wiederverwendetem Plastik und wird in Deutschland gefertigt. Der coole Zwei-Komponenten-Look mit der schwarzen Basis und Farbakzenten in Tintenfarbe ist ein echter Hingucker. Mit seiner Tinte auf Wasserbasis markiert er in zwei Strichstärken. Die intelligente Anti-Dry-Out-Technology sorgt dafür, dass der Marker auch nach vier Stunden ohne Kappe noch funktionstüchtig bleibt. Dank seiner flachen Form bietet der Textmarker viel Platz für Werbebotschaften. Attraktive Sets und Verpackungen bieten zusätzliche Werbemöglichkeiten.

PSI 43287
Stabilo Promotion Products GmbH & Co. KG
Tel +49 911 5673455
service@stabilo-promotion.com
www.stabilo-promotion.com



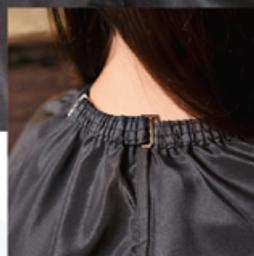
Nachhaltiger Mini Adventskalender

Die beliebten reinpapier® Adventskalender von Kalfany Süße Werbung wurden jetzt um eine Mini-Adventskalender-Variante erweitert. Dieser quadratische Kalender bietet rundum personalisierte Werbefläche und rückt die Werbeaussage in den Fokus des Kunden. Mit dem reinpapier®-Inlay ist er durch und durch nachhaltig, da er kompostierbar oder über die Papiertonne recycelbar ist. Das Inlay besteht aus 100 Prozent abbaubaren Rohstoffen – es entsteht also keinerlei Plastikmüll. Die 24 Türchen sind gefüllt mit Schokoknusperkugeln, bunten Schokolinsen, oder M&M'S® Crispy's.



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





60°

WASSERABWEISENDER SCHNEIDEUMHANG MIT HANDDURCHGRIFFEN

PRAKTISCH | VIELSEITIG | BEQUEM

WASSERABWEISEND UND ANTISTATISCH | PFLERGELEICHTES POLYESTER-MATERIAL
GRÖßENVERSTELLBAR DURCH METALLHAKEN | PERFEKT FÜR VEREDLUNG GEEIGNET



PSI 46131 • KHK GmbH
Tel +49 2233 717710 • sales@lipcare.de
www.lipcare-werbemittel.de

Vegane Handcreme

Die Kosmetik-Spezialisten der KHK GmbH haben im eigenen Labor eine neue, reichhaltige Handpflege entwickelt. Der wasserfreie Handbalsam enthält Sheabutter sowie Olivenöl aus kontrolliert biologischem Anbau und verströmt einen fruchtig-frischen Duft von Pink Grapefruit. Mit den umweltfreundlichen, veganen Push-up-Stick aus FSC-zertifiziertem, recycelbarem Karton lässt sich die Handpflege auch unterwegs leicht auftragen. Als langlebiges, ökologisches Pflegeprodukt ist Handcare Eco perfekt für eine persönliche Werbung mit gutem Gewissen. Alle Pflegeprodukte werden in Deutschland gemäß der neuen Kosmetikverordnung sowie Kosmetik GMP produziert und im CPNP Portal gemeldet. Das Institut Fresenius führt eine kontinuierliche Rezepturprüfung nach europäischen Richtlinien durch.

Kleiner Küchenhelfer

Die Gemüsebürste von Frank Bürsten ist ein praktischer Küchenhelfer, der in jedem Haushalt seinen Zweck erfüllt. Der Bürstenkörper aus unbehandeltem Buchenholz ist mit der Naturfaser Fibre hergestellt, wobei es sich um die robuste, kräftige und wasserunempfindliche Pflanzenfaser der Agave handelt. Die Gemüsebürste liegt aufgrund ihrer runden Form und der Griffkehlen perfekt in der Hand und die gründliche Reinigung des Gemüses gelingt im Handumdrehen. Bei der Produktion setzt Frank Bürsten auf regenerative Energien, um so eine umweltschonende Herstellung der Produkte sicherzustellen. Das Holz für die Bürstenkörper stammt ausschließlich aus regionalen Wäldern. Frank Bürsten lebt ein überzeugendes ökologisches Konzept.



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

Bleistifte: grün und gut

Für hochwertige, holzgefasste Schreibgeräte steht Reidinger seit 1987. Zur Firmenphilosophie gehört auch ein konsequentes Umweltmanagement. Ökologisch und nachhaltig produzierte Bleistifte sind die Spezialität des fränkischen Unternehmens. Die individuell gestaltbaren Werbebotschafter sind FSC-zertifiziert, klimaneutral und ‚Made in EU‘. Auf Wunsch können Kunden ohne Aufpreis Labels wie »FSC®« oder »klimaneutral« auf das Produkt aufbringen lassen. Werbetreibende Unternehmen können damit den Klimaschutz aktiv in ihre Werbebotschaft integrieren.



PSI 42938 • Reidinger GmbH
Tel +49 9732 91050 • info@reidinger.de
www.reidinger.de



PSI 40111 • Martor KG
Tel +49 212 738700 • info@martor.de
www.martor.com

Überdurchschnittlich und individuell

Zu den Kernelementen des Solinger Familienunternehmens Martor zählen Qualität und Innovation. Unter den 15 innerhalb kürzester Zeit im Sektor lancierten neuen Produkten finden sich etwa die ersten von Martor in den Markt eingeführten nachhaltigen Sicherheitsmesser. Das neue Einwegmesser Secumax 148 etwa besteht aus mindestens 80 Prozent recyceltem Kunststoff. Als grüne Alternative hat sich das Secumax mit einem Griff aus 98 Prozent recyceltem Kunststoff im Markt positioniert. Für beide neuen Schneidwerkzeuge wurde erstmalig das Rezyklat „Technyl4Earth“ der Firma Domo Chemicals eingesetzt. Sie gehören damit der neuen Eco by Martor Line an, Rücknahmekonzepte für das Ende des Produktlebenszyklus sind ebenfalls geplant. Beide Neuheiten verfügen über verdeckt liegende Klingen für höchsten Anwender- und Warenschutz und werden vor allem in der Logistik im Wareneingang nachgefragt. Zu den Bestsellern gehört zudem das Secupro 625, ein für härteste Einsätze gebautes Premium-Sicherheitsmesser mit vollautomatischem Klingentrückzug. Über weitere Klingenneuheiten und Produktvarianten hinaus hat Martor auch sein Zubehör-Sortiment weiter ausgebaut, um individuelle Problemlösungen zu kreieren. Für ein sicheres und zielgenaues Schneiden auf Distanz gibt es jetzt das Connector Set, eine Teleskopstange plus einen flexibel einstellbaren Adapter, der sich mit den wichtigsten Sicherheitsmessern der Secumax-Familie verbinden lässt. Hohe Paletten, weiter entfernte Kunststoffumreifungen und lange Folienrollen sind dank des Sets nun besser zu erreichen und zu bearbeiten.



Siegelflut muss nicht sein

Nahezu jeder Hersteller ist heutzutage bemüht seine Produkte so qualitativ hochwertig, biologisch, nachhaltig und so ethisch korrekt wie möglich darzustellen und zu vermarkten. So bieten neben diversen TÜV-Instituten, Stiftung Warentest sowie eine Vielzahl von anderen Vereinen, Verbänden, Firmen, internationalen Organisationen und staatlichen Stellen eine Reihe an Prüfsiegeln und Qualitätslabels. Als Hersteller, der in Deutschland produziert und fast ausschließlich in Deutschland und Europa hergestellte Produkte verarbeitet, waren und sind für reflAktive Made in Germany, TÜV/GS sowie die ein oder andere DIN/EU-Norm mehr als genug. Die reflektierenden Produkte des Unternehmens zeichnen sich zudem durch hochwertige Verarbeitung und Langlebigkeit aus.



PSI 46970 • ReflAktive Thomas Wassmann
Tel. +49 4971 923312 • info@reflaktive.de
www.reflaktive.de



Shape recycling

Nachhaltiger Kugelschreiber oder Druckbleistift



Kugelschreiber oder Bleistift

Recycelter Kunststoff

Made in Germany

Mit Ökostrom gefertigt



klimaneutraler Standort
PK-DE-00748



100%
Ökostrom



QR-Code scannen und kostenloses
Muster anfordern!



PSI 40823
Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG
Tel +49 7834 973-0 • klio@klio.com
www.klio.com

Ökologische Handschrift

Klio-Eterna Schreibgeräte stehen für nachhaltige Werbearbeit im Büro und Business. Der Produzent von Werbeschreibern Made in Germany setzt bei der Entwicklung seiner Produkte auf einen ökologisch verantwortungsbewussten Produktionsprozess. So fertigt der Werbearbeiterspezialist bereits 40 Prozent seiner Schreibgeräte aus recyceltem Kunststoff. Ein gutes Beispiel für nachhaltiges Produktdesign ist das Modell Shape. Das ästhetische Schreibgerät ist als traditioneller Kugelschreiber wie auch als filigraner Feinminen-Druckbleistift erhältlich. Das komplette Gehäuse beider Varianten ist aus recyceltem Kunststoff hergestellt. Für garantiert langanhaltenden Schreibgenuss lassen sich sowohl die Kugelschreiberminen als auch die Bleistift-Feinmine austauschen und ersetzen. Neben einem ergonomischen Design bieten beide Ausführungen eine große Farbauswahl und sogar Sonderfarben. Zur individuellen Personalisierung stehen fünf Druckflächen zur Verfügung. In Kombination mit einem passenden Etui sind die beiden Schreibgeräte auch als attraktives und vor allem nachhaltiges Schreibgeräteset erhältlich. Im Online-Konfigurator unter www.klio.com lässt sich das Wunschprodukt auch direkt gestalten und beim Hersteller anfragen.





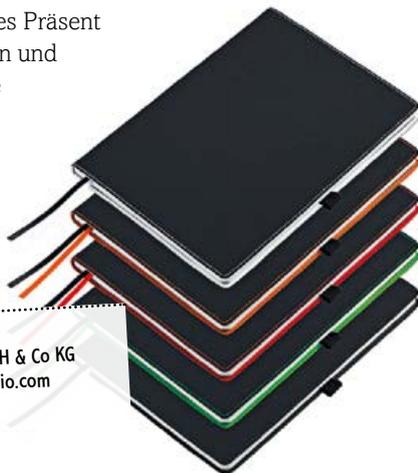
Klio-Eterna DENK ZETTEL



Klio-Eterna DENK ZETTEL

Nachhaltig notieren

Bekannt als nachhaltiger Produzent von Werbeschreibgeräten Made in Germany lanciert Klio-Eterna Schreibgeräte sein besonders edles und in fünf Farbvarianten erhältliche Notizbuch Filoflex im DIN-A5-Format als tolle Ergänzung zum nachhaltigen Schreibduo im Sektor. Der Umschlag besteht aus doppelt verarbeitetem Apfelleder, das aus Abfällen der Apfelsaftherstellung gewonnen wird. Das karierte, mit dem Siegel Blauer Engel ausgezeichnete Papier für die 192 Innenseiten wird komplett aus recycelten Fasern hergestellt, ohne Zusatz optischer Aufheller und Chlorbleiche. Eine Perforation an jeder Innenseite ermöglicht das leichte Heraustrennen wichtiger Notizen. Das Filoflex ist biegsam und robust zugleich. Der schwarze Softcover-Umschlag ist mit einer farbigen Ziernaht sowie einer entsprechenden Rahmennaht versehen. Jedes Filoflex ist mit zwei farblich abgestimmten Lesebändern ausgestattet. Die im Einband integrierte Froschtasche aus Recyclingpapier bietet Stauraum für ein optionales Kalendarium sowie eine Visitenkarte. In der seitlich am Notizbuch angebrachten Stiftflasche findet zudem der passende Kugelschreiber seinen Platz. Für den Einsatz als Werbemittel kann das Cover mit einer edlen und dauerhaften Prägung personalisiert werden. Personalisiert mit einer Glanz- oder Blindprägung ist das bereits ab 25 Stück erhältliche Buch ein tolles Präsent um Mitarbeitern, Kunden und Geschäftspartnern seine Wertschätzung entgegenzubringen und sich für die Zusammenarbeit im vergangenen Jahr zu bedanken.



PSI 40823
Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG
Tel +49 7834 973-0 • klio@klio.com
www.klio.com

New

Notizbuch Filoflex

Nachhaltiges A5-Buch aus Apfelleder



192 Seiten Recyclingpapier

Doppelt verarbeitetes Softcover

Zertifiziertes Papier (Blauer Engel)

5 Farbvarianten erhältlich



QR-Code scannen und
Muster anfordern!



Bienenretter im Garten

Je vielfältiger die Blumenpracht, desto größer die Auswahl an Nektarquellen für Bienen, Schmetterlinge und Insekten. Diesem Ziel hat sich die emotion factory bereits seit Längerem bei ihren Werbemitteln verschrieben. Das neueste Produkt Samenpapier Wabe greift das Thema „Bienen retten“ auf. Im ökologisch abbaubaren Samenpapier in Form von Waben mit lebhafter Bedruckung werden Samen ausgeliefert. Legt man das Papier angefeuchtet auf Erde, sprießen schnell bunte Blumen daraus. Durch die individuelle Bedruckung des Briefchens aus Papier lässt sich eine schöne Werbebotschaft vermitteln. Durch die flache Form und das geringe Gewicht eignen sie sich perfekt als Selfmailer. Ab 250 Stück geht es los.



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

Allzeit werbebereit

Nachhaltigkeit. Ein Wort, das zum Weiterdenken anspornt. Bei Pins & mehr wird der Begriff schon seit jeher großgeschrieben. Zumal Werbemittel aus Metall dort an erster Stelle stehen. Ein stabiles, robustes Material, professionell bearbeitet, das charismatisch und elegant wirkt. Der Kunde erhält nicht nur zierliche Pins in individualisierten Variationen: Eine breit gefächerte Auswahl an erstklassigen Give-aways mit hohem Alltagsnutzen bietet das Werbemittel-Sortiment bei Pins & mehr auch. TRIGGI®, der Einkaufswagenlöser, kann vollflächig beidseitig bedruckt werden. Mit einem Logo, einer Werbebotschaft oder einem smarten Slogan, der mitreißt. Dazu geben brillante Farben ihr Bestes in puncto Werbewirksamkeit. Qualitative Schlüsselanhänger, Einkaufswagenchips, Medaillen u.v.m. bereichern die bedruckte, emaillierte oder gravierte Werbebotschaft in gleicher Weise. Die Lanyards aus natürlichen Stoffen wie Bambus, Maisstärke oder Kork tragen mit vielerlei Veredelungsmöglichkeiten ebenfalls hervorragend zur begehrten Öko-Linie des Unternehmens bei.



PSI 46925 • Pins & mehr GmbH & Co. KG
Tel +49 8233 79312-0
info@pinsundmehr.de
www.pinsundmehr.de



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

Praktisch und vielseitig

Der RB Pacific Rucksack von Recycle Bags aus den Niederlanden macht mit seinem schlanken Design sowohl im Beruf als auch beim Sport eine gute Figur und ist hervorragend für den täglichen Gebrauch geeignet. Das geräumige Hauptfach verfügt über ein gepolstertes Laptopfach mit extra Reißverschlussfach. In der versteckten Reißverschluss tasche auf der Rückseite des Rucksacks lassen sich kleine Gegenstände schnell und sicher verstauen. Das hochwertige Twill-Gewebe besteht aus recyceltem PET, ebenso der Futterstoff, der Reißverschluss und das gewebte Band. Für die Herstellung einer Tasche werden 18 Flaschen recycelt.

Robuster Hingucker

Mit einer Größe von 37 × 49 / 16 Zentimetern bietet Wickie von Mister Bags viel Stauraum und ist dank dem Materialmix aus Jute und Baumwolle sehr robust. Durch die auffälligen 60 Zentimeter langen Tragegriffe im Kordel-Design aus Baumwolle erhält die Tasche zusätzlich einen maritimen Look mit einem angenehmen Tragekomfort. Wickie ist Einkaufstasche, Sporttasche und Beach Bag in einem und lässt sich wahlweise in der Hand oder lässig über die Schulter tragen. Sie ist LFGB-getestet, lebensmittelecht und nach dem OEKO-TEX 100 Standard hergestellt.

PSI 43410 • Mister Bags GmbH
Tel +49 201 8904140 • info@misterbags.de
www.misterbags.de



SL BAGS

CREATOR OF BAGS

ECO COTTON TOTE BAG

Sie suchen einen stilvollen, vielseitig einsetzbaren und praktischen Shopper, der eine gute Geschichte zu erzählen hat? Dann wählen Sie diese ECO Cotton Tote Bag! Diese Tasche ist aus hochwertiger, recycelter Baumwolle hergestellt. Erhältlich in zwei neutralen Farben: Ecru oder Armeegrün.



RECYCLE BAGS

Farben



WWW.RECYCLEBAGS.EU

VASAD DAYPACK (20L)

Das ist der Rucksack für Sportler, Wanderer und Abenteurer, die am Wochenende unterwegs sein wollen. Aber natürlich kann er auch für den täglichen Weg von zu Hause zur Schule oder Arbeit verwendet werden. Der Daypack ist ein kompakter und leichter Rucksack aus robustem und wasserabweisendem Recyclingmaterial.



VASAD
EST. 1992

Farben



WWW.VASAD.EU

SL BAGS

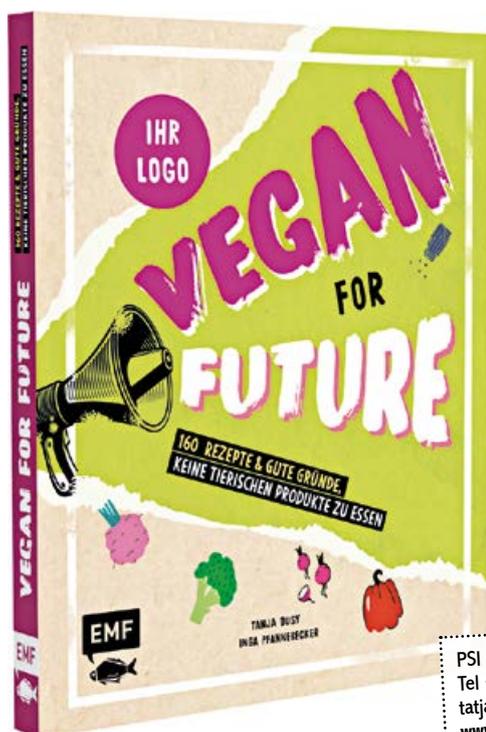
+31 (0) 575 51 00 77 | info@slbags.com

PSI 49110
 Klam Textiles Marketing & Stickerei
 Tel +49 7129 92869-0 • mail@klam.de
 www.klam.de



Textiles Marketing

Ob GOTS-zertifiziert oder mit Fairtrade-Siegel: Beutel und Taschen aus Naturmaterialien wie Jute und Baumwolle zählen zu den beliebtesten Werbeartikeln und sind auch im Alltag nützliche Begleiter. Sie sind in vielen verschiedenen Qualitäten und Grammaturen bei Klam Textiles Marketing & Stickerei verfügbar und lassen sich durch die einfache Werbeanbringung auf vielfältige Art und Weise veredeln. Hochwertig und nachhaltig sind die Stickereien von Klam, die auf Wunsch mit umweltschonenden Garnen aus recyceltem PET oder Lyocell umgesetzt werden. Neben einer ausgezeichneten Optik bietet diese Art der Veredelung auch besonders beständige und langanhaltende Ergebnisse für eine nachhaltige Präsentation von Marken.



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

Bewusste Ernährung

Mit veganer Ernährung tut man nicht nur dem eigenen Körper, sondern auch der Umwelt einen großen Gefallen. Und ganz nebenbei hat die vegane Küche auch noch viele leckere und kreative Gerichte zu bieten. Hierzu entwickelt der EMF-Verlag ein individuelles und perfekt auf die jeweilige Zielgruppe abgestimmtes Produkt. Ob vegane Spaghetti Carbonara oder cremiges Kirsch-Softeis: Mit abwechslungsreichen Rezepten sowie Tipps und Wissenswerten rund um die vegane Lebensweise lässt sich die Kundschaft überraschen. Ob qualitativ hochwertiges Hardcover oder günstiger Streuartikel, der Kunde bestimmt Inhalt, Design und Ausstattung selbst. Auch ein Logo lässt sich problemlos auf dem Cover platzieren.

PSI 49585 • Roll'eat
Tel +34 848 34 76 • hello@rolleat.com
www.rolleat.com



Grab'n'Go

Roll'eat präsentiert Grab'n'Go, einen wiederverwendbaren, umweltfreundlichen Beutel mit einer Kapazität von 2,5 Litern, der sich perfekt für den alltäglichen Transport von Lebensmitteln oder anderen Gegenständen eignet. Außerdem dient das Produkt als perfekte nachhaltige Alternative zu Plastiktüten- oder behältern. Da Grab'n'Go, komplett wasserdicht ist, können sogar flüssige Lebensmittel wie Soßen oder Getränke sorglos in Tasche oder Rucksack transportiert werden, ohne auszulaufen. Auch für einen Strandtag eignet sich dieses Produkt hervorragend, da nasse Gegenstände von trockenen Gegenständen isoliert werden. Beispielsweise können nasse Handtücher oder Schuhe problemlos transportiert werden, ohne dabei andere Gegenstände zu durchnässen oder zu beschmutzen. Auch Wertgegenstände wie Handys, Geldbeutel oder Kopfhörer können in diesem nachhaltigen Beutel aufbewahrt und somit sicher vor Sand, Schmutz oder Wasser geschützt werden. Das Produkt kann in der Waschmaschine bei bis zu 60 °Celsius oder per Hand mit einem feuchten Tuch gereinigt werden. Der auslaufsichere Klickverschluss kann gleichzeitig als Henkel genutzt werden. Somit kann man den Beutel problemlos tragen oder auch an den Fahrradlenker hängen.

Zuwachs bei der ÖkoBrella-Familie

Seit FARE im Jahr 2011 den ersten Bambus-Stockschirm auf den Markt gebracht hat, ist die ÖkoBrella-Familie stetig gewachsen. In diesem Jahr folgte ein Gästeschirm mit großem Durchmesser: der AC-Gästeschirm ÖkoBrella (2314). Wie auch die anderen ÖkoBrella-Modelle verfügt der Gästeschirm über das wassersparende gefärbte Polyester-Pongee waterSAVE® Bezugsmaterial aus recycelten Kunststoffen. Das dokumentiert das edle waterSAVE® Label auf dem Schließband. Der Schirm kann sowohl auf den Keilen als auch auf dem Schließband per Siebdruck veredelt werden. Das Modell ist in den sechs Farben Naturweiß, Rot, Limette, Marine, Grau und Schwarz erhältlich.

PSI 43144
FARE – Guenther Fassbender GmbH
Tel +49 2191 609150 • info@fare.de
www.fare.de





PSI 46311 • TROIKA Germany GmbH
Tel +49 2662 95110 • d.geimer@troika.de
business.troika.de



Big City Life

Die Go Urban Cooler Bag von Troika hat mit 13 Litern Volumen viel Platz für den Tag in der City, perfekt für die wichtigsten Business Accessoires, den Bürosnack und den kleinen Einkauf zwischendurch. Besonders praktisch: das große Hauptfach mit hochwertiger Thermo-Isolierung, wodurch Kaltes kalt und Warmes warm gehalten wird. Für nachhaltigen Eindruck sorgt das stabile Außenmaterial aus 100 Prozent recyceltem rPET. Zu den durchdachten Details der dunkelblauen Kühltasche gehören der wasserdichte isolierte Zwei-Wege-Reißverschluss, das integrierte Geheimfach für Schlüssel und Smartphone, extralange Tragegurte mit Schulterpad und eine Schlaufe zur Befestigung am Trolley.

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 Doming individualisiert werden.

PSI 49563 • Trendy Sport GmbH & Co.KG
Tel. +49 9171 975630
sale@trendy-sport.com
www.trendy-sport.eu



Nachhaltig notiert

Gabriele Bühring fertigt gemeinsam mit ihrem Kreativteam nachhaltige Notizbücher mit Korkumschlag. Das ökologische Korkfurnier, im Herstellungsprozess auf Pappe kaschiert, stammt aus staatlich kontrolliertem Anbau in Portugal und wird vor Ort in einer kleinen Manufaktur verarbeitet. Im handlichen DIN-A5-Format ist das Korknotizbuch mit seinem Soft-Cover ein echter Hingucker. Da es sich um 100 Prozent Naturkork handelt, überzeugt das Notizbuch auch mit einer angenehmen Haptik. Eine Produktion ohne unnötige Transportwege, PETA-Zertifizierung und Papier aus verantwortungsbewussten Quellen runden die Nachhaltigkeitsbilanz ab. In kleinen Stückzahlen wird eine individuelle Lasergravur zur Veredelung empfohlen. Höhere Auflagen sind mit Druck und statt der im Standard erhältlichen Blanko- auch mit individuellen Innenseiten möglich. Kleinserien sind bereits in rund zwei Wochen lieferbar.

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





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

Umweltbewusste Garderobe

Die Basic-Oberteile der Produktfamilie Organic with attitude von James & Nicholson stehen für eine nachhaltigere Mode und damit für ein Ausdrucksmittel für Menschen, die Wert auf einen umweltschonenden Lebensstil legen. Und für Arbeitgeber, die sich ihrer Rolle als Unternehmen für die globale CO₂-Bilanz bewusst sind. Zur großen Auswahl von James & Nicholson entsprechend produzierter Kleidung gehören etwa kurz- und langärmelige Oberteile, alle sowohl nach Oeko-Tex Standard 100 als auch nach OCS zertifiziert. Die Produkte der Serie sind in Design und Farbe perfekt aufeinander abgestimmt und können problemlos miteinander kombiniert werden. Darüber hinaus sind alle Teile mit dem Öko-Tex-Logo sowie einem Tear-off-Label versehen, mit dem sich das Nackenetikett einfach umlabeln lässt. Neben der Berücksichtigung ökologischer Aspekte legt Daiber auch großen Wert auf soziale Aspekte. Bereits seit 2012 ist die Gustav Daiber GmbH Mitglied der amfori Business Social Compliance Initiative (BSCI) und setzt sich damit für soziale Leistungen wie faire Arbeitsbedingungen in der internationalen Lieferkette ein. Gute Produktbeispiele sind die umweltfreundlichen T-Shirts, Polos und Sweats für die ganze Familie, zu haben in Single-Jersey-Qualität und aus 100 Prozent ringgesponnener Bio-Baumwolle. Das Shirt etwa ist in 42 Farben wie sky-blue, wine oder irish-green erhältlich und somit besonders vielseitig kombinierbar. Erhältlich in Größen von S bis 3XL. Auch bei den Polos und Sweatshirts mit einer Auswahl von 23 verschiedenen Farben legt der Hersteller großen Wert auf hohe Qualität, gefertigt aus hochwertigem French Terry mit 85 Prozent ringgesponnener Bio-Baumwolle und 15 Prozent Polyester. Im Daiber-Katalog gibt es noch viele weitere Produkte aus umweltschonendem Material zu entdecken.



– Anzeige –

KAHLA
Made in Germany. Since 1844.

cupit

Unser Beitrag
zur Nachhaltigkeit:
Mehrwegbecher
aus Porzellan, 100%
Made in Germany



100%
Made in
Germany

www.kahlaporzellan.com

Zaubern mit recyceltem ABS

Ab sofort liefert e!xact auch Zauberwürfel aus recyceltem ABS in den Farben Schwarz oder Weiß. Als Veredelungsmöglichkeiten bietet das Unternehmen zwei Möglichkeiten, nämlich Sticker oder Direktdruck auf allen Zauberwürfelgrößen (2 × 2, 3 × 3 und 4 × 4) an. Gerne arbeitet man mit dem Kunden gemeinsam die Details aus und betreut bei der Layoutgestaltung.



PSI 44457
E!xact Internationale Werbemittel GmbH
Tel +49 6126 951175 • service@e-xact.de
www.e-xact.de



Natürlich und schmackhaft

Miracle of Nature Cookies von B&B Promotional Sweets sind nahrhafte und schmackhafte handgemachte Kekse, die nur aus ökologischen Zutaten aus nachhaltigem Anbau hergestellt werden. Diese zarten und knusprigen Kekse enthalten weder Zucker noch Konservierungsstoffe oder künstliche Zusätze. Sie sind in sechs Geschmacksrichtungen erhältlich und in einer transparenten Folientüte und einem Karton mit Sichtfenster verpackt. Die Oberfläche der Schachtel ist mit einem vollfarbigen Digitaldruck vollständig anpassbar. Um den ökologischen Aspekt des Produkts zu betonen, kann anstelle des weißen Standardkartons recycelbarer Kraftkarton verwendet werden.

PSI 47460 • B&B Promotions Sweets
Tel +48 22 7246165
office@promotionalsweets.pl
www.promotionalsweets.pl

Die „immer dabei“ Lunchbox

Die praktische Lunchbox von ANDA ist in vielen verschiedenen Umgebungen wie Büros, Schulen oder beim Picknick im Park nützlich. Die Rebento-Lunchbox ist ein elegantes Instrument, um eine Marke zu präsentieren, die sich an jeden wendet. Als neues Mitglied der GO GREEN-Kollektion von ANDA besteht sie aus recyceltem PP-Kunststoff. Die Box wird mit einem geschmackvollen Bambusdeckel geliefert und kann sowohl an den Seiten als auch auf der Oberseite mit einem Firmenlogo bedruckt werden. Zu Rebento gibt es ein passendes Messer und eine Gabel, die mit einem elastischen Band leicht zu transportieren sind.



PSI 45753 • ANDA Present Ltd.
Tel +36 1 210 0758
export@andapresent.com
www.andapresent.com



45567 • SND PorzellanManufaktur GmbH
Tel +49 6183 80080
info@snd-porzellan.de
www.snd-porzellan.de

Porzellan aus natürlichem Rohstoff

Porzellan und Nachhaltigkeit. Das bringt man auf den ersten Blick nicht unbedingt zusammen. Die Wenigsten wissen dabei, dass schon das Grundmaterial Porzellan ausschließlich aus natürlichen Bestandteilen hergestellt wird. Und Porzellan ist extrem stabil. Wird es zusätzlich ansprechend individualisiert, nutzt es der Empfänger mit großer Wahrscheinlichkeit über Jahre hinweg. Beides sind Faktoren der Langlebigkeit. Und Langlebigkeit ist ein absolut wichtiger Aspekt der Nachhaltigkeit. Mit veredeltem Werbeporzellan aus der SND PorzellanManufaktur, die schon viele Jahre eine durchgängige Nachhaltigkeitsstrategie in ihrem Unternehmen verfolgt, schließt sich der Kreis bei höchster Qualität und Sorgfalt in der Produktion. Alles, was Werbemittel aus Porzellan und das Thema Nachhaltigkeit miteinander verbindet, können Kunden auf der Homepage des Unternehmens ausführlich nachlesen. Dort gibt es auch einen aktuellen Flyer zum Thema.



Anzeige



stilolinea®

34 DIFFERENT COLOURS
FOR EACH LOGO TYPE

PERFECT ASSEMBLY
AND FINISHES

FLUID AND COMFORTABLE
TWIST MECHANISM

AVAILABLE IN PREMIUM
ABS AND RECYCLED ABS

THE BEST FOR A
SUCCESSFUL PROMOTION

ELIS®



stilolinea®
WRITING INSTRUMENTS SINCE 1972
100% MADE IN ITALY

info@stilolinea.it
www.stilolinea.com



PSI 45974 • Multiflower GmbH
Tel +49 6226 92798-0 • info@multiflower.de
www.multiflower.de



Wachstumsduett

Die essbaren Blüten aus dem Sortiment von Werbespezialist Multiflower bleiben garantiert in Erinnerung. Sie sind nicht nur ein sichtbares Zeichen für die Frühlingszeit, sondern auch ein Genuss für Freunde extravaganter kulinarischer Genüsse. Zu den essbaren Blüten gehören etwa jene der Kapuzinerkresse und der Ringelblume. Die Banderole bietet viel Platz für eine Werbebotschaft oder für eine individuelle Gestaltung, jeweils realisierbar ab einer Mindestabnahmemenge von 250 Stück. Die Lieferung einer Einheit beinhaltet zwei Tontöpfchen mit einem Durchmesser von rund vier Zentimetern, zwei Holzstecketiketten, Erdtabletten und die Samen von Kapuzinerkresse und Ringelblume. Das Gewicht beträgt 85 Gramm. Die Werbeanbringung erfolgt per Tampondruck auf das Töpfchen ab 100 Stück, auf der Banderole per Digitaldruck gemäß der gelieferten Daten ab 250 Stück.



PSI 46596 • Polyclean International GmbH
Tel +49 2561 86558300
info@polyclean.com
www.polyclean.com



Glänzender Auftritt

Die in Deutschland hergestellten und individuell bedruckten Brillentücher von Polyclean International dienen nicht nur als praktisches Accessoire für Brillenträger, sondern bieten auch eine effiziente Möglichkeit, eine Marke zu stärken oder besondere Anlässe wie Messen und Events zu fördern. Die Brillentücher bestehen aus recyceltem PET und sind besonders schonend für empfindliche Oberflächen wie Brillen, Smartphones, Displays oder Kameras. Diese nachhaltige Alternative reduziert den Verbrauch von neuen Rohstoffen und bietet gleichzeitig ein Premium-Produkt, das sowohl die Sicht als auch den ökologischen Fußabdruck klar verbessert. Modernste Drucktechniken ermöglichen die Umsetzung individueller Logos, Schriftzüge oder Bilder in hervorragender Qualität, auf den Tüchern realisierbar ab einer Auflage von 250 Stück. Darüber hinaus können die Brillentücher in individuell gestalteten Verpackungen wie etwa Papieretuis geliefert werden.

Grüner Gedanke aus Polen

Sämtliche Produkte des Hauses DreamPen werden in Polen hergestellt. Dadurch ist bereits der erste Schritt einer nachhaltigen Entwicklung getan. Damit aber noch nicht genug: Auch 80 Prozent der genutzten Energie, die für den Produktionsprozess verwendet wird, wird aus Solarenergie gewonnen. Standardmäßig bestehen alle Stifte, die das Unternehmen herstellt, zu 40 Prozent aus recyceltem Material. Seit jüngstem sind auch Stifte aus 100 Prozent Recyclingmaterial verfügbar.



PSI 45720 • DreamPen Producer of ballpens
Tel +48 68 4772232
sales@dreampen.com
www.dreampen.com • www.clip4you.com



PSI 45452 • CD-LUX GmbH
 Tel +49 9971 85710 • info@cd-lux.de
 www.cd-lux.de

Organische Serie mit Geschmack

Individuell bedruckte Adventskalender zählen zu den beliebtesten Werbemitteln in der Weihnachtszeit. Nachhaltigkeit, Qualität und Preis-Leistung stehen bei den Adventskalender-Spezialisten von CD-LUX im Vordergrund. Bereits seit einigen Jahren setzen die Experten auf eine klimaneutrale Produktion, Inlays aus Recycling- oder kompostierbarem Material oder aus Papierfaser sowie auf FSC-zertifizierten Karton. In diesem Jahr wurde die Serie „Organic“ erneut ausgebaut. Dabei handelt es sich um Kalender, bei denen das Inlay im Papierspritzgussverfahren hergestellt ist. Die Bestandteile Papierfaser, Wasser und Stärke garantieren einen 100 Prozent nachhaltigen Rohstoffmix. Nach Gebrauch kann der Kalender komplett in die Papiertonne. Dazu zählen der Adventskalender „Cube“ mit organischem Inlay, der 3D-Adventskalender „LKW“ oder der klassische Wand-Adventskalender „Gourmet Edition“. Das breite Adventskalender-Sortiment bietet verschiedenste Kalender mit erstklassiger Markenschokolade, unter anderem von Lindt, Milka, Sarotti, Ritter SPORT, Mars, Toblerone, oder Meißner-Teebeuteln. Die optisch hochwertige Goldfolien-Veredelung lässt dieses Werbemittel oder Präsent glänzend dastehen. Fast alle Produkte von CD-LUX sind mit Veredelung lieferbar. Neutrale Kataloge, Muster und Gratis-Gestaltungsvorschläge können ab sofort angefordert werden.



Ein Stück Heimat

Mit dem klimafreundlichen Bleistift aus heimischem Lindenholz präsentiert Schreibgerätehersteller Staedtler einen Werbeartikel der besonderen Art: das PEFC-zertifizierte Holz aus regionaler Forstwirtschaft sowie die kurzen Wege bei der weiteren Verarbeitung hinterlassen bei der Produktion einen ökologisch einwandfreien Fußabdruck. Lindenholz, die ursprünglich verwendete Holzart bei der Bleistiftproduktion, kann vollkommen unbehandelt verarbeitet werden und hat ideale Eigenschaften für die Spitzbarkeit. Die Veredelung erfolgt rundum vierfarbig ab 2000 Stück. Der Bleistift aus heimischem Lindenholz wurde mit dem PSI Sustainability Award in der Kategorie Sustainable Campaign 2016 ausgezeichnet und ist somit ein nachhaltiger Werbebotschafter par excellence.

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

Markenqualität Made in Germany

Kugelschreiber
 Dynamix Recycling



zum Produkt

Made in Germany



Schneider
 Schreib's auf



„
 Unser Engagement für
 Nachhaltigkeit auch anderen
 mitgeben zu können:
 Das ist ein gutes Gefühl.“

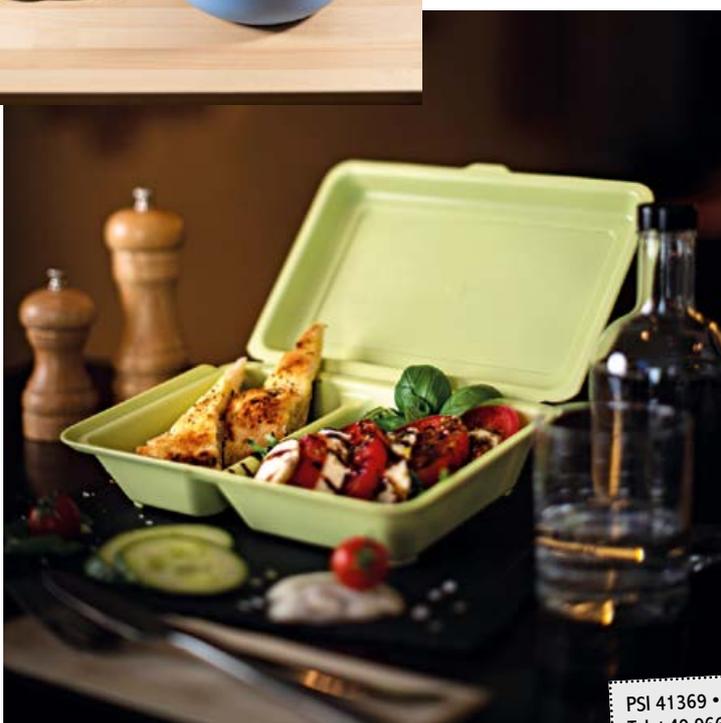
www.schneiderpen-promotion.com

Werbetaschen aus rPET

Die Werbetaschen von Malgrado bestehen zu 100 Prozent aus recycelten PET-Getränkeflaschen, deren Herkunft entsprechend zertifiziert ist. Für die Produktion werden leere, gereinigte PET-Flaschen zerkleinert und zu Granulat verarbeitet. Aus dem dann eingeschmolzenen Material wird neues umweltfreundliches, strapazierfähiges und langlebiges Garn gesponnen. Dabei wird deutlich weniger Energie aufgewendet als bei normalem Polyester, ohne auf neues Erdöl zurückgreifen zu müssen. Der rPET-Stoff lässt sich zu allen nur erdenklichen Taschen in Form und Farbe verarbeiten, ganz individuell nach Kundenwunsch. Die Werbeatikelspezialisten von Malgrado stehen für eine Beratung zur Verfügung.



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



Umweltfreundlich verpackt

elasto sagt Einwegverpackungen für Take-away-Essen den Kampf an: Denn die sechs neuen, verschiedenen Boxen der Eigenmarke elastoREuse sind nachhaltig in Deutschland produziert und zu 100 Prozent recycelbar. Sie eignen sich perfekt für die Gastronomie und den privaten Bereich. Zudem sind sie kühlenschrank- und mikrowelleneeignet. Aufgrund des PP-Materials zeichnen sich die Boxen besonders durch ihre Langlebigkeit und ihre Umweltbilanz aus. Beim Vergleich der Herstellungs- und Recyclingbedingungen mit alternativen Materialien wie Glas oder Metall schneidet PP um ein Vielfaches besser ab. Es hat ein geringeres Gewicht, spart Kraftstoff beim Transport und im Herstellungsprozess wird weniger Energie benötigt. Für die in fünf verschiedenen Farben erhältliche Box sind auch weitere Farben auf Anfrage möglich. Veredelt werden die Verpackungslösungen standardmäßig per Lasergravur, da dieses Verfahren keine Auswirkungen auf die Verwendung und den Kontakt mit Lebensmitteln hat. Mehr Infos unter: elastoREuse.de

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

PSI 43416 • Schneider Schreibgeräte GmbH
 Tel +49 7729 8880
 promotion@schneiderpen.com
 www.schneiderpen.com



Öko und schick

Skyton aus dem Produktportfolio von Schneider Schreibgeräte vereint mit dem abgestuften Drücker und Spitze Design und Umweltfreundlichkeit. Er ist nachfüllbar für lange Nutzungsdauer und wird klimaneutral mit Ökostrom hergestellt. Mit seiner Vielfalt von zehn transparenten und sechs opaken Farben bietet der Skyton Kugelschreiber eine breite Palette an Stiloptionen, um Persönlichkeit und Geschmack widerzuspiegeln. Mit dem ausgeklügelten Prinzip Mix & Match können alle Farben von Cliphülse über Oberteil bis zur Spitze miteinander kombiniert werden und machen den Skyton somit zum wandelbaren individuellen und langlebigen Werbebotschafter. Die Mindestmenge ist 1.000 Stück, ab 10.000 Stück bietet Schneider selbst Sondergehäusefarben auf Anfrage an. Mehrere Druckflächen für eine nachhaltige Werbung stehen für Drucke im Sieb-, Tampon oder Digitaldruckverfahren zur Auswahl. Die Veredelung wird wie das Produkt selbst bei Schneider in Deutschland gefertigt.



Mit gutem Beispiel voran

Ab sofort setzt man bei mbw auf All-over-Print-T-Shirts und Dreieckstücher aus 100 Prozent Seaqual Yarn. Mit einer klaren Vision für Nachhaltigkeit und Innovation arbeitet das Unternehmen kontinuierlich daran, umweltfreundliche Produkte anzubieten und seinen Kunden die bestmöglichen Lösungen zu liefern. Die Innovation dieser Produkte liegt in ihrer Herstellung, bei der ausschließlich recyceltes Meeresplastik (Upcycled Marine Plastic) verwendet wird. Dabei wird der Müll von unseren Stränden, dem Meer, Flüssen und Flussmündungen gesammelt und anschließend sortiert.

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





RECYCLED
PET PEN **ALUMA**

Recycled²: Schreiben Sie mit dem ALUMA noch mehr Nachhaltigkeit.

Schreiben Sie das **weltweit erste Schreibgerät**, hergestellt aus recycelter PET-Flasche und recycelter Aluminium-Getränkedose. Die Gewinnung und Verarbeitung des rPET Materials aus 100% recycelten PET-Flaschen sowie das rALU-Material aus 100% recycelten Aluminium-Getränkedosen findet in Europa statt.



uma-naturals.com/aluma



Eine einzigartige Verbindung

Veränderungen werden nur dann herbeigeführt, wenn Entwicklungen oder Erfindungen einen mutigen Weg in die Realisierung beschreiten. Vielleicht ist es nicht auf den ersten Blick zu erkennen, dass eine recycelte PET-Getränkflasche und eine recycelte Getränkedose – neben der Tatsache, dass beide bereits zum Transport gängiger Durstlöcher gedient haben – auch im zweiten Leben die eine oder andere Gemeinsamkeit pflegen; zumindest nicht, bis der neue uma ALUMA seinen ersten Strich auf das Papier schreibt. Gleich zwei recycelte Materialien werden im neuen uma RECYCLED PET PEN ALUMA eingesetzt und der Nachhaltigkeitsgrad nicht nur für die Kommunikation, sondern auch für die Umwelt weiter erhöht. uma RECYCLED² nutzt unterschiedliche Ressourcen, um das Upcycling-Projekt in der Summe zu einem in Europa gefertigten, recycelten Aluminiumschreibgerät mit recycelten rPET-Getränkeflaschen-Akzenten zu komplettieren.



Innovativ, nachhaltig, elegant

Innovativ, nachhaltig und einzigartig bietet der klimaneutrale uma RECYCLED PET PEN ALUMA kühle Eleganz mit farbigen Highlights. Die Option, sowohl eine Lasergravur als auch Werbedrucke zu platzieren, eröffnen das komplette Spektrum der CI gerechten Kommunikation. Gepaart mit der Story, den zertifizierten Produktionsprozessen und dem ausweisbaren CO₂-Fußabdruck, geht uma einen weiteren Schritt in Richtung nachhaltiges, verantwortungsvolles Schreiben und Werben. Mit der uma TECH Refill – Schreibmine versichert der uma Aluma eine bewährte und geschätzte Konstante. Die beliebte Kugelschreibermine schreibt mehr als 4.500 Meter mit softem, aber sattem Strich. Wer Teil sein will von einer echten Innovation, dem empfiehlt sich ein unbedingtes Probeschreiben mit dem neuen uma RECYCLED PET PEN ALUMA. Mehr dazu unter uma-naturals.com/aluma.



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



RECYCLED PET PEN ALUMA 0-7200
 RECYCLED PET PEN ALUMA transparent 0-7200 T



RECYCLED
 PET PEN
ALUMA



Die Modelle eignen sich für eine Laserung in weiß.



Hinweis im Schaft eingelassen.

Fordern Sie gleich Ihr kostenloses Informationsmaterial an.
sales@uma-pen.com | Code: PSI8923

uma-naturals.com/aluma





PSI 49729 • Condedi GmbH
Tel +49 2942 7996868 • info@condedi.de
www.condedi.de



Jetzt kommt Ordnung auf den Tisch

Vorbei ist die Unordnung am Arbeitsplatz und die Zeitverschwendung beim Suchen. Condedi schickt hierzu den Stifteköcher Roundabout ins Rennen. Das nachhaltige Produkt ist aus Naturholz, besticht durch seine ausgesprochen schöne Haptik und ist der ideale Behälter der Lieblingsstifte für Groß und Klein. Weiterhin vorhanden aus der Reihe „Living“ und ein Topseller ist die Aufbewahrungsbox „Sorpresa“. Die Klappbox verfügt über viel Platz im rechteckigen Design und sticht durch ihre schlichte Maserung aus Fichtenholz heraus. Das Produkt gibt es in drei verschiedenen Größen. Selbstverständlich kann eine Veredelung mit Druck oder Gravur erfolgen.

PSI 46706 • ASB Herbalind gGmbH
Tel +49 2872 92760 • info@herbalind.de
www.herbalind.com



Kissen ganz individuell bestickt

Qualitativ hochwertige Wärme-, Kälte-, Duft- oder Kräuterkissen können Kunden bei Herbalind nun dank einer neuen Stickmaschine auch mit individueller Bestickung realisieren lassen. Die Maschinen setzen eigene Motive mittels Software in ein Stickmotiv um. Logos, Sprüche oder Motive sind möglich. Kunden wählen aus einer Vielzahl von Stoffen mit großer Farbpalette und einem individuellen Füllmaterial. Alle Baumwollstoffe sind OEKO TEX zertifiziert, die Füllstoffe sorgfältig ausgewählt und nachhaltig. ASB Herbalind gGmbH ist ein Inklusionsunternehmen aus dem Münsterland.

Innovativ, nachhaltig und vegan

Das nachhaltige DIN-A5-Notizbuch Organic-Book von Geiger-Notes überzeugt mit seinem innovativen, veganen Appleskin-Einband aus 39 Prozent Apfelresten und Recyclinginhalt. Dieser wird mit natürlichen Pigmenten eingefärbt. Bei der Farbe des UV-beständigen Einbandmaterials kann zwischen Grün, Schwarz, Anthrazit oder Dunkelblau gewählt werden. Neben seinem Kapitalband, Lesezeichen und abgerundeten Ecken verfügt das Organic-Book auch über 192 Notizseiten mit Mikroperforation, Winkelkaro und eine Einstecktasche. Das Recyclingpapier besteht aus Altpapier mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“.



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



PSI 47464 • Karlowsky Fashion GmbH
Tel +49 3920 491280 • info@karlowsky.de
www.karlowsky.de

Angenehme Haptik

Die Entscheidung zwischen natürlichem oder veganem Touch fällt zwischen den Lederprodukten oder Polyurethan Lederimitatprodukten von Karlowsky Fashion. Geldbörsen, Kassierhalter, aber auch Lederschürzen gibt es in den verschiedensten Variationen aus echtem Rindsleder, aber auch aus veganem Lederimitat. Um auch diesen Produkten eine persönliche Note zu geben, realisiert Karlowsky Fashion die Individualisierung mittels hochwertiger Prägung und Lasergravuren für beide Materialien. Mit der Lasergravur sind filigrane Schriftzüge oder detailreiche Logos noch besser möglich. Vor allem auf veganem PU-Leder sind sehr kleine Details und dünne Schriften am besten umzusetzen. Prägungen geben den Produkten eine sehr angenehme Haptik und ein qualitativ hochwertiges Aussehen. Beide Veredlungsarten sind ein schönes zeitloses Detail mit einer hohen Langlebigkeit. Auch großflächige Grafiken bis 400 Quadratzentimeter lassen sich spielend leicht mit dem hochpräzisen Laser einfach und schnell gravieren.



HALFAR® GREEN DEAL:

Shopper SOFTBASKET

Ohne Alu-Rahmen – das schont Ressourcen. Designverliebt und in 12 modischen Farben!



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

Kaffeebecher für den Heimkomposter

Mit diesem schicken Kaffeebecher von Global Innovations kommt eine neue Dimension der Nachhaltigkeit auf den Markt. Er wird aus 100 Prozent erdabbaubarem Material hergestellt und zersetzt sich im Heimkompost ohne Rückstände von Mikroplastik. Gleichzeitig ist der Becher formstabil, TÜV-zertifiziert, LFGB-konform sowie spülmaschinengeeignet. Zur Individualisierung bzw. Einfärbung des Materials stehen zehn zertifiziert heimkompostierbare Farben zur Verfügung. Das Material ist patentiert und wird exklusiv von Global Innovations vertrieben.



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

Liefert Energie auf die Schnelle

Die Snack Balls von Der Zuckerbäcker sind gern zur Stelle, wenn Power und Geschmack gefragt sind. Die Nuss-Trockenfrucht-Kugeln sind der natürliche Snack für den kleinen Hunger beim Sport, im Büro oder auf Reisen. Zur Auswahl stehen vier leckere Sorten: Zimt Mandel, Exotische Früchte, Superfood mit Chia Samen und Acai sowie Kirsch Banane. Durch das individuell bedruckbare Etikett ab einer geringen Mindestmenge von nur 50 Stück trägt sich die Werbung positiv und langfristig in die Welt. Die Gläser können nachgefüllt, als Vorratsglas oder als Windlicht wieder verwendet werden.

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



Wechselwarme Atmosphäre

Nützlich, formschön, dekorativ und aus nachwachsenden Rohstoffen gefertigt: Diese Eigenschaften sind charakteristisch für die Deko-Lampe Book von Lumitoys. Die Lampe im Buch-Design ist ein stilvolles und hochwertiges Kundenpräsent, das jedem Raum eine warme und besondere Note verleiht. Das Holz-Cover bietet viel Platz für eine individuelle Gestaltung. Die verleimten Papierseiten verleihen der Lampe Stabilität und streuen das Licht auf eine einzigartig stimmungsvolle Weise. Für das Cover stehen verschiedene Brauntöne als Basis zur Auswahl, in die das Logo eingraviert wird. Alternativ ist eine farbige Bedruckung möglich. Die in verschiedenen Größen lieferbare Deko-Lampe wird über USB aufgeladen und ist natürlich in verschiedenen LED-Farben oder mit Farbwechsel-LEDs erhältlich. Zudem kann eine individuell gestaltete Geschenkverpackung umgesetzt werden.

Geschmackvoller Durstlöcher

Natürliches Leitungswasser lässt sich mit den praktischen Brausedrops aus dem Sortiment des Werbegetränke-Spezialisten Römer Drinks verfeinern: dank der exklusiven Partnerschaft im Werbemittelmarkt mit der innovativen Marke dropz. Aus purem Leitungswasser wird durch die natürlichen Aromen und wertvollen Vitamine der dropz eine gesunde Alternative zu herkömmlichen Süßgetränken. Dabei entsteht ein unvergleichbares Trinkerlebnis, was dazu beiträgt, mehr Wasser zu trinken und die eigene Lebensqualität und das Wohlbefinden zu steigern. Ohne Zucker und 100 Prozent vegan. Eine ideale Gelegenheit, Kunden, Geschäftspartnern oder Mitarbeitern mit eigener Werbung auf den Beuteln das gewohnte und alltägliche Leitungswasser schmackhaft zu machen. Ein individueller Aufkleber ist bereits ab 100 Stück möglich. Und was für die Beschenkten gut ist, ist auch für die Umwelt gut: Denn für jede verkaufte Packung dropz mit 30 Brausetabletten wird eine Plastikflasche aus dem Ozean gefischt.



PSI 50967
Römer Drinks by Römer Wein und Sekt GmbH
Tel +49 6541 8129-0
info@roemer-drinks.de
www.roemer-drinks.de

SND
PorzellanManufaktur

BECHER
Einfach bis aufwändig
Alles aus
einer Hand

MEHR VON ALLEM

Persönlich
ZUVERLÄSSIG
Kompetent
Leistungsstark



- Anzeige -

MEHR
www.snd-porzellan.de



PSI 45974 • Multiflower GmbH
Tel +49 6226 92798-0 • info@multiflower.de
www.multiflower.de



Natürliche Gabe

Das Easy Kräuterduo von Multiflower ist ein pflffiges Give-away von Mutter Natur. Der aus organischem Material hergestellte Topf kann später direkt in die Erde gesetzt werden und verrottet dort komplett nach einigen Monaten. Mit den Bio-Samen der Sorten Basilikum und Kresse wird das Duo zum idealen natürlichen Werbeartikel. Jeweils ab einer Mindestabnahmemenge von 250 Stück kann die Banderole mit eigenem Eindruck versehen oder individuell gestaltet werden. Zum Inhalt einer Einheit gehören je zwei Easy-Töpfe und Untersetzer sowie Erdtabletten und Samen der Sorten Bio-Basilikum und Bio-Kresse.

Tasche für jedes Alter

Von Kindern, die ein neues Schuljahr beginnen, bis hin zu Erwachsenen, die das Nötigste zur Arbeit mitnehmen müssen, findet jeder eine gute Verwendung für die bequeme SuboBag Cross. Sie ist eines der neuesten Mitglieder der BE CREATIVE-Kollektion von ANDA und bietet individuelle Gestaltungsmöglichkeiten in Form von vollflächigen Sublimationsdrucken. SuboBag Cross ist der perfekte Begleiter für unterwegs, der durch sein individuelles Design immer wieder für Aufmerksamkeit sorgt. Ein auffälliges Etikett weist auf die bei der Herstellung der Tasche verwendeten recycelten PET-Materialien hin und vermittelt so eine grüne Botschaft.



PSI 45753 • ANDA Present Ltd.
Tel +36 1 210 0758
export@andapresent.com
www.andapresent.com



PSI 42743
Russell c/o FOL International GmbH
Tel +49 631 3531328 • service@fotlinc.com
www.russelleurope.com

Edle Basics aus Bio-Baumwolle

Mit der Pure Organic Kollektion setzt Russell Europe neue Maßstäbe in Sachen Qualität, Passform und Bedruckbarkeit. Die T-Shirt-Styles aus 100 Prozent Bio-Baumwolle für Männer, Frauen und Kinder stehen seit 2020 für die Bemühungen, den ökologischen Fußabdruck zu minimieren. Das Herzstück der Pure Organic Kollektion ist das Pure Organic T aus Bio-Baumwolle. Das kurzärmelige T-Shirt bietet mit seiner glatten Oberfläche die ideale Leinwand für individuelle Veredelung. Die optimale Ergänzung bildet das Pure Organic T mit V-Ausschnitt.

Gewissenhaft reinigen

Die vielseitigen Mikrofasertücher von Römer Wellness sind nun auch in zwei nachhaltigen Varianten zu haben. In der Variante Eco bestehen die Tücher zu 70 Prozent aus recyceltem PET, hergestellt aus alten Wasserflaschen. In der Variante Bio sind sie gar vollständig biologisch abbaubar. Wie die Standardvariante sind die Tücher ideal für die schonende und kratzfreie Reinigung von glatten Oberflächen wie Brillengläsern, Displays oder Bildschirmen geeignet. Dank ihres geringen Gewichts und der breiten Zielgruppe sind die Mikrofasertücher auch ideal als Mailing-Verstärker oder Give-away einsetzbar. Durch die verschiedenen Größen lassen sich die Produkte flexibel und individuell gestalten. Der Hersteller bietet vier verschiedene Standardformate und verschiedene Verpackungsmöglichkeiten, darunter ein Polybeutel oder ein wiederverwendbares PVC Mäppchen. Als umweltfreundliche Alternative bietet Römer Wellness auch ein Kartonmäppchen sowie einen Cellophan Beutel an.



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

– Anzeige –



SHIVA O₂ – EINE NACHHALTIGE WAHL DIE FLASCHE AUS 100% BIOBASIERTEM ZUCKERROHR

Entscheiden Sie sich für Shiva O₂, und leisten Sie einen positiven Beitrag für unseren Planeten und Ihre Trinkgewohnheiten. Setzen Sie auf Nachhaltigkeit, ohne Kompromisse bei Qualität und Design.
Flasche und Verschluss sind in 4 Farben erhältlich - Lieferung 2 Wochen -
Hergestellt in den Niederlanden - BPA-frei - 100% recycelbar und wiederverwendbar -
Kann rundherum in Farbe bedruckt werden.

www.bottlepromotions.com | carl@tacx.nl | joy@tacx.nl



PSI 42743 • FOL International GmbH
Tel +49 631 3531328 • service@folinc.com
www.fruitoftheloom.eu



Athletic Heather ist ganz besonders

Fruit of the Loom ist bekannt für eine große Vielfalt an hochwertigen Styles, die die ideale Leinwand für individuelle Textilveredelung bieten. Neben ihrer breiten Farbauswahl überzeugt Fruit of the Loom insbesondere mit der Farbe Athletic Heather, die aus 90 Prozent ringgesponnener Baumwolle und 10 Prozent recyceltem Polyester besteht. Somit steht die Farbe ganz im Zeichen der Nachhaltigkeitsinitiative „The Fruit Way“. Athletic Heather ist in verschiedenen Styles für Damen und Herren erhältlich. Fruit of the Loom bietet sie innerhalb der beliebten Iconic T-Shirt Collection sowie der Premium Polo Collection an.



Nachhaltige Handyhüllen

Plastikvermeidung ist in aller Munde und viele Unternehmen suchen nach Möglichkeiten, umweltfreundliche Alternativen anzubieten. Aus diesem Grund hat Brand.it als Experte für bedruckbare Handy- und Tablethüllen das Turtle Case entwickelt. Es zeichnet sich durch einen ausgeklügelten Materialmix aus, der aus Bambusfasern und dem Biokunststoff PLA besteht. Diese Kombination sorgt nicht nur für zusätzliche Stabilität und Schutz, sondern ermöglicht es auch, dass die Schutzhülle innerhalb von 18–24 Monaten vollständig kompostiert werden kann. Die nachhaltige und biologisch abbaubare Hülle kann mit einer einfarbigen Lasergravur oder im UV-Digitaldruck personalisiert werden.



PSI 49758 • Brand.it GmbH
Tel +49 30 555735999 • psi@brand.it
www.brand.it

Entspannt werben

Die pfiffigen rPET-Liegestühle aus dem Sortiment von TedGifted vereinen alle Eigenschaften eines effektiven und nützlichen Werbebotschafters. Schließlich setzt der polnische Hersteller auf schnellste Produktionszeit, komfortable Versandbedingungen und höchste zertifizierte Qualität. Zum Einsatz kommen hochwertige Materialien, die eine solide Ausführung und lange Haltbarkeit garantieren. Liegestühle sind originelle Werbeartikel, um eine Marke, ein Logo oder ein anderes Muster auf einer eindrucksvollen Fläche zu präsentieren. Sie sind verlässliche Reisebegleiter, da sie sich leicht zusammenklappen und dank des abnehmbaren Bezugs auch kurzerhand waschen lassen. Die europäischen Produkte aus zertifiziertem rPET-Material können per vollfarbigem Sublimationsdruck individualisiert werden. Die aus recycelten Materialien in einer europäischen Fabrik mit grüner Energie hergestellten Liegestühle gibt es in drei verschiedenen Varianten. Die Tragfähigkeit reicht für bis zu 100 Kilogramm.

PSI 48418 • Ted Gifted
Tel +48 61 3072345 • info@tedgifted.com
www.tedgifted.com

PSI 45452 • CD-LUX GmbH
Tel +49 9971 85710 • info@cd-lux.de
www.cd-lux.de

Recycelt in Premium-Qualität

Bereits seit einigen Jahren setzen die Adventskalender-Experten von CD-LUX auf eine klimaneutrale Produktion und die Verwendung von recycel- oder kompostierbarem Material. Eine ganz besondere Optik und Haptik bieten dabei Adventskalender aus Graspapier oder dem neuen innovativen „CoffeeCup Paper“. Jährlich landen in Deutschland ca. 1,7 Milliarden kunststoffbeschichtete Papierbecher im Müll. Aufgrund des Plastikanteils waren diese bisher nur mit einem arbeits- und zeitaufwändigen Verfahren recycelbar. Das „CoffeeCup“-Papier ist daher eine echte Innovation: Die Trennung des Zellstoffs erfolgt einfach und energieeffizient. Bis zu 90 Prozent der Papierfasern können so in einem ressourcenschonenden Kreislauf wiederverwertet werden. Die Inlays der Adventskalender aus nachhaltigem Karton werden aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt. Sie sind biologisch abbaubar bzw. mit der Kalenderhülle recycelbar. Somit kann der gesamte Kalender nach Verwendung in der Papiertonne entsorgt werden.

Ökologische Zeiten

Ökologische Produkte erfreuen sich in der Werbeartikelbranche immer größerer Beliebtheit. Um den Öko-Trends zu folgen, setzt Likor East-West Promotion auf die Ausweitung des Sortiments in Form diverser ökologischer Produkte. Ab sofort umfasst das Angebot des polnischen Werbespezialisten neben der Standard-Uhrenkollektion auch Modelle ökologischer Uhren, gefertigt aus Sperrholz, Holz und anderen Materialien. Für die Personalisierung stehen vielfältige Möglichkeiten und angepasste Optionen zur Wahl, um einzigartige Lösungen zu kreieren.

PSI 49677 • Likor East-West Promotion
Tel +48 616521212 • office@likor.pl
www.promotionalclocks.eu

PSI 49677 • Likor East-West Promotion
Tel +48 616521212 • office@likor.pl
www.promotionalclocks.eu

PSI 47317 • tobra GmbH & Co. KG
Tel +49 6762 962760 • psi@tobra.io
www.tobra.io

Anziehende Nachhaltigkeit

Mit dem FSC® zertifizierten Holz-Magneten im individuellen Design bietet tobra eine nachhaltige und kreative Alternative zu anderen Magneten aus Kunststoff. Das Holz stammt aus kontrollierten Wäldern in Finnland und die Produktion erfolgt in der hauseigenen Produktion in Deutschland, in der die benötigten Maschinen mit 100 Prozent Ökostrom aus erneuerbaren Energiequellen betrieben werden. Die Form der Magneten kann komplett an das Logo oder ein gewünschtes Motiv angepasst werden. Auf der Rückseite des Holz-Magneten wird ein kleiner, aber dennoch recht starker Magnet aufgebracht, der zuverlässig dabei hilft alle wichtigen Notizen in Position zu halten. Bei einfachen Motiven bietet tobra auch runde und rechteckige Standardformen an.



PSI 41583
Hepla-Kunststofftechnik GmbH & Co. KG
Tel. +49 5681 9966 • info@hepla.de
www.hepla.de

Snack-Transporter

Für die Stärkung zwischendurch bietet sich die Bio-Brottdose von Hepla an, genau der richtige Artikel, um gesunde Snacks wie Vollkornbrot, kleine Tomaten oder Weintrauben während eines Ausflugs unbeschadet in Rucksack oder Tasche zu transportieren. Auch für zu Hause, beispielsweise als Butterdose, ist dieser praktische Werbeartikel bestens geeignet. Im Standard in Hellgrün und Beige lieferbar, bietet die Brottdose eine große Druckfläche und viele Möglichkeiten, preiswerte und nachhaltige Werbeideen und Kundenwünsche in Szene zu setzen. Die auch in größeren Stückzahlen kurzfristig lieferbare Brottdose ist Made in Germany, BPA-frei und wird aus 75 Prozent biobasiertem Kunststoff auf Zuckerrohrbasis hergestellt. Auch Sonderfarben sind auf Anfrage möglich. Die Bio-Brottdose kann auf Wunsch per Sieb- oder Digitaldruck veredelt werden.

Pflanzliche Weichmacher in der Flasche

Geschäftsführer und Inhaber Hugo Frosch bringt es auf den Punkt: „Lange haben wir nach Lösungen geforscht, wie wir unsere Premium-Thermoplast-Linie nun auch mit einem pflanzlichen Weichmacher produzieren können“, erklärt er. Die Wärmflaschen sind seit jeher phthalatfrei, jetzt aber kann das Unternehmen mit bis zu 100 Prozent Weichmacher aus pflanzlichem Rohstoff eine Produktlinie anbieten, die zeigt, dass das Bekenntnis zu Nachhaltigkeit und der Liebe zur Natur keine Lippenbekenntnisse sind. Grün und gleichzeitig so farbenfroh: Drei Modelle sind zusätzlich mit einem farblich passenden „Rollkragen-Pulli-Bezug“ aus Bio-Baumwolle erhältlich.

PSI 60663 • Hugo Frosch GmbH
Tel +49 8282 827560
juergen.kramer@hugo-frosch.de
www.hugo-frosch.de





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

Stabiles Raumwunder

Welche Materialien sind nachhaltig und gleichzeitig so stabil, dass man Taschen daraus fertigen kann? Eine Frage, auf die die Taschenprofis von HALFAR® ebenso schlaue wie schöne Antworten gefunden haben. So zum Beispiel mit rPET, also Fasern, die aus recycelten PET-Flaschen gewonnen werden. Genau daraus besteht das Obermaterial der CIRCLE Taschenserie. Dass Recycling nicht nur gut für die Umwelt ist, sondern auch begeisterndes Design hervorbringt, beweist die Serie mit dem Rucksack CIRCLE und dem großen Notebook-Rucksack CIRCLE L. Ihre geräumigen Reißverschluss-Hauptfächer und die Tragegriffe bzw. Gurte machen den Alltag bequemer und schöner.



VICTORINOX

SPARTAN

SAGEN SIE DANKE!

Wir danken Ihnen für die wertvolle Zusammenarbeit in diesem Jahr. Geben Sie dieses Dankeschön mit unseren innovativen Produkten an alle weiter, denen Sie Ihre Wertschätzung ausdrücken möchten.

Mit dem Konfigurator für Mitarbeiter- und Kundenpräsenten erhalten Sie Ihre individuellen Geschenke in nur drei einfachen Schritten: www.victorinox.com/corporate-gifts
Kontakt: corporatebusiness.hq@victorinox.com



Individuelle Personalisierungen

Z.B. mit Firmenlogo, Eventname, Datum etc. auf der Klinge/Schale

FROM THE MAKERS OF THE ORIGINAL SWISS ARMY KNIFE™
ESTABLISHED 1884



PSI 40940
Igro Import- und Großhandels GmbH
Tel +49 6432 91420 • sales@igro.com
www.igro.com

Strapazierfähiger Transporthelfer

Die doppelseitig laminierte Tasche aus dem Sortiment von Igro vereint Stil und Umweltbewusstsein. Hergestellt aus recycelten PET-Flaschen und mit einer doppelseitigen Laminierung geschützt, ist sie eine umweltfreundliche Wahl. Die Tasche ist ab 1000 Stück lieferbar und kann auch in individueller Wunschgröße realisiert werden. Mit einer fotorealistischen Bedruckung lässt sich die Tasche rundum mit eigenem Design gestalten. Das hochwertige Material sorgt für Strapazierfähigkeit und eine leichte Reinigung. Mit einem modernen Design und dem vielseitigen Nutzen passt sie perfekt zu jedem Anlass.



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

Wachsender Adventskalender

Waren Adventskalender früher fast ausschließlich Geschenke für Kinder, hat sich in den vergangenen Jahren ein großer Markt und regelrechter Hype auch für Erwachsene entwickelt. Nahezu in jedem Haushalt wird bis zu Weihnachten der Countdown mit 24 Türchen gezählt. Dabei muss es nicht immer Süßes sein. Das dachte sich auch die emotion factory aus dem Schwarzwald, die für dieses Jahr einen brandneuen nachwachsenden Adventskalender entwickelt hat. Der Clou bei diesem neuen Produkt ist, dass sich hinter den 24 Türchen wachsende und grüne Grüße verstecken. Der Kalender wird mit 2 × 12 verschiedenen Samensorten bestückt. Jedes Fach enthält ein Samentütchen und eine Substrat-tablette als Erde.

Ökologischer Energieschub

Da Nachhaltigkeit heute wichtiger als je zuvor ist, ersetzen die Eco Cable von micx-media schwer abbaubare Kunststoffe durch recycelte Materialien oder nachwachsende Rohstoffe. Ausgestattet mit allen gängigen Ladeanschlüssen sowie je einem USB-A- und USB-C-Eingang können bis zu drei Geräte gleichzeitig geladen werden. Die Variante Short aus abbaubarem Mais und Weizenstroh eignet sich perfekt für das Aufladen elektronischer Begleiter unterwegs, wohingegen das Modell Long perfekt zum Laden an Steckdose oder PC ist. Das Bamboo mit edler, graviertem Bambusfläche oder als spezieller Hingucker in der LED-Variante mit beleuchteter LED-Logofläche und einer Ummantelung aus recycelten PET-Flaschen vervollständigt die Auswahl.

PSI 45899
micx-media in concept GmbH & Co. KG
Tel +49 5205 99-100
besser@micx-media.de
www.micx-media.de



SIE

möchten gerne Ihren wohlverdienten Ruhestand antreten und suchen einen Nachfolger für Ihr Unternehmen oder einen Käufer für Ihren Kundenstamm?

Im Auftrag unserer Mandantschaft, einem seit Jahrzehnten in der Branche tätigen und bestens mit dieser vertrauten Werbemittelhändler, sind wir damit betraut, den Erstkontakt zu Verkaufsinteressenten herzustellen.

Wenn Sie Ihr Lebenswerk und Ihre Kunden weiterhin in guten Händen wissen möchten, nehmen Sie bitte Kontakt zu uns auf.

Selbstverständlich sichern wir Ihnen absolute Diskretion zu.

T3L Group übernimmt Poul Willumsen

Die T3L Group hat Poul Willumsen p/s (Dänemark) über ihre niederländische Tochtergesellschaft Jalema B.V. erworben, um ihre europäische Position auf dem Markt für personalisierte Produkte und Werbeartikel zu stärken. Poul Willumsen produziert und vertreibt seit mehr als 40 Jahren Werbeartikel, vor allem Schlüsselanhänger und Spardosen für den europäischen, nordamerikanischen und japanischen Markt. Mit Produktionsunternehmen in Dänemark, Frankreich, den Niederlanden und den USA ist die T3L Group „eine globale Familie lokaler Hersteller“, die auf die Verarbeitung von Folien und Karton, Spritzguss und Druck spezialisiert ist. Die 2008 gegründete Gruppe ist globaler Akteur im Bereich der B-to-B-Markenartikel für den Arbeitsplatz (djois®) und verfügt über ein starkes Know-how im Bereich der nicht marken- gebundenen personalisierten und OEM-Produkte.



Poul Willumsen

„Jalema ist ein Gesamt-Service-Produktionsunternehmen mit großer Erfahrung im Spritzgießen und Kenntnissen über nachhaltige Materialien. Dieser Schritt wird erhebliche strategische und operative Synergien zwischen dem Poul Willumsen-Geschäft und den anderen Geschäftsbereichen von Jalema und der T3L-Gruppe weltweit bringen“, so Jalema-Geschäftsführer Loet van de Kimmenade. Kim Berg, CEO der T3L Group, ergänzt: „Sowohl für unser Markengeschäft als auch für unsere markenunabhängigen Aktivitäten bietet diese Übernahme nicht nur großartige Möglichkeiten, sondern ist auch eine weitere wichtige Verstärkung der industriellen Exzellenz und der Marktführerschaft, die unsere Kunden loben. Ich möchte Bo Willumsen dafür danken, dass er uns die Möglichkeit gibt, das von seiner Familie gegründete Unternehmen zu erweitern.“ Der gesamte Maschinenpark wird gegenwärtig in die Räumlichkeiten von Jalema in den Niederlanden verlegt. Die Lieferungen, der Verkauf und der Kundendienst werden während des Umzugs in vollem Umfang aufrechterhalten, ohne dass es zu Unterbrechungen kommt, heißt es in einer Mitteilung des Unternehmens.

www.poul-willumsen.com • www.Jalema.com • www.Djois.com • www.T3Lgroup.com

Werbepräsentate Hauptfleisch expandiert

Werbepräsentate Hauptfleisch aus Karlsruhe hat die Vertriebsaktivitäten der Domino Werbemittel GmbH, Brackenheim, übernommen. Infolgedessen wechselt das Vertriebsteam von Domino Werbemittel in das Team Hauptfleisch. Der komplette Kundenstamm wird von den langjährigen Vertriebsmitarbeitern Elke Bölz und Nicolas Voigt sowie dem neuen Mitarbeiter Christian Kaiser vom neu gegründeten Standort in Heilbronn aus betreut. Das Team, das im Ortsteil Horkheim ein Büro mit neu gestalteten Arbeitsplätzen und einem Showroom bezieht, kann auf die

komplette Dienstleistung und logistische Infrastruktur des Hauptstandorts Karlsruhe zurückgreifen. Die Teams in Heilbronn und Karlsruhe arbeiten eng zusammen, insbesondere durch die einheitliche Warenwirtschaft sind bereits alle digitalen Strukturen geschaffen. Die sich dadurch ergebenden Synergieeffekte werden beiden Standorten zugutekommen und sollen zum weiteren, gesunden Wachstum des Unternehmens beitragen.

www.hauptfleisch.de



Werbepräsentate Hauptfleisch

„Wir freuen uns auf unsere neuen Teammitglieder. Von unserem neuen Standort aus können wir jetzt gezielt unsere Vertriebsaktivitäten erweitern“, so Geschäftsführer Christian Hauptfleisch (v.l. Christian Hauptfleisch, Nicolas Voigt, Elke Bölz, Christian Kaiser).

GWW-Trend lädt nach Wiesbaden

Die Vorbereitungen zur GWW-TREND Herbst laufen auf Hochtouren: Der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW) lädt am Freitag, 22. September, von 9 bis 17 Uhr in das RMCC nach Wiesbaden. Der Veranstalter erwartet rund 150 Aussteller und mehr als 600 Besucher. Der 21. September steht ganz im Zeichen des Aufbaus der TREND Herbst und der ebenfalls stattfindenden GWW-Jahreshauptversammlung im Forum 1.1, nur wenige Meter von der Messehalle entfernt. Anschließend an Messeaufbau und Versammlung haben die TREND-Teilnehmerinnen und -Teilnehmer im Terrassensaal des RMCC die Gelegenheit, sich auf dem Get-together auszutauschen.

www.gww.de



GWW

Bald noch mehr grüner Strom bei Inspirion

Nachdem der Werbeartikelhersteller Inspirion GmbH bereits mit mehreren Projekten seinen ökologischen Fußabdruck verringert hat, startet nun die nächste Maßnahme: der Ausbau der eigenen Aufdach-Photovoltaikanlage. Diese wird um eine Dachfläche von 40.000 Quadratmeter erweitert. Auf diesen fast sechs Fußballfeldern sollen mehr als 12.000 Module mit einer Peakleistung von ungefähr fünf Megawatt eine durchschnittliche jährliche Stromproduktion von ca. 4,5 Millionen Kilowattstunden ermöglichen. Bei voller Leistung wird damit ein Vielfaches des Eigenbedarfs gedeckt. Der überschüssige „grüne“ Strom wird in das Stromnetz eingespeist und damit der CO₂-Ausstoß in der gesamten Region nachhaltig gesenkt. Das reiht sich in Maßnahmen ein, die in der Vergangenheit umgesetzt wurden, beispielsweise die weitestgehende Umstellung des Fuhrparks auf Elektroautos oder der Bau einer 60 Kilowatt Wärmepumpe.

www.inspiron.eu



Inspirion

Gold für Nachhaltigkeit bei cyber-Wear

Die cyber-Wear Heidelberg GmbH hat die renommierte Nachhaltigkeitszertifizierung von EcoVadis erhalten. Dabei erreichte cyber-Wear sogar die Goldmedaille, welche nur fünf Prozent der Unternehmen, die das EvoVadis-Programm durchlaufen, für sich beanspruchen können. Das Programm berücksichtigt nicht nur Themen wie Umwelt, sondern auch Arbeit und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung, die integraler Bestandteil der Zertifizierung sind. Zu diesen übergeordneten Themengruppen gibt es 21 Nachhaltigkeitskategorien, die das Unternehmen mit Gold abgeschlossen hat. Die Auszeichnung mit einer Medaille bedeutet jedoch nicht, dass ein Unternehmen in Sachen Nachhaltigkeit schon perfekt ist. Sie dient als Indikator für die Bemühungen der bewerteten Unternehmen, ihr Nachhaltigkeitsmanagement zu verbessern und damit ein positives Zeichen zu setzen. Indem Unternehmen eine Nachhaltigkeitszertifizierung anstreben, tragen sie dazu bei, den Nachhaltigkeitsgedanken dem Kunden näherzubringen und diesen wiederum dazu zu motivieren, sich auch für das Thema einzusetzen.

www.mycybergroup.com/de/home



cyber-Wear

Die Goldmedaille von EcoVadis konnten sich bislang nur fünf Prozent der beteiligten Unternehmen sichern.

Norman Cohn: Auszeichnung für sein Lebenswerk

Norman Cohn, Vorsitzender des Advertising Specialty Institute (ASI), wurde eine besondere Ehre zuteil: Im Rahmen der Verleihung der Counselor Awards anlässlich der ASI Show in Chicago wurde der mittlerweile 90-Jährige für sein Lebenswerk ausgezeichnet. Der „Lifetime Achievement Award“ ist Bestätigung und Anerkennung seiner 70-jährigen Branchentätigkeit. Cohn, dessen Familie 1962 das ASI erwarb, ist seit 1967 Vorsitzender. Von damals bis heute ist die Werbearbeitungsbranche in den USA um das 50-Fache gewachsen, von etwa 500 Millionen auf 25,5 Milliarden Dollar im letzten Jahr, so PPAI Media.

Norman Cohn



Norman Cohn erhielt für sein Lebenswerk den Lifetime Achievement Award.

Bild: © The Advertising Specialty Institute

Staffelstab in der Geschäftsführung übergeben

Mit Wirkung zum 1. August dieses Jahres hat Karin Tiemann die Geschäftsführung der BRUNNEN & EILERS Promotion Service – Spezialist für Werbekalender, Notizbücher und Schreibbedarf mit Vertriebsbüros in Bielefeld und Heilbronn – übernommen.

Sie tritt die Nachfolge von Andreas Helmsorig an, der seit 2005 als Geschäftsführer die Geschicke des Unternehmens erfolgreich verantwortet hat und nun in den verdienten Ruhestand gewechselt ist. Mit über drei Jahrzehnten erfolgreicher Tätigkeit als Führungskraft und Prokuristin in verschiedenen Leitungspositionen – zunächst bei Bertelsmann und später bei BRUNNEN & EILERS Promotion Service – verfügt Karin Tiemann über fundierte Kenntnisse in der Werbearbeitungsbranche sowie speziell im Werbekalendergeschäft. Mit ihrer Erfahrung im Vertrieb, in Organisation/IT, in der Produktion sowie im kaufmännischen Bereich wird sie neue Impulse für die weitere Entwicklung von BRUNNEN & EILERS Promotion Service setzen.

„Mit Karin Tiemann konnten wir eine exzellente Allrounderin für uns gewinnen, die den erfolgreichen Weg unseres Werbearbeitungsgeschäftes fortsetzen wird. Wir freuen uns sehr auf die weitere Zusammenarbeit. Andreas Helmsorig danken wir sehr herzlich für seinen jahrelangen großen und erfolgreichen Einsatz“, so die Gesellschafter Jan und Matthias Schneider. www.brunnenpromotion.com



BRUNNEN & EILERS Promotion Service

Karin Tiemann

Bartenbach Werbemittel verstärkt Geschäftsleitung

Jörg Grünewald ergänzt das bisherige Geschäftsführer-Duo von Bartenbach Werbemittel, Tobias Bartenbach und Ralf Stöckl. Grünewald ist seit 20 Jahren in der Werbemittel-Branche tätig und war zuletzt bei Global Brand Concepts als Mitglied der Geschäftsleitung für den dortigen Einkauf sowie Lager und

Logistik zuständig. Grünewald will Bartenbachs Full-Service-Konzept ausweiten und noch attraktiver für Großkunden machen. Dazu würden aktuell die Grundlagen geschaffen, so Grünewald. Eine der ersten Maßnahmen dazu ist ein Relaunch der eigenen Webseite und des Webshops von Bartenbach Werbemittel. Für seine Ziele kann Grünewald

auf das inzwischen gut 30-köpfige Team von Bartenbach Werbemittel zurückgreifen, das zeitgleich mit ihm noch um weitere Mitarbeitende verstärkt wurde. Mit Jörg Grünewald wechselten auch sein Bruder Chris Grünewald, Head of E-Commerce, und Beate Beck, Senior Project Manager, nach Mainz.

www.bartenbach-werbemittel.de

Das neue Geschäftsführer-Trio von Bartenbach Werbemittel (v. l. n. r.): Ralf Stöckl, Tobias Bartenbach, Jörg Grünewald.



Bartenbach Werbemittel

Erweiterte Ausgabe jetzt in Essen

Die Werbeartikelmesse NRW am 7. September steht vor der Tür. Die 2015 von S&P Werbeartikel gegründete Herbst-Veranstaltung für Industriekunden geht dieses Jahr neue Wege: Neben S&P Werbeartikel sind erstmals auch vertriebskick' und Blue Chili als Veranstalter dabei. Zudem zieht die Messe von Düsseldorf nach Essen in die Grugahalle um, die günstig liegt und mehr Fläche bietet.

Mit Klaus Baumhold und Stephan Lesniak stoßen 2023 zwei erfahrene Spezialisten zu den Gründern Carsten Lenz und Daniel Thywissen. „Mit unseren neuen Messe-Partnern verbindet uns seit einigen Jahren schon ein vertrauensvoller Austausch zu Marktentwicklungen und Best-Practice-Erfahrungen. Daher möchten wir unsere Kräfte künftig auch im Messebereich bündeln“, so Lenz. „Damit steigern wir die Attraktivität der Messe für die Besucher und insbesondere auch für unsere ausstellenden treuen Lieferantenpartner“, ergänzt Organisationsleiter Daniel Thywissen. www.werbeartikelmesse-nrw.de

Werbeartikelmesse NRW



Die Grugahalle Essen wird neue Heimat der Werbeartikelmesse NRW mit neuem Veranstalter-Team (v.l.): Matthias Janßen (Prokurist S&P Werbeartikel), Stephan Lesniak (Geschäftsführer Blue Chili), Daniel Thywissen (Organisationsleitung, Rhein Live), Carsten Lenz (Geschäftsführer S&P Werbeartikel), Klaus Baumhold (Geschäftsführer vertriebskick'), Sara Koch (Teamleitung Blue Chili).

Promotion Pets wird Teil der Nordmade GmbH

Die Promotion Pets GmbH aus Hamburg hat ihr gesamtes Spielwarengeschäft inklusive der Marke Promotion Pets zum 1. Juni 2023 offiziell als Teil der Nordmade GmbH, ebenfalls Hamburg, eingegliedert. Diese strategische Umstrukturierung geht mit der Übernahme der aktiven Geschäfte durch Jan Niemann und Andrea Rousselle einher, während der bisherige Geschäftsführer Jan Basjmeleh in die BNK Holding wechselt. Als eine Marke der Nordmade GmbH, dem Experten für Produktentwicklung, Produktion und Qualitätssicherung mit eigenem Einkaufsbüro in Hongkong und QC-System in ganz Asien, wird Promotion Pets – rückwirkend ab 1. Juni 2023 – fortbestehen. Dabei behält die Marke Promotion Pets ihren Kern und steht weiterhin für kreative und qualitativ hochwertige Whitelabel-Produktionen. Gleichzeitig wird das Portfolio kontinuierlich um nachhaltige Produkte, den Einsatz neuer Materialien und nachhaltiger Produktionsprozesse sowie diversifiziertere Produktionsstandorte erweitert.

„Dieser Übergang fühlt sich konsequent und richtig an: Wir können unseren Kunden nun gebündelt nahezu alle Dienstleistungen rund um den Handel, wie z. B. Design, Produktentwicklung, Qualitätssicherung sowie komplexe Beschaffungslösungen anbieten“, sagt der neue Geschäftsführer Jan Niemann. Gemeinsam mit Andrea Rousselle wird er die operativen Geschäfte der Nordmade GmbH leiten. Beide sind keine unbekanntes Gesichter innerhalb der Unternehmensgruppe. Jan Niemann ist seit Jahren als Partner der BNK Holding maßgeblich am Ausbau des Geschäfts beteiligt, während Andrea Rousselle bereits als Geschäftsführerin der Holding-Tochter Mea-Living GmbH tätig ist. Jan Basjmeleh, der bisherige Geschäftsführer der Promotion Pets GmbH, wird der Gruppe als Gesellschafter erhalten bleiben und neue Aufgaben in der BNK Holding übernehmen.

Über die BNK Holding: Die BNK Holding ist auf Mehrheitsbeteiligungen an Handelsunternehmen im Konsumgüterbereich spezialisiert. Die Eigentümer verfügen über jahrzehntelange Erfahrung im internationalen Warenhandel und setzen nach eigenen Angaben stets höchste Produkt- und Qualitätsstandards. Soziale und umweltgerechte Verantwortung haben in ihren Beteiligungen immer oberste Priorität, so BNK Holding.

www.nord-made.com



Promotion Pets

Jan Basjmeleh, Andrea Rousselle, Jan Niemann
(von links)

ipm | gruppe von BDA übernommen

Der US-amerikanische Werbeartikel-Distributor Bensussen Deutsch & Associates, LLC (BDA), Merchandise-Agentur bedeutender Marken wie der Major League Baseball, Johnson & Johnson, The Home Depot, NBC und Mercedes Benz, übernimmt mit der ipm-Gruppe einen der führenden Werbemittelhändler Deutschlands. Diese Akquisition gibt BDA die Möglichkeit, sein Programm an Merchandise-Lösungen noch besser in Europa und Deutschland anbieten zu können und seine globalen Möglichkeiten weiter auszubauen. Die ipm-Gruppe bedient mit ihrem Full Service Programm bereits europaweit Kunden und hat nun die Möglichkeit, mit über 50 BDA-Niederlassungen in Nordamerika und acht internationalen Büros ihr Leistungsspektrum ebenfalls globaler anzubieten.

„Die Ausweitung unserer kreativen, produktionstechnischen und logistischen Fähigkeiten in Deutschland werden durch ein führendes Unternehmen wie die ipm-Gruppe auf ein neues Niveau gehoben“, sagt Jay Deutsch, CEO und Gründer von BDA. „Die Verbindung aus unseren Bestandskunden und unserer tiefen Expertise Full-Service-Merchandise-Lösungen zu realisieren, wird Kunden in Deutschland und Europa eine großartige Wertschöpfung bieten. Als ich Peter und Tino das erste Mal getroffen habe, wussten wir sofort, dass diese Partnerschaft die Möglichkeiten für unsere Kunden bedeutend verändern würde.“

Die ipm-Gruppe mit Sitz in Kissing bei Augsburg und zwei weiteren Büros in Solingen und Bad Soden hat über 40 Mitarbeiter und wird von den Geschäftsführern Peter Beichel und Tino Gerstner geleitet. Das Unternehmen hat viele langjährige Kunden und angesehene Marken in ihrem Portfolio. „Sich mit einem starken USA-Partner wie BDA zusammenzutun, erschließt uns völlig neue Möglichkeiten in Deutschland und den USA“, sagt Peter Beichel. „Mit Jay und dem Team von BDA und deren ansteckender Energie und Erfahrung blicken wir auf eine großartige Zukunft für die gemeinsame Zusammenarbeit in Deutschland und Europa“, ergänzt Tino Gerstner. Mit der Auszeichnung „Top100 Innovator 2023“ im Deutschen Mittelstand

zeigt die ipm-Gruppe auch die Innovationskraft, die in diese Partnerschaft eingehen wird.

www.ipmgruppe.de • www.bdainc.com

ipm|gruppe

Adventskalender für den guten Zweck

Der Adventskalender Hersteller CD-Lux hat die Arbeit des SOS-Kinderdorf e.V. in München mit einer Spende von 6.912 Euro unterstützt. Im Rahmen der Aktion wurden ausgewählte Adventskalender mit einem Unterstützungsanteil angeboten. „Die Aktion war im Vorjahr so erfolgreich, dass sie auch 2023 wieder in Zusammenarbeit mit dem SOS Kinderdorf umgesetzt wird“, erzählt Geschäftsleiter Alexander Dirscherl dem PSI Journal. „Bei den Produkten ‚Adventskalender Lindt Lindor‘, ‚Adventskalender Kinder Happy Moments‘ sowie ‚Adventskalender Lindt Schokoladen-Herzen‘

ist auch dieses Jahr der Unterstützungsbeitrag von 0,25 Euro pro Kalender bereits inkludiert. Darüber hinaus haben Kunden jetzt auch ganzjährig die Möglichkeit, mit jedem unserer Produkte das SOS Kinderdorf zu fördern. Der Mehrbetrag wird dann mit dem Kaufpreis verrechnet und das Produkt mit dem Siegel der Aktion versehen“, erläutert Dirscherl und ergänzt: „In der vergangenen Saison wurden rund 30.000 Kalender zugunsten des SOS Kinderdorfs verkauft.“ www.cd-lux.de



Die beiden CD-Lux-Geschäftsführer Alexander (l.) und Dennis Dirscherl.

Zwilling verschärft Nachhaltigkeitsstrategie

Die Zwilling J.A. Henckels AG hat das Thema Nachhaltigkeit noch stärker im Unternehmen verankert. Insbesondere im Handlungsfeld Energieeffizienz und Umwelt hat das Unternehmen seine Nachhaltigkeitsziele präzisiert. Die neue, angepasste Nachhaltigkeitsstrategie wird im dritten Nachhaltigkeitsbericht erläutert: So sollen bis 2030 die CO₂-Emissionen für die eigenen Produktions- und Logistikstandorte im Vergleich zu 2021 um 42 Prozent reduziert werden. Im Handlungsfeld Nachhaltige Produkte hält Zwilling an dem Ziel fest, 100 Prozent des Produktportfolios bis 2030 CO₂-neutral zu gestalten. Damit will der Hersteller einen aktiven Beitrag zum Erreichen des 1,5-Grad-Ziels des Pariser Klimaabkommens leisten. Darüber hinaus zeigt Zwilling auf, wie mit der Finanzierung qualifizierter Kompensationsprojekte die Energiewende hin zu erneuerbaren Energien beschleunigt werden kann. Zwilling verzeichnet auf dem Weg zur geplanten CO₂-Reduktion bereits einen wichtigen Teilerfolg, denn das in der Nachhaltigkeitsstrategie formulierte Dekarbonisierungsziel wurde bereits zu 50 Prozent erreicht. Im Berichtsjahr hat Zwilling zudem seine Nachhaltigkeitsorganisation weiter ausgebaut und die fachliche Expertise gestärkt. In Vorbereitung auf das neue Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) wurde das Risikomanagement erweitert und die Risikoanalyse des Geschäftsbetriebs sowie der unmittelbaren Zulieferer gemäß LkSG vorzeitig abgeschlossen.

Bereits 1731 als Schutzmarke für Messer und Schneidwaren registriert, produziert und vertreibt Zwilling heute im In- und Ausland neben Schneidwaren, Kochgeschirr, Küchenhelfern und Bestecken auch elektrische Küchenkleingeräte und Vakuumsysteme. Der Werbeartikelbranche bietet Zwilling hochwertige Markenprodukte rund um Küche, Kochen und Lifestyle, die seit Jahrzehnten als Premium-Präsente und imagefördernde Werbebotschafter geschätzt werden. www.zwilling.com



Im Jahr 2022 hat das Unternehmen seine CO₂-Emissionen um 6.522 Tonnen im Vergleich zum Vorjahr reduziert.

Mehr als 70 Jahre bei JUNG

Die Süßwarenspezialisten für Werbezwecke JUNG since 1828 aus Ludwigsburg haben jüngst zwei langjährige Mitarbeitende in festlichem Rahmen in den Ruhestand verabschiedet. Margit Bayerdörfer und Joachim Roth hielten JUNG zusammen über 70 Jahre die Treue.

Margit Bayerdörfer, auch bekannt als „Muster-Heldin“, verabschiedet sich nach über 25 Jahren in den Ruhestand. Mit Joachim Roth wechselt eine weitere „treue und liebenswerte Persönlichkeit“ des JUNG-Teams nach langen 49 Jahren in den Ruhestand. Wie es in einer Mitteilung heißt, hatte er „seine“ Muster immer fest im Griff und stand stets mit Rat und Tat zur Seite. Roth begann als Jugendlicher in der Bonbonproduktion am damaligen Standort in Vaihingen/Enz. Von da an war er in diversen Funktionen tätig, vom Bonbonkocher über Sicherheitsfachkraft bis hin zum Produktions- und Teamleiter in der Bonbonproduktion. Zuletzt arbeitete er in der Lager- und Verpackungsabteilung und kümmerte sich um Arbeitssicherheit sowie die Gebäudeinstandhaltung.



JUNG since 1828 GmbH & Co KG

Die Geschäftsführer Dennis Dennig und Peter Neff sowie das gesamte JUNG-Team wünschen Margit Bayerdörfer und Joachim Roth für die Zukunft alles Gute und viel Spaß in ihrer hochverdienten Rente.

www.jung-europe.de

Geschäftsführer Dennis Dennig (links) sowie das gesamte JUNG-Team verabschiedeten ihre langjährigen Mitstreiter Margit Bayerdörfer und Joachim Roth mit einem kleinen Fest in den Ruhestand.

Neuer Gefu-Vertriebsexperte für die Werbeartikelbranche

Seit Juni ist Thomas Vogler als Vertriebsexperte für die professionelle Positionierung von Gefu in der Werbeartikelbranche verantwortlich. Vogler ist kein Unbekannter: Er vertritt mit seiner Handelsagentur Vogler bundesweit bereits andere Anbieter in diesem Bereich. „Mein Ziel ist es, die Marke Gefu, die bereits einen hervorragenden Namen im Fachhandel hat, auch im Bereich Werbeartikel- und Prämienmarkt zu etablieren“, so Vogler zu seiner neuen Aufgabe. Die Voraussetzungen dafür schätzt der Experte, der bereits seit über 20 Jahren in der Werbeartikelbranche tätig ist, als sehr gut ein. „Ob BBQ-Artikel, To-go-Produkte oder die hochwertige X-Plosion-Serie für alles rund ums Würzen – das Gefu-Sortiment bietet eine Vielzahl von Produkten, die sich ideal als Werbeartikel einsetzen lassen“, führt Vogler aus. Doch damit nicht genug: Dank der hauseigenen Graviermaschine können Gefu-Produkte auch personalisiert sowie mit Namen oder Logos veredelt werden – und das in kürzester Zeit.

Vogler ergänzt: „Werbeartikel sind längst keine Wegwerfartikel mehr. Unternehmen möchten ihren Kunden und Partnern einen echten Mehrwert bieten. Dabei spielt der Nachhaltigkeitsaspekt eine immer größere Rolle. Mit Gefu haben wir eine starke Marke, die für langlebige und qualitativ hochwertige Produkte steht. Das ist die optimale Basis, um die steigende Nachfrage im B2B-Sektor zu bedienen.“

Das sieht auch Daniel Schillheim, Verkaufsleiter Projekte, so und freut sich auf die Zusammenarbeit mit dem Profi: „Mit Thomas Vogler haben wir uns einen Fachmann ins Boot geholt, der sich in der Branche bestens auskennt und uns in diesem Bereich ein großes Stück voranbringen wird.“ www.gefu.com



Daniel Schillheim begrüßt Thomas Vogler als neuen Vertriebsexperten bei Gefu.

Karl Knauer setzt Brunnen in Eritrea in Stand

Bereits seit Jahrzehnten setzt der Verpackungs- und Werbemittelspezialist Karl Knauer im Rahmen eines umfassenden Nachhaltigkeitsmanagements alles daran, die CO₂-Emissionen bei der Produktion auf das absolute Minimum zu reduzieren. Darum wird beispielsweise der Standort in Biberach zu 100 Prozent mit Strom aus regenerativen Quellen, darunter firmeneigene Photovoltaik-Anlagen, versorgt.

Unvermeidliche Emissionen, die beispielsweise durch den Zukauf von Energie oder Fernwärme anfallen, werden ermittelt, erfasst und anschließend kompensiert. Dieser Ausgleich findet gemäß der Vorgaben der Klimainitiative des Bundesverbandes Druck und Medien (bvdm) nach dem besonders strengen „Gold Standard“ statt. Karl Knauer unterstützt hierfür aktuell ein Projekt in Eritrea, bei dem bereits existierende Brunnen wieder in Stand gesetzt werden und darf sich darum weiterhin als Mitglied der bvdm-Klimainitiative bezeichnen.

Ziel der von Karl Knauer geförderten Maßnahme ist es, die lokale Bevölkerung wieder mit sauberem Trinkwasser zu versorgen und so zu verhindern, dass Wasser vor der Verwendung abgekocht werden muss. Dies spart 122.000 Tonnen Feuerholz pro Jahr ein. „Uns ist es wichtig, Verantwortung für die Umwelt, aber vor allem auch für die Menschen zu übernehmen. Darum wählen wir für unsere Ausgleichsmaßnahmen Projekte aus, die sich nachweislich positiv auf die lokale Umwelt und die Lebensqualität der Bevölkerung vor Ort auswirken – und dies ist beim Brunnenprojekt in Eritrea der Fall“, begründet Stefanie Wieckenberg, geschäftsführende Gesellschafterin bei Karl Knauer, das Engagement von Karl Knauer. www.karlknauer.de

Karl Knauer KG

Stefanie Wieckenberg, geschäftsführende Gesellschafterin bei der Karl Knauer KG

Werbemittelmesse München mit weiterer Trägeragentur

Die Werbemittelmesse München – kurz wmm – findet am 17. Januar 2024 zum 25. Mal statt. Seit Jahren arbeitet die durch die Promo Event GmbH organisierte Veranstaltung mit den Trägern admixx GmbH, Holfelder GmbH, ipm Gruppe und der Hagemann Gruppe erfolgreich zusammen. Nun schließt sich der Trägergruppe mit der Company 4 Marketing Services GmbH eine weitere Werbemittelagentur an.

Die Company 4 Marketing Services GmbH ist seit 28 Jahren auf dem Markt und hat sich als kompetenter Werbearbeiter- und Fullservicepartner für renommierte Unternehmen etabliert. „Bisher waren wir immer auf uns alleine gestellt, haben aber festgestellt, dass die Zusammenarbeit mit anderen Werbemittelagenturen großen Nutzen mit sich bringt. Wir freuen uns sehr, künftig Teil dieser namhaften Veranstaltung werden zu dürfen“, sagt Inga Trautmann, Geschäftsführerin der Company 4.

Die Werbemittelmesse München erlebt 2024 ihr „Silbernes“. Dazu Michael Hagemann, Organisator der wmm seit 1999: „Wir denken uns für das 25-jährige Jubiläum der Werbemittelmesse München etwas Besonderes aus, um die langjährigen Partnerschaften mit vielen Ausstellern und auch Trägeragenturen Wert zu schätzen.“

2001 wurde eine eigene, nicht gewinnorientierte promo event GmbH auf Initiative von CD-Werbemittel und Hagemann gegründet, die für die Organisation der Messe verantwortlich ist. „Jedes Jahr unterstützen wir neue Start-ups, um innovativen Ideen ein schnelles Wachstum zu ermöglichen“, sagt Projektleiter Sebastian Pfaffensteller. Weitere Pluspunkte der Messe sind u.a. das im vergangenen Jahr implementierte Highlight-Areal, in dem sich die Besucher einen Überblick über die Neuheiten des Jahres verschaffen können. www.werbemittelmesse-muenchen.de



Die Vertreter der Trägeragenturen (v.l.): Christine Rüger (Company 4), Inga Trautmann (Company 4), Kathrin Glück (Holfelder), Ziyad Hayat (Hagemann-gruppe), Gebhard Buchert (admixx), Julia Borchers (Holfelder), Peter Beichel (ipm gruppe), Michael Hagemann (Promo Event).

Fare besucht Ortsverband des DKVB in Lindenberg

Der Schirmspezialist Fare hat im Kontext seiner Kampagne #SCHUTZschirmfürKINDER in Kooperation mit dem Deutschen Kinderschutzbund (DKBV) den Ortsverband in Lindenberg besucht. Dort wurde sowohl das Produkt „Fare 4Kids Skylight“, ein kindgerechter Stockschild, sowie der Automatik-Stockschild „Fare AC“ vorgestellt. Fare lädt andere Unternehmen dazu ein, sich dem Projekt anzuschließen: „Mitmachen kann jedes Unternehmen, das mindestens 96 bedruckte



Fare-Schirme mit Logo und Motiv bei einem Werbearbeitelhändler bestellt und dabei den Kinderschutzbund mit einem Mindestbetrag von 100 Euro unterstützt.“ Sobald ein Unternehmen seinem Werbearbeitelhändler das Signal gibt, Teil der Kampagne werden zu wollen, wird es vom Händler anhand einer Checkliste schnell durch den einfachen Prozess begleitet. Fare erhält über den Händler die Information, dass das Unternehmen gespendet hat – und schon ist das Unternehmen Teil der Kampagne. Jeder Schirm der Bestellung erhält am Hangtag einen zusätzlichen Aufkleber, der die Kampagne kurz beschreibt. Darüber hinaus kann das Unternehmen entscheiden, ob noch ein kostenloser Druck des Kampagnen-Logos auf dem Schließband gewünscht ist. Abschließend erhält das Unternehmen eine digitale Spenden-Urkunde, die offiziell die Unterstützung für eine kinderfreundlichere Gesellschaft bescheinigt. www.fare.de

In Lindenberg hat sich Fare, vertreten durch Dominik Dell, mit der Rockzipfelgruppe im Spielgruppenraum versammelt.

„Code of Conduct“ in Zusammenarbeit mit Lieferanten gelauncht



L-SHOP-TEAM

L-SHOP-TEAM übernimmt mehr Verantwortung und veröffentlicht einen „Code of Conduct“ in Zusammenarbeit mit Lieferanten. Parallel zur Unternehmensgröße wächst laut einer Mitteilung des Unternehmens auch die Verantwortung in Bezug auf branchenrelevante Verhaltensgrundsätze und Standards. Der Textil-Großhändler agiert inzwischen europaweit mit seinen Tochtergesellschaften in zwölf Ländern und orientiert sich mit seinem Code of Conduct an international etablierten Maßstäben.

Mit einer stabilen Mehrheit hat das Europäische Parlament in Brüssel für das EU-weite Lieferkettengesetz gestimmt. Damit gilt das in Deutschland bereits für Großunternehmen verabschiedete Gesetz zur Sorgfaltspflicht in der Lieferkette künftig auch für mittelständische Unternehmen, und zwar EU-weit. L-SHOP-TEAM begrüßt diesen Schritt.

Vor einigen Monaten hat der Online-Großhändler den firmeneigenen Code of Conduct veröffentlicht. Er basiert auf dem Verhaltenskodex des Gesamtverbandes der deutschen Textil- und Modeindustrie (textil+mode) und des Handelsverbandes Deutschland (HDE).

L-SHOP-TEAM hat sich freiwillig verpflichtet, nach diesem Verhaltenskodex zu agieren, der sein Handeln an international etablierten Maßstäben für Menschenrechte und Arbeitsnormen, Umweltverantwortung sowie ethische Geschäftspraktiken und Integrität ausrichtet. Der Online-Textil-Großhändler ist davon überzeugt, dass er nur gemeinsam mit seinen Mitarbeitern, Geschäftspartnern und Lieferanten etwas bewirken kann und bemüht sich ständig um Verbesserungen. „Für die von uns verursachten Auswirkungen verantwortlich gemacht und zur Rechenschaft gezogen zu werden, ist wichtig, wenn wir gleiche Ausgangsbedingungen schaffen und eine größtmögliche Hebelwirkung für Veränderungen erzielen wollen“, heißt es aus der Geschäftsführung des L-SHOP-TEAM. „Wir brauchen eine Gesetzgebung zur Sorgfaltspflicht im Bereich der Menschenrechte und der Umwelt.“ Der Code of Conduct ist auf der Unternehmens-Webseite zu finden unter: www.l-shop-team.de

Große Kulisse für die elasto-Kids

Kürzlich bot sich für elf „elasto-Kids“ die einmalige Chance, beim absoluten Highlight der Saisonvorbereitung, dem Heimspiel der Profis des 1. FC Nürnberg gegen den FC Arsenal London, vor beachtlicher Kulisse im Nürnberger Max-Morlock-Stadion einzulaufen.

Die Kinder, im Alter zwischen 6 und 10 Jahren, durften an der Hand ihrer Idole das Spielfeld betreten und die Atmosphäre hautnah miterleben. Der Kader des englischen Vizemeisters ist gespickt mit Nationalspielern wie Kai Havertz, Gabriel Jesus oder dem italienischen Europameister Jorginho.

Gemeinsam mit „Freunde fördern Fußball“, dem Förderverein des Club-Nachwuchsleistungszentrums, und der Nürnberger Fußball-Jugend engagiert sich elasto – renommierter und international etablierter Hersteller von Werbeartikeln mit Sitz in Sulzbach-Rosenberg – seit der Vereinsgründung vor zwei Jahren für die Unterstützung von jungen Kickern und ihrer Leidenschaft für den Fußball.

„Wir freuen uns sehr, den Kindern diese einzigartige Möglichkeit geboten zu haben“, sagte Marcus Sperber, Geschäftsführer von elasto. „Wir möchten junge Menschen inspirieren und ihre Leidenschaft für den Sport stärken und ihre Träume unterstützen. Wir hoffen, dass diese Erfahrung den Kindern noch lange in Erinnerung bleiben wird.“ www.elasto.de

Die „elasto-Kids“ hatten Spaß beim Einlaufen mit den großen Stars beim Testspiel zwischen dem 1. FC Nürnberg und dem FC Arsenal London.





GWW TREND

2023

Ausstellung | Get-together | Impulsgeber | Networking | Inspiration

22. September 2023
09.00 - 17.00 Uhr
RheinMain CongressCenter



- » Die Fachbesuchermesse des GWW
- » Besuch ausschließlich für Werbeartikelberater
- » Kostenfreier Eintritt
- » Ca. 150 Aussteller
- » Hochwertiges Catering
- » Gratis Parkplätze
- » Get-together am 21.09.2023



Tag der offenen Tür in Arnstadt

In Arnstadt hat die Jung since 1828 GmbH & Co. KG beim Tag der offenen Tür Besucherinnen und Besucher hinter die Kulissen ihres Werkes blicken lassen. Bei gemeinsamen Führungen mit den Geschäftsführern Dennis Dennig und Peter Neff ergatterten die Gäste spannende Einblicke in die Produktionsprozesse. So konnte hautnah erlebt werden, was hinter der



Fertigung von Werbeartikeln wie den beliebten Werbekarten steckt: Die Besucherinnen und Besucher lernten Interessantes über die einzelnen Produktionsschritte und erfuhren, welche vielfältige Möglichkeiten dank aktueller Technologien geboten werden. Als kleines Highlight wurden die Kunden zu Beginn der Führungen fotografiert. Diese Bilder wurden direkt für die Live-Produktion verwendet: Mit ein wenig Glück konnten die Kunden während der Führung durch das Werk die Produktion ihres eigenen XS-Adventkalenders und der persönlichen Werbekarte verfolgen.

www.jung-europe.de

T-Shirt-Spende für Schulkinder

In ihrer fortgesetzten Rolle als Befürworter und Unterstützer von Bildungsinitiativen hat die Tie Solution GmbH – international agierender Anbieter von Damen- und Herren-Accessoires in den Bereichen Merchandising, Corporate Identity und Mode und spezialisiert auf die Herstellung von Schals, Halstüchern, Winterschals, Mitzahs und Krawatten – dieses Jahr die Abschluss-T-Shirts für die Klasse 4a der Hermann-Franke-Schule in Gießen gespendet.

Die maßgeschneiderten T-Shirts wurden speziell für den Abschluss des Schuljahres von den Eltern entworfen. Die Kleidungsstücke symbolisieren den Zusammenhalt der Klasse und den erfolgreichen Abschluss der Grundschulzeit. „Wir glauben, dass solch eine Geste den Schülern hilft, ihren Erfolg zu feiern und zu würdigen“, so Antonio G. Sanchez, Geschäftsführer von Tie Solution. „Es ist immer schön, einen Beitrag zu solchen Initiativen zu leisten und wir hoffen, dass die Shirt-Spende den Abschied von der Grundschulzeit etwas versüßt.“ www.tiesolution.org • www.tiesolution.de



Die Schüler freuten sich über die T-Shirts zum Abschluss ihrer Grundschulzeit.

terminic zum achten Mal in Folge PSO zertifiziert



Zum achten Mal in Folge und damit seit 2009 ohne Unterbrechung wurde der Bremer Kalenderhersteller terminic im Mai auf Basis der ISO 12647 nach ProzessStandard Offsetdruck (PSO) für den anspruchsvollen Kartonagendruck auf 100er Raster zertifiziert.

Das PSO-Zertifikat bescheinigt terminic sowohl den hohen Qualitätsstandard als auch die Prozesssicherheit und Ergebnis Konstanz in der täglichen Arbeit für den Kunden. Vor 14 Jahren war terminic der erste reine Kalenderhersteller, der sich nach dem weltweit gültigen PSO zertifizieren lassen hat.

www.terminic.eu

Udo Eickelpasch vom Verband Druck und Medien Beratung GmbH (rechts außen) überreicht Geschäftsführer Huschke Rolla du Rosey, Betriebsleiter Michael Rügler und dem PSO-Team, bestehend aus Andreas Landgraf, Susanne Kaleschke, Sascha Praeger und Daniela Bergfeld (v.l.n.r.) das achte PSO-Zertifikat in Folge für terminic.

Messegelände Düsseldorf

9-11

JAN

24

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

Was 2024
das Business
anheizt und
den Markt im
Blick behält.

Das Treffen
der Branche.

Save the
date.

Keine Frage: Die PSI wird auch im kommenden Jahr wieder Leitmesse, Business-Plattform und Innovations-treiber. Nachhaltigkeit, Zukunftsfähigkeit, Kooperation und neues Denken in und für die Branche stehen weit oben auf der Agenda. Kurz gesagt, der Place-to-be mit den Themen der Zeit für die gesamte Werbearbeitwirtschaft. Kommen Sie vorbei und erleben Sie das Who und How der Branche live.

Die europäische Leitmesse
der Werbearbeitwirtschaft

PSI

Built by

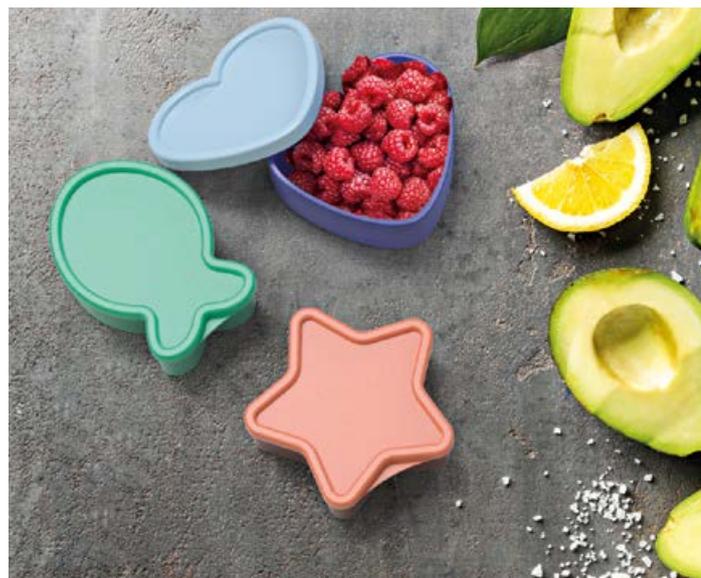
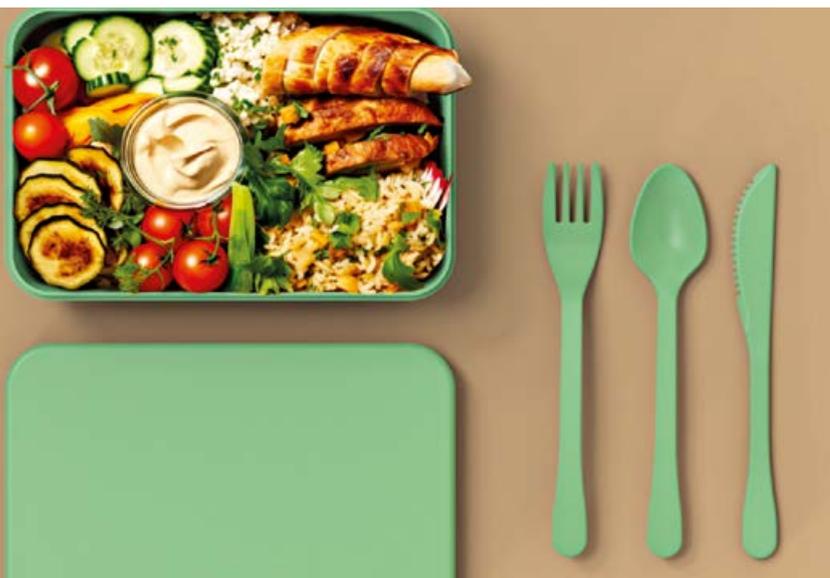
RX

In the business of
building businesses

Global Innovations Germany baut seine Nachhaltigkeitsstrategie aus und ist aktuell einen bedeutenden Schritt in Richtung Verwirklichung seiner Vision vorangekommen. Ein Firmenbereich konzentriert sich nun darauf, erdabbaubare Haushaltsprodukte ohne Rückstände von Mikroplastik zu entwickeln.

Innovatives Material exklusiv bei Global Innovations

Heimkompostierbar ohne Mikroplastik-Rückstände



Seit 2001 ist Global Innovations Germany ein weltweit tätiger Entwickler und Importeur mit Fokus auf individuellen Sonderanfertigungen, selbst entwickelten Patentprodukten sowie nachhaltigen Materialien und Konzepten. In den letzten Jahren ist der Anteil nachhaltiger Materialien bei der Entwicklung neuer Produkte gewachsen. Das innovative Material eröffnet nun eine neue Dimension der Nachhaltigkeit. „Wir freuen uns, dass wir mit unserem Partnerlieferanten gemeinsam ein Material entwickeln konnten, das die Anforderungen des Marktes genau trifft. Nach unserer Recherche ist der neuartige Biowerkstoff weltweit das erste Material, das ohne Rückstände von Mikroplastik heimkompostierbar und

gleichzeitig lebensmittelecht und spülmaschineneignet ist“, erklärt Geschäftsführer Torsten Münich.

Vielfältig und einzigartig nachhaltig

Bisher wurden bereits zahlreiche Gartenprodukte aus heimkompostierbaren Materialien entwickelt und vertrieben. Das brachte die Experten bei Global Innovations auf die Idee, nun auch Haushaltsartikel aus diesem neuartigen Material zu kreieren. Um das Produktportfolio in diesem Sinne zu erweitern, waren noch weitere Zertifizierungen nötig. Diese Hürde ist jetzt spielend genommen worden, entsprechend groß war die Freude über die LFGB-Zertifizierung sowie die Bestätigung der Spülmaschineneignung

vom TÜV. Diese Akkreditierung ermöglicht es Global Innovations, Produkte für den Haushaltsbereich mit Lebensmittelkontakt aus dem patentierten Material herzustellen. Inzwischen gibt es ein buntes Sortiment dieser nachhaltigen Artikel, darunter Besteck, Brotdosen, Kaffeebecher und Lunchboxen. Die Produktpalette wird von Tag zu Tag größer. Das Unternehmen verfügt über ein dynamisches Innovationsteam, das sich auf die Entwicklung von Produkten spezialisiert hat, die den individuellen Bedürfnissen der Kunden gerecht werden.

Option auch für Produzenten

Der heimkompostierbare Biowerkstoff ohne Rückstände von Mikroplastik wird weltweit exklusiv von Global Innovations vertrieben und das Produzentennetzwerk Schritt für Schritt weiter ausgebaut. Produktwünsche können bei Global Innovations angefragt werden. Alternativ können Produzenten das Material auch direkt bei dem Longuicher

Unternehmen beziehen und in ihren eigenen Anlagen verarbeiten. Um lange Transportwege zu vermeiden, gibt es eine Materialproduktion in Europa und eine in Asien. Wichtig für Produzenten: Das Material kann ohne Formänderung für nahezu jedes Produkt, das im Spritzgussverfahren hergestellt wird, verwendet werden.

Material mit vielen Vorzügen

Das macht das Material so besonders: Im Vergleich zur industriellen Kompostierung, bei der Temperaturen von etwa 60 °C erforderlich sind, kompostiert das Material im normalen Boden oder im Heimkompost. Je nach Kompostbeschaffenheit und Mikroorganismen-Population dauern solche Prozesse unterschiedlich lange. Dieses Verfahren ist insofern besonders nachhaltig, da keine Energie zugeführt werden muss und keine der nachweislich gefährlichen Mikroplastik-Partikel übrigbleiben. Erste Produkte, wie die Kaffee kapsel, haben vom TÜV Austria bereits das

Zertifikat „OK compost Home“ erhalten. Produkte aus dem Haushaltsbereich haben jedoch etwas dickere Wandstärken und werden daher nicht wie die Kaffee kapsel oder einige Pflanztöpfe innerhalb eines Jahres abgebaut. Daher sprechen wir hier von „erdabbaubaren Produkten“ oder „kompostierbar nach X Jahren“. Wissenswertes zu Kompostierbarkeit und Abbaubarkeit haben wir aus Angaben des TÜV Austria zusammengestellt, der (unter anderem) Zertifizierungen in diesem Bereich durchführt. <



Heimkompostierbar ohne Mikroplastik-Rückstände: Global Innovations bietet jetzt auch Haushaltsartikel aus seinem neuartigen, patentierten Material an.

Das ist der Unterschied zwischen „OK compost Industrial“ und „OK compost Home“

Produkte, die ausschließlich OK compost Industrial zertifiziert sind, können nur in industriellen Kompostierungsanlagen (bei Temperaturen zwischen 55 und 60°) kompostiert werden. Daher dürfen sie nicht in den Gartenkompost gelangen. OK compost Home bezieht sich auf Produkte, die auch bei niedrigen Temperaturen kompostiert werden können, sodass diese auch im eigenen Garten im Komposthaufen entsorgt werden können.

Das ist der Unterschied zwischen „biologisch abbaubar“ und „kompostierbar“

Die Begriffe „biologisch abbaubar“ und „kompostierbar“ werden oft vermischt, haben aber nicht dieselbe Bedeutung. Ein biologisch abbaubares Produkt kann durch Mikroorganismen abgebaut werden. Dies bedeutet jedoch nicht zwangsläufig, dass es im Kompost gut umgewandelt werden kann. Biologische Abbaubarkeit und Kompostierbarkeit hängen stark von der jeweiligen Umgebung ab, in der das Produkt abgebaut wird. Da jede Umgebung – Kompost, Boden, Wasser etc. – unterschiedliche Temperaturen und Mikroorganismen aufweist, kann die Dauer des biologischen Abbauprozesses variieren. Beispielsweise sind Biokunststoffe, die in einer industriellen Kompostierungsanlage biologisch abbaubar sind (die höchste Form der Umgebung), nicht immer im Wasser oder Boden oder einem Komposthaufen im hauseigenen Garten (aufgrund der niedrigen Temperaturen) biologisch abbaubar.

Im vergangenen Jahr beging die Abraham Dürninger & Co GmbH ihr 275-jähriges Bestehen. Das Unternehmen, das seit 30 Jahren Mitglied im PSI Netzwerk ist, hat sich stetig und erfolgreich auf der Basis von Tradition und Innovation zu einem international agierenden Textildruckbetrieb modernen Zuschnitts entwickelt.

Neben Textildruck jetzt auch Stick

Vom Leinwanddrucker zum Global Player



2020 zog das Unternehmen in eine neue Produktionshalle um, die auf Energie- und Ressourcen-Nachnutzung ausgelegt ist.



elten kann ein Unternehmen auf eine derart lange und kontinuierliche Geschichte zurückblicken: Die Anfänge von Dürninger reichen bis ins Jahr 1747 zurück, als das Unternehmen in Herrnhut gegründet wurde. Bereits ab 1750 betrieb es eine eigene Bleiche und Druckerei, die sich auf den damals beliebten Blaudruck spezialisierten. Der Firmengründer Abraham Dürninger (1706-1773) stammte aus Straßburg und war eine bedeutende Persönlichkeit im Wirtschaftsgeschehen seiner Zeit.

Bedeutende Geschichte

Im Laufe der Zeit entwickelte sich Dürninger zu einem der führenden Handelshäuser für Leinen und Stoffe in Europa. Um 1810 beschäftigte das Unternehmen rund 12.000 Spinner und 2.000 Weber. In der zweiten Hälfte des 19.

Jahrhunderts baute Dürninger große industrielle Webereien, Bleichereien, Ausrüstungen und Färbereien auf.

Einschnitt 2. Weltkrieg

Im Jahr 1945 wurde der Hauptbetrieb in Herrnhut zu 80 Prozent zerstört und alle schlesischen Betriebe gingen verloren. Dennoch überstand das Unternehmen als Privatbetrieb den Sozialismus in der DDR und spezialisierte sich auf Weberei und Textildruck, insbesondere im Bereich des Tischdrucks mittels Siebdruck.

Etablierung nach der „Wende“

Im Jahr 1991, zwei Jahre nach der „Wende“, erfolgte die Umwandlung von Dürninger in eine GmbH. Es wurde eine moderne Lohnweberei aufgebaut und der Siebdruck für

Werbeartikelhändler angeboten. Im Jahr 2005 installierte das Unternehmen seine erste Kornit-Digitaldruckmaschine und machte damit als erster deutscher Anwender dieser Direktdrucktechnik in der Textilveredelung einen bedeutsamen Schritt nach vorne. Das Unternehmen etablierte sich mit wachsendem Erfolg in diesem Geschäftsfeld und vergrößerte nach und nach seine Produktionskapazitäten. 2008 erhielt Dürninger den Großen Preis des Mittelstandes.

Erweiterungen im Jahrestakt

Im Jahr 2017 wurden mit insgesamt sieben Siebdruckmaschinen und zwei Kornit-Druckern täglich bis zu 25.000 Teile bedruckt. 2020 dann zog das Unternehmen in eine neue Produktionshalle um, die auf Energie- und Ressourcen-Nachnutzung ausgelegt ist. Im Jahr 2021 erhielt Dürninger erstmals die GOTS (Global Organic Trade Standard)-Zertifizierung. Ein Jahr später bereits stieg das Unternehmen in die DTF-Technologie ein, erweiterte seine Produktion um eine weitere Kornit-Digitaldruckmaschine und feierte sein 275-jähriges Bestehen.

Entwicklung zum Vollsortiment-Anbieter

Im aktuellen Jahr nun, dem Jahr der 30-jährigen Mitgliedschaft im PSI Netzwerk, erfolgte der Einstieg in den Bereich Stickerei mit dem Kauf von Vier- und Einkopfmaschinen, der Schaffung entsprechender Räumlichkeiten, der Einstellung weiterer Mitarbeiter (u.a. einer Stickerin mit 20-jähriger Berufserfahrung) und der Schulung bestehenden Personals. Durch langjährige Erfahrung in der Zusammenarbeit mit örtlichen Stickereien als Dienstleister konnte das Unternehmen bereits umfassende Expertise im Stickbereich sammeln. „Mit der Erweiterung des Geschäftsfeldes zum Vollsortiment-Anbieter, der Siebdruck, Digitaldruck, Flex, Transfer, DTF und nun auch Stick anbietet, sieht Dürninger einen Zukunftsmarkt gerade in der Kombination von Stickerei und Workwear“, erklärt Vertriebsdirektor Roland Lensing. „Der gesamte Betrieb ist GOTS-zertifiziert, einschließlich der Stickerei, was eine Besonderheit darstellt. Die meisten Stickereien in der Region sind mittlerweile verschwunden, aber wir hauchen dieser alten Tradition in der Oberlausitz wieder Leben ein“, so Lensing weiter.

Engagement für Umwelt- und Klimaschutz

Das Unternehmen beschäftigt derzeit 45 Mitarbeiter und engagiert sich in der Initiative „Sächsische Umweltallianz“ des Sächsischen Staatsministeriums für Energie, Klimaschutz, Umwelt und Landwirtschaft. Dürninger führt eine naturnahe Bewirtschaftung des Betriebsgeländes durch und hat bereits seit 2012 Initiativen zur Aufforstung und Bienenförderung gestartet.



Neu im Angebotspektrum von Textildruckspezialist Dürninger: Qualitätsstick mal Vier.

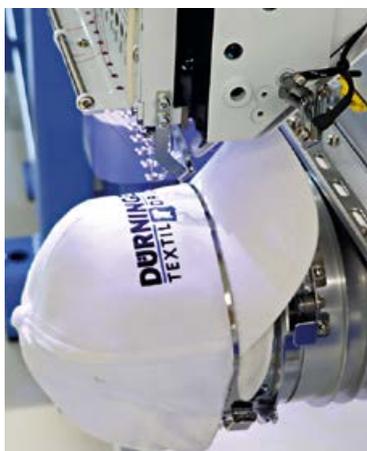


Positionierung im Stickrahmen.

Das Motiv wird gestickt.



Stickerin bei der Arbeit.



Auch Caps lassen sich präzise und ausdrucksstark besticken.



Ergebnisse, die sich sehen lassen können: bestickte Polohemden.



Drei Jahre mussten die Fans des Pritschens und Baggerns warten. Am 17. Juni 2023 war es dann wieder soweit: Zum neunten Mal hatte die Cybergroup zum BeachCup nach Ketsch geladen – 30 Teams aus dem In- und Ausland waren gekommen. Ein Networking-Event der sportlichen Art bei sommerlich-sonnigem Wetter und bester Stimmung.

Cybergroup BeachCup 2023

Sun, Fun und smashing Branchenstars

Dass sich die Werbeartikelwirtschaft auf Netzwerken versteht, unterstrich sie an diesem Sommertag auf ganz vielfältige Weise. Auf den Beach-Feldern liefen die Teams von den Morgen- bis in die Nachmittagsstunden zu sportlichen Höchstleistungen auf und präsentierten an den Netzen in den vier Arenen ihre Beachvolleyballkünste. Und auch abseits der sandigen Sportstätten wurde entspannt, locker und ausgiebig genetzt.

Großes Sportspektakel

Doch der Reihe nach: Einer internationalen Sportveranstaltung würdig durften die Titelverteidiger, die „Smashing Bankers“ von der Volksbank Kurpfalz, mit ihrem Siegerpokal von 2019 als erste in die Arena einlaufen. Die anderen Teams folgten – frenetisch begrüßt von den cyber-Cheerleaders und dem Publikum. Vom DJ Tower aus sorgte DJ la Dous über das gesamte Turnier hinweg für entsprechende musikalische Begleitung, moderierend unterstützt von Kevin Gerwin. Die einzelnen Partien der Gruppenphase wurden innerhalb eines jeweils vorgegebenen Zeitrahmens absolviert, die erzielten Punkte addiert. So kämpften sich peu à peu vier Teams bis in die Vorrundrunde. Ins „kleine“ Finale schafften es das Prodir-Team und die „Bärenbande“ von Magna sweets, die sich letzt-

lich den dritten Platz sicherten. Strahlender sportlicher Sieger des Tages war das Team „Atlantis Fioi“ von Master Italia. Die Headware-Spezialisten aus San Donà di Piave, 50 Kilometer entfernt von Venedig, hatten durch alle Partien hindurch eine überzeugende Leistung geboten und gingen deshalb favorisiert ins Endspiel gegen die „Mahlwerk Chiggers“. Das Finale wurde dann erstmals über die volle Distanz von zwei Gewinnsätzen ausgetragen. Diese gingen an „Atlantis Fioi“, die direkt im Anschluss schon einmal den Siegerpokal in die Höhe recken durften.

Chilliges Rahmenprogramm

Neben spannenden Matches in den Arenen wurde dem Publikum auch abseits einiges geboten. Während sich die kleinen BeachCup-Fans auf der Hüpfburg austobten und beim Kinderschminken jede Menge Spaß hatten, konnten sich die Größeren beim Basketball Shoot versuchen, bei dem zwei Personen gleichzeitig Basketballbälle in die Körbe werfen können. Zudem gab es einen stark frequentierten Tischkicker. Und wer die beanspruchten Muskeln durchkneten lassen wollte, konnte eine Massage in Anspruch nehmen. Ebenfalls guten Zuspruch fanden die aufgestellten Wasserbassins, die den einen oder die andere zu einem Sprung ins erfrischende Nass animierte. Auch kulinarisch kamen alle auf ihre Kosten – ob bei gegrillten Köst-



Ausgewogenes Verhältnis von sportlichem Einsatz und Entspannung im kühlen Nass.

Mitte links: Nach drei Jahren Pause eröffnete Steven Baumgaertner, CEO von cyber-Wear, den neunten Cybergroup BeachCup.

Links: Strahlender sportlicher Sieger des Tages war das Team „Atlantis Fioi“ von Master Italia.

lichkeiten, Eis aus dem Eiswagen oder Gebackenem aus dem reichhaltigen Kuchenangebot und natürlich gut gekühlten Getränken.

Stimmungsvolle Players Night

Den feierlichen Abschluss bildete die Players Night im Bootshaus, bei der noch einmal ganz offiziell die Siegerehrung stattfand. Und dann durften alle Partypeople richtig aufdrehen. „Was für ein grandioser Tag! 13 Stunden Sonne pur und 30 Teams aus ganz Europa. Wer hätte das nach drei Jahren gedacht. Vielen Dank an das gesamte Team und unsere Gäste“, lautete entsprechend das Resümee eines glücklichen und zufriedenen Steven Baumgaertner, CEO von cyber-Wear. Nicht nur er wird den Cybergroup BeachCup 2023 in bester Erinnerung behalten. Wie aus San Donà di Piave zu hören war, wurde „Atlantis Fioi“ von den Kolleginnen und Kollegen zuhause begeistert empfangen und gefeiert. <

Alle Fotos: © Christoph Luthe / cyber-Wear

Diese 30 Teams waren am 17. Juni beim Cybergroup BeachCup 2023 am Start:

in alphabetischer Reihenfolge

Unternehmen	Teamname
AGIQON GmbH	A-Team
cyber-Wear 1	cyber-Beaches
cyber-Wear 2	cyber-Troopers
Fare 1	The Magic Windfighters
Fare 2	The Stormmasters
Goldstar & Friends	Goldstar & Friends
Halfar	Halfar Vikings
Handstich	UFS UNITED FASHION SQUADS
Inspirion	Sandkastenfreunde
Kalfany SüBe Werbung	Candy Dealer
Langenberg & GWW	Die Langenbergs
Magna Sweets	Bärenbande
Mahlwerck	Mahlwerck-Chiggers
Master Italia	ATLANTIS FIOI
Midocean	midocean Sunrisers
Polyclean	POLYROBICS
prodir	Prodir-Team
PSI	PSI Tigers
Reflects 1	REFLECTS Pirates
Reflects 2	REFLECTS Party Pirates
RICHARTZ	Steel Blades 1900
Ritter Pen	Ritter Blockers
Samsonite	Schlechtschmetterfront
Senator	Kings & Queens
Spranz	Metmaxx MegaMen
Stickerei Seifert	The Embroider of the Galaxy
Volksbank Kurpfalz	Smashing Bankers
Welp Druck	Beach Lions
Welp Druck	Welp Gladiators
Xindao/micx-media	Die Baggerparade



Über Geschmack lässt sich trefflich streiten. Wenn es allerdings um Zungenschmeichler wie die folgenden geht, dürfte **in Geschmacksfragen leckere Einigkeit** herrschen. Und süße Produkte werben zudem multisensorisch.



PSI 43892
 Römer Wein und Sekt GmbH - Römer Präsente
 Tel +49 6541 81290
 info@roemer-praesente.de
 www.roemer-praesente.de



Schokoladige Aufmerksamkeit

Egal ob als Geschenk für die Liebsten oder als besondere Aufmerksamkeit für Geschäftspartner – dieses Geschenkset von Römer Präsente wird allen Naschkatzen garantiert Freude bereiten. Die Rominox Mini-Servierplatte Presenta (Durchmesser cirka 15 cm) ist eine hochwertige Platte aus Akazienholz und verfügt über einen stabilen Standfuß und ein modernes, zeitloses Design. Sie eignet sich ideal zur dekorativen Präsentation von süßen oder herzhaften Kleinigkeiten wie Pralinen, Obst oder Käsecken. Das Set enthält zur ersten Bestückung zudem eine Packung Lindt Mini-Pralines mit 20 exquisiten Pralinen. Die Pralinen sind mit feinsten Schokolade umhüllt und bieten eine Vielfalt an unwiderstehlichen Füllungen. Um das Geschenkset stilvoll zu präsentieren, wird es in einer schwarzen Geschenktüte geliefert – bereit zur Übergabe.



24 Tage Nachhaltigkeit

Noch nachhaltiger als bisher präsentiert sich JUNG jetzt seinen Kunden. Neue Adventskalender mit zwei Arten von Papierblister zählen zu den Highlights: ökologische Papierblister aus 100 Prozent Karton oder auch durch Druck geformte umweltschonende Papierblister. Für die Herstellung wird recyceltes Altpapier genutzt. Nicht nur die Blister sind umweltschonend, sondern auch die Füllgüter. Adventskalender gibt es zum Beispiel auch mit RETTERGUT-Täfelchen. Die Entsorgung der Blister ist nachhaltig, einfach und im Handumdrehen erledigt. Sie werden in die Altpapier-Tonne geworfen, wiederverwendet und zu neuem Papier verarbeitet. Alle umweltfreundlichen Adventskalender können durch einen 4c-Digitaldruck personalisiert werden.



PSI 41545 • JUNG since 1828 GmbH & Co. KG
 Tel +49 7141 64350
 jung-media@jung-europe.de
 www.jung-europe.de



Eco-Edition

Der Umwelt zuliebe:
 Über 50 Modelle aus
 100% recycelten
 PET-Flaschen.



Neu: jetzt auch
 15 cm Modelle!



- Über 600 Modelle im Sortiment
- Jährliche Neuheiten
- Veredelungen
- PremiumEdition

Sonderanfertigungen
 nach Kundenwunsch



TRIGON Deutschland GmbH
 Kränkelsweg 28 • D - 41748 Viersen
 Tel. 02162 - 53008-0 • Fax - 53008-20
 E-mail: info@semo.de • www.semo.de

PSI 49982
Edition Michael Fischer GmbH – EMF Verlag
Tel. +49 89 21231744
tatjana.bleiler@emf-verlag.de
www.emf-verlag.de

Kuchenklassiker in vielen Variationen

Von Streuselkuchen bis Schwarzwälder Kirschtorte – in diesem Buch finden Leser alles, was das begeisterte Kuchenherz höherschlagen lässt. Es bringt zudem die Marke oder das werbende Unternehmen mit Inhalten des EMF-Verlags (Edition Michael Fischer) bei der Kundschaft positiv ins Gespräch. Hierzu erstellt das Team von EMF ein perfekt auf den Kunden zugeschnittenes Produkt – vom hochwertigen Hardcover bis zum günstigen Streuartikel sind viele Ausstattungsmöglichkeiten denkbar. Auch Inhalt und Design werden an Wünsche und Vorstellungen der Besteller angepasst.



Schokogenuss ohne Reue

Schokolade und Süßes genießen und dabei fit und gesund bleiben? Wie das geht, zeigt emco Bautechnik mit seinen umweltfreundlichen Fußmatten, die mit einem individuellen Schokoladendesign gestaltet werden. Mit einem eigenen Motiv bedruckt und Kundenlogo personalisiert sind emco Logomatten die optimale Lösung für Naschkatzen. Die aus nachhaltigem ECONYL® Garn gefertigten Matten können bei Verschmutzung einfach in der Waschmaschine gewaschen werden. Sonderanfertigung können problemlos ab einem Stück umgesetzt werden.

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



Süßes Topping für Schreibgeräte

Schreiben macht gleich doppelt Spaß, wenn eine leckere Süßigkeit den Pen krönt. Das ist ein Markenzeichen des polnischen Herstellers DreamPen. Der Clip kann in jeder möglichen Form, also auch als Candy oder Keks, hergestellt werden und macht ihn so zum originellen Eyecatcher und universal einsetzbaren Werbetoöl. Die Stifte des osteuropäischen Spezialisten werden damit zur guten Wahl, wenn das eigene Unternehmen oder jegliche Art von Kampagnen auf einzigartige Weise beworben werden sollen.

PSI 45720 • DreamPen Producer of ballpens
Tel +48 68 4772232 • sales@dreampen.com
www.dreampen.com • www.clip4you.com

reinpapier[®]
by DE-PACK

Adventskalender mit köstlichen Füllvarianten



 Süße
Werbung

 Klimaneutral
Standart
ClimatePartner.com/16894-2111-1002

www.suesse-werbung.de

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



Zuckersüß ins Jahr 2024

Farbgewaltig und vielleicht auch ein wenig kalorienreich überzeugen die zwölf zuckersüßen Motive in Sucré von der magischen Anziehungskraft der Desserts. Wiedergegeben werden die Motive im neuen Kalender aus dem Ackermann Kunstverlag. Ansprechend in warme Farben getaucht und bildgewaltig inszeniert wurden Köstlichkeiten so appetitlich in Szene gesetzt, dass einem direkt das Wasser im Munde zusammenläuft. Ein Augenschmaus für Gourmets mit süßem Zahn. Wie alle Ackermann Kalender wird auch dieser in Deutschland produziert und in Kooperation mit NatureOffice klimaneutral auf Papier aus nachhaltiger Forstwirtschaft gedruckt. Werbeeindrücke sind bereits ab 50 Stück möglich.

Schmeichelnde Düfte

Das elegante Aussehen der Diffusoren von DreamPen Invame macht sie zu einer perfekten Ergänzung für jeden Raum, sei es zu Hause, im Büro oder im Studio. Darüber hinaus bietet der Hersteller die Möglichkeit, Diffusoren mit dem eigenen, einzigartigen Design des Kunden zu versehen. DreamPen hat jetzt eine völlig neue Produktlinie für seine Marke Invame eingeführt. Es sind innovative Duftdiffusoren für ein multisensorisches Erlebnis, das den Benutzern ein entspannendes und beruhigendes Dufterlebnis verschafft. Die Diffusoren können vollflächig bedruckt werden, was sie – begleitend zu süßen Gaumenschmeichlern – zu einer aparten Werbegabe für jeden Anlass macht.

PSI 45720
DreamPen – Invame Car perfumes producer
Tel +48 68 4772232 • invame@invame.eu
www.invame.eu



PSI 47460 • B&B Promotions Sweets
Tel +48 22 7246165
office@promotionalsweets.pl
www.promotionalsweets.pl



Schoko mit Topping

Das Moon Set von B&B Promotions Sweets ist eine luxuriöse Schokoladenbox, die vier quadratische Milchsokoladen mit 44 Prozent Kakaoanteil enthält. Diese sind mit verschiedenen gefriergetrockneten Früchten, Nüssen und Streuseln dekoriert. Jedes Set enthält vier verschiedene Arten von Dekorationen – eine Mischung aus den derzeit verfügbaren Toppings. Die Bodenschachtel kann auf drei Arten beschriftet werden und ist mit einem eleganten Satinband in einer der vielen verfügbaren Farben verziert.

Handlich süße Minitüten

Werbung und Naschvergnügen in einem Produkt bieten die schokolierten Früchte und Nüsse von DelikatessenWinkel. Die 40 bis 70 Gramm schweren Beutel eignen sich ideal als kulinarische Werbebotschafter auf Messe-, Kunden- oder Mitarbeiterveranstaltungen. Auf Wunsch können die Etiketten der kleinen Leckereien schon ab 30 Stück je Sorte mit dem eigenen Logo oder auch komplett individuell gestaltet werden. Aktuell können Kunden aus zwölf verschiedenen Sorten wählen. Die passende Schokolade ist nicht dabei? Der Anbieter ist auch für Sonderabfüllungen nach Wunsch offen.

PSI 60589 • DelikatessenWinkel
Tel +49 711 360823100
info@delikatessenwinkel.de
www.delikatessenwinkel.de



– Anzeige –

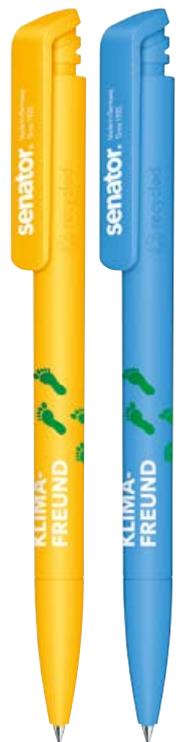


SENATOR® TRENTO RECYCLED

CLEVERER KLIMA-FREUND.

Nachhaltigkeit im ganzheitlichen Zusammenspiel von Material, Produktion und Langlebigkeit: Trento nutzt Recycling-Material, wenige Bauteile und eine klimaneutrale Produktion in Deutschland.

- Hergestellt aus recyceltem Material aus Deutschland.
- Produziert am eigenen klimaneutralen Standort in Hessen.
- Mit langlebiger senator® magic flow G2 Mine.
- Unser Minenversprechen: bis zu 5 Jahre Schreibleistung, bis zu 5 km Schreibleänge.
- Kostenlose Ersatzmine unter: minen.senator.com



Klimaneutral
Produkt
ClimatePartner.com/13772-1910-1001



Trento Matt Recycled

senator®
Made in Germany. Since 1920.

www.senator.com



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

Keine Lust auf eine lahme Leitung?

Dann her mit dem süßen Energieschub vom Zuckerbäcker. So einprägsam und so lecker präsentiert sich der Kindheitsklassiker in Form von Schleckpulverstangen, der nun auch als Werbemailingkarte bei Der Zuckerbäcker erhältlich ist. Als kleiner Muntermacher für zwischendurch, zum Aufladen der Energiereserve oder einfach so. Die Konfektionierung erfolgt komplett von Hand und ermöglicht dadurch eine individuelle, vollflächige Bedruckung bereits ab nur 250 Stück. Durch die lange Haltbarkeit von 24 Monaten bleiben Werbetreibende absolut flexibel und können die süßen Energie-Booster sogar für mehrere Aktionen einsetzen.



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

Durchblick bei Nuss und Co.

Ab sofort sind die leckeren Trockenfrüchte und Nüsse aus dem Angebot der Henosa-Plantanas Group mit oder ohne Schokolade auch im praktischen Glas mit Korkverschluss lieferbar. Schon ab 100 Stück können Kunden dieses Werbemittel mit einem individuellen Etikett bestellen und auch die Sorte frei wählen. Damit erhält der kleine Snack zwischendurch einen sauberen und zugleich dekorativen Platz auf dem Schreibtisch oder im Konferenzsaal.

reeves.

BY REFLECTS



Die Kugel hat es in sich

Heiße Schokolade im Promo-Würfel ist das neue Angebot aus dem Hause Kalfany Süße Werbung. Die leckere Schokokugel aus Vollmilchschokolade eignet sich hervorragend zur Herstellung eines leckeren Schokogetränks. Dazu einfach die Kugel in eine Tasse geben und mit heißer Milch oder einer Milchalternative aufgießen, umrühren und genießen. Das Besondere dabei: Die Schokokugel ist gefüllt mit getrockneten Marshmallows. Wer kann da widerstehen? Der Promo-Würfel mit Sternausstanze an zwei Seiten lässt außerdem genügend Platz für die ganz persönliche Werbebotschaft.



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

Eine helle Freude!

Die wiederaufladbare
Tischlampe REEVES-AMLINO



Ob in Innen- oder Außengastronomie, auf dem Balkon oder im Wohnzimmer, die **LED-Tischleuchte 53002 REEVES-AMLINO** in Silber/Weiß oder Schwarz/Weiß schafft besonders in den Abendstunden eine gemütliche Atmosphäre mit warmer, weißer Beleuchtung. Die transportable Lampe mit den Maßen von etwa 12 x 26,3 cm (DM x H) ist aus Aluminium und Kunststoff gefertigt. Die Lampe wird per Touch-Punkt an der Stange an- und ausgeschaltet und **dreifach gedimmt**. Sie hat bei geringster Helligkeit eine **Laufzeit von bis zu 75 Stunden**. Die Leuchte wird mittels USB-C-Anschluss und mitgeliefertem Kabel aufgeladen, die Ladeanzeige verrät den Ladestatus. Die Innen- und Außenleuchte ist **IP54 spritzwassergeschützt**. Eine hochwertige Röhrenverpackung ist inklusive.



In diesem Jahr begeht die Kalfany Süße Werbung ihr 75-jähriges Bestehen. Längst besitzt das Unternehmen ein großes internationales Renommee als Süßwarenlieferant und reüssiert als Hersteller des Fruchtgummi-Sortiments der „Bären Company“. Wir waren für Sie an der Produktionsstätte in Herbolzheim vor Ort.

75 Jahre gelebte Bonbon-Geschichte bei Kalfany Süße Werbung

Wo die süßen Bären wohnen



Wo die süßen Bären entstehen und von wo aus sie ihre werbebärenstarken Reisen antreten, dort waren wir zu Gast und konnten uns von der professionellen Fertigung und dem verführerischen Geschmack dieser Süßwaren überzeugen. Die Heimat dieser „Bären Company“ ist Herbolzheim, Hauptsitz der Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG und Produktionsstandort des Fruchtgummisortiments.

Süße Angebotsvielfalt

Bären sind keine Problemtiere (im Gegensatz zu manchen Politikern, die uns dies weismachen wollen). Und schon gar nicht diese völlig harmlosen klitzekleinen, die zudem noch besonders schmackhaft sind. Eingebunden in die Angebotsvielfalt des Jubiläumsunternehmens spielen sie eine besondere Rolle. Doch bevor wir uns dem Sortiment und der Herstellung der „Bären Company“ widmen, lassen wir die Reise durch 75 süße Jahre erst einmal Revue passieren.

Bonbons aus der Baracke

1948 gründeten Karl und Franziska Berger das Unternehmen unter dem Namen „Berger-Bonbons“. Doch aufgrund einer Namensgleichheit wurde der Firmenname zu „Kalfany“ – einer Kombination aus Karl und dem Spitznamen seiner Ehefrau „Fanny“. Die Produktion von Bonbons begann in einer Baracke mit 90 Quadratmetern Fläche. Ab 1952 wurde der Schritt zur industriellen Produktion vollzogen und eine neue Produktionsstätte in München-Allach erworben. Mit den „Heilkräuter Brustkaramellen“ wur-

de die erste Marke geschaffen und der Vertrieb im Inland ausgebaut. Dabei konnte die Kapazität kontinuierlich gesteigert und die Produktion auf bis zu 70 verschiedene Sorten Bonbons ausgeweitet werden.

Durchbruch mit Bonbons in Dosen

Der Durchbruch gelang 1968 mit der Einführung von Bonbons in Dosen – eine echte Marktnische. Kalfany war Vorreiter in Deutschland und schuf ein neues Marktsegment. Die Bonbons fanden schnell ihren Platz in den Ablagen vieler Autos. Die Produktion begann mit zwei Dosen à 150 Gramm: „Saure Zitronies“ und die Fruchtmischung „Sommer Früchte“. Der Erfolg war phänomenal. Zu dieser Zeit gab es deutschlandweit, außer englischen Importprodukten, keine Dosenbonbons. Bereits zu diesem Zeitpunkt produzierte Kalfany täglich zwei bis drei Tonnen Bonbons. Im August 1970 wurde der Neubau in Müllheim fertiggestellt und mit modernsten Technologien ausgestattet. Auch das Produktportfolio konnte weiter ausgebaut werden. Neben den Dosenbonbons fertigte Kalfany nun auch die „Schwarzwälder Kräuterle“, Frucht- und Sahnebonbons sowie Cola-Stangen. Neun Jahre später wurde Erhard Berger die Geschäftsleitung von seinem Vater übertragen und die Strukturen des Unternehmens modernisiert.

Namhafte Marken

Im Jahr 2002, nach dem Verkauf von Kalfany an die Unternehmensgruppe Zertus, trat Erhard Berger in den Ruhestand. Bereits ein Jahr später kam mit „Pulmoll“ eine weitere erfolgreiche Marke im Bonbonbereich sowie die niederländische Marke „Diele“ als perfekte Ergänzung zum Kalfany-Sortiment hinzu. Die Produktion wurde nach Müllheim verlagert und der nationale Vertrieb auf das Schwesterunternehmen Impuls-Vermarktung (heute Importhaus Wilms / Impuls GmbH & Co. KG) übertragen. Mit dieser Akquisition wurde die Marktführerschaft von Kalfany weiter ausgebaut. Außerdem meisterte Kalfany 2003 das Zertifizierungsaudit nach dem Internationalen Food Standard – heute: International Featured Standard Food (IFS) und erfüllt seitdem die strengen Anforderungen zur Gewährleistung der Lebensmittelsicherheit.

Vereinigung mit Süße Werbung

Im Jahr 2007 erwarb die Zertus-Gruppe die Firma Süße Werbung GmbH in Herbolzheim, der innovative Partner für Werbung mit individualisierten Süßigkeiten. Die beiden Unternehmen Kalfany Bonbon GmbH & Co. KG und Süße Werbung GmbH wurden vereint und unter eine gemeinsame Geschäftsführung gestellt. Mit Geburtsort in einer Konditorei in Emmendingen, einer Entwicklungsphase in Denzlingen und dem finalem Umzug 1998 zum heutigen Standort Herbolzheim schreibt auch Süße Werbung

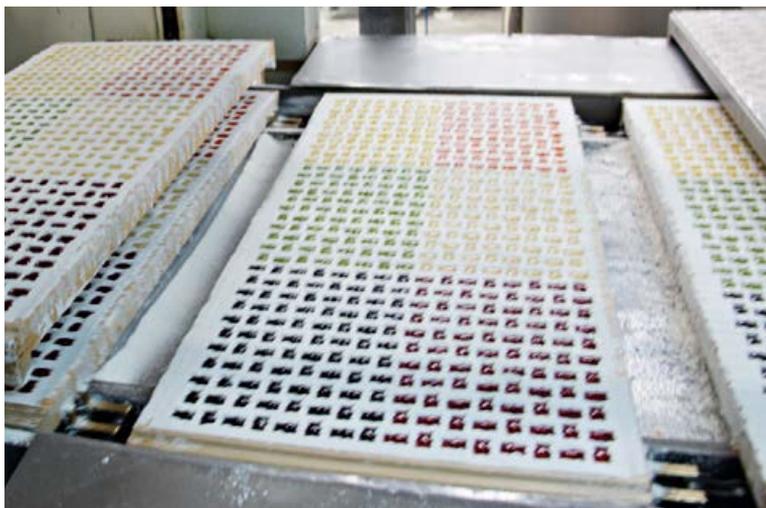
Hier brodeln's genüsslich vor sich hin: In der Kochanlage für die Fruchtgummi-Grundmasse beginnt die Produktion.



An der Aromastation werden die Geschmacksrichtungen nach exakten Vorgaben gemischt.



Geschäftsführer Peter Kasper und Marketing Managerin Jenny Mangold vor der Produktionsstätte der „Bären Company“.



Fruchtgummi – frisch in Maisstärkepulver gegossen.



Zum Trocknen kommen die Rahmen mit den frisch gegossenen Fruchtgummis in eine eigens klimatisierte Halle.

Im Musterlager für die Stempelbretter: Bereits produzierte Formen können so jederzeit wieder aufgelegt werden.



Eines der Muster-Stempelbretter für die Fruchtgummimotive.



seit über 40 Jahren seine Erfolgsgeschichte. Nach der Zusammenführung lautet der neue Firmenname seit diesem Zeitpunkt „Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG“.

Erfolgsgeschichte gefeiert

Seitdem schreitet das Wachstum weiter voran: Zertus übernahm im Jahr 2010 die seit 1990 exklusiv in Apotheken vertriebene Marke „Echt Sylter Brisen Klömbjes“. Mehr als zwei Drittel der in Deutschland verkauften Dosenbonbons werden von Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG hergestellt. Gut 60 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter produzieren am Standort Müllheim mit modernster Maschinenteknologie die traditionellen Bonbonspezialitäten für den nationalen und internationalen Markt – der Export erfolgt in über 60 Länder weltweit! Insgesamt verlassen über 3.000 Tonnen Bonbons das Werk in Müllheim pro Jahr. Zur Feier dieser Erfolgsgeschichte fand Ende Juni im Bürgerhaus Müllheim ein ausgelassenes Fest mit den Beschäftigten, der Geschäftsleitung und vielen weiteren Freunden und Wegbegleitern statt.

Gaumenschmeichler mit Suchtgefahr

Doch zurück zur Heimat der aromatischen Gaumenschmeichler mit Suchtgefahr: der Produktionsstätte der „Bären Company“ in Herbolzheim, durch die uns Geschäftsführer Peter Kasper, verantwortlich für Marketing, Vertrieb und Produktion, und Marketing Managerin Jenny Mangold kompetent begleiteten. Werbeartikel aus Fruchtgummi gehören bekanntlich zu den Marketingklassikern schlechthin. Sie sind süß, formbar, bunt sowie vielfältig und lassen sich bei Kalfany Süße Werbung bestens individualisieren. Ob als klassisches Bärchen, Honigbärchen, in Herz- oder Kussmund-Form, süß, sauer, aus Lakritz, erfrischend, vegan, aus Fruchtsaft, als Tee-Bären® oder mit weniger Zucker – Fruchtgummis sind zeitlos populär und beliebt. Im eigenen Drucktechnologiezentrum, mit Europas größter Digitaldruckerei für flexible Packstoffe, druckt Kalfany Süße Werbung direkt vor Ort – schnell, flexibel und in höchster Qualität. Mit Digital-, Flexo- und Tampondruckmaschinen werden hier nach Kundenwunsch Verpackungen individualisiert. Alles was man braucht, um mit Bonbons und Bärchen und Co. aus eigener zertifizierter Herstellung erfolgreich zu werben.

Starke Produktentwicklung

Die Marke „Bären Company“ zeichnet sich durch ihre starke Produktentwicklung aus. Die Fruchtgummikreationen aus natürlichen Rohstoffen sind nicht nur optisch ansprechend, sondern sie riechen und schmecken auch verlockend. „Dabei orientieren wir uns bei der Farbgestaltung an den aktuellen Trendfarben, um stets am Puls der Zeit zu sein“, erklärt Peter Kasper und ergänzt: „Ein wichtiger

Aspekt für uns ist die nachhaltige Herstellung unserer Fruchtgummiprodukte in Deutschland in unserem Werk in Herbolzheim. Dort setzen wir auf effiziente Produktionsmethoden, um Ressourcen zu schonen.“

Nachhaltige Produkte und Produktion

Seit 2021 sind die Standorte in Herbolzheim und Müllheim sowie alle frisch produzierten Fruchtgummis, Bonbons und Schokoladenartikel klimaneutral. Kasper weiter: „Um die Energiekosten bei der Herstellung weiter zu optimieren, investieren wir in eine neue Solaranlage und Klimatechnik. Zugleich werden auch unsere internen Arbeitsprozesse kontinuierlich auf Effizienz und Verschlangung ausgerichtet, wobei die Digitalisierung eine wichtige Rolle spielt. Dies dient vor allem unseren Kunden, da wir durch die Implementierung direkter Schnittstellen in der Lage sind, jeden Kunden individuell anzubinden.“

Weitere Potentiale

Dass die multisensorischen Werbegummis überzeugen, beweisen auch die Bilanzen: Die ‚Bären Company‘ übertrifft derzeit bereits in allen Geschäftsbereichen ihre definierten Wachstumsziele. Doch die Potentiale sind noch lange nicht ausgeschöpft: „Um unsere Rolle als exklusiver Hersteller von Fruchtgummiprodukten hervorzuheben und die ‚Bären Company‘ als bekannte Marke noch breiter zu etablieren, haben wir einen eigenen Online-Shop eingerichtet.“ Das Sortiment umfasst über 100 Fruchtgummi-Spezialitäten und deckt nahezu alle denkbaren Varianten ab, sei es fruchtig, süß, sauer, scharf, salzig, ohne Zucker, ohne Gelatine oder in vielfältigen Formen, Farben und Größen. Alle Fruchtgummis werden in hygienische Verpackungen verpackt. Die Verpackungseinheiten unserer Spezialitäten variieren zwischen 10 und 1000 Gramm“.

Qualitätsanspruch an erster Stelle

„Bei der Produktion steht für uns der hohe Qualitätsanspruch an erster Stelle. Alle Fruchtgummis der ‚Bären Company‘ stammen aus unserer eigenen, zertifizierten Produktion. Dies gewährleistet eine gleichbleibend hohe Qualität unserer Produkte“, unterstreicht Jenny Mangold. „Aktuell beschäftigen wir rund 120 hochqualifizierte und engagierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Standort Herbolzheim“, so Peter Kasper: „Sie sind der Motor unseres Erfolgs. Ihre Fachkenntnisse und Leidenschaft für qualitativ hochwertige Produkte tragen maßgeblich zur Zufriedenheit unserer Kunden bei.“ Allesamt Argumente, die überzeugen und bewirken, sich den werbe(bären)starken Verlockungen dieser Fruchtgummifamilie auch künftig guten Gewissens hinzugeben. <

www.suesse-werbung.de



An dieser Maschine werden Tütchenrollen geschnitten.



Hier werden Dosen digital bedruckt.



Bei der Dosenbefüllung.

Verführerisches Rot: Hier versammeln sich die Fruchtgummibärchen mit Erdbeer- und Kirscheschmack.

Die Werbewirtschaft in Deutschland erzielte 2022 insgesamt ein Marktvolumen von rund 48,1 Milliarden Euro. Das entspricht einem Wachstum von 1,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Dennoch sieht der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. (ZAW) viele offene Baustellen, denn das Jahr 2023 ist aus werbender Sicht schwach gestartet.

ZAW: Bewertung Werbejahr 2022 – Trendanalyse für 2023

Verhaltene Stimmung trotz leichten Wachstums

Das Gesamtvolumen der kommerziellen Kommunikation lag trotz des Anstiegs unter dem Vorkrisenniveau von 48,3 Milliarden Euro (2019). Damit ist der Gesamtmarkt auch im dritten Jahr nach dem Corona-Beginn im Frühjahr 2020 noch nicht auf dem Niveau von 2019 angelangt. Die erhoffte und in vielen Branchensegmenten benötigte Erholung nach den Corona-Jahren hat sich der offiziellen Mitteilung des ZAW zufolge 2022 aufgrund des Krieges in der Ukraine und dessen wirtschaftlichen Folgen nicht eingestellt. Fast alle Kennzahlen der Werbebranche erreichten noch nicht das Vor-Corona-

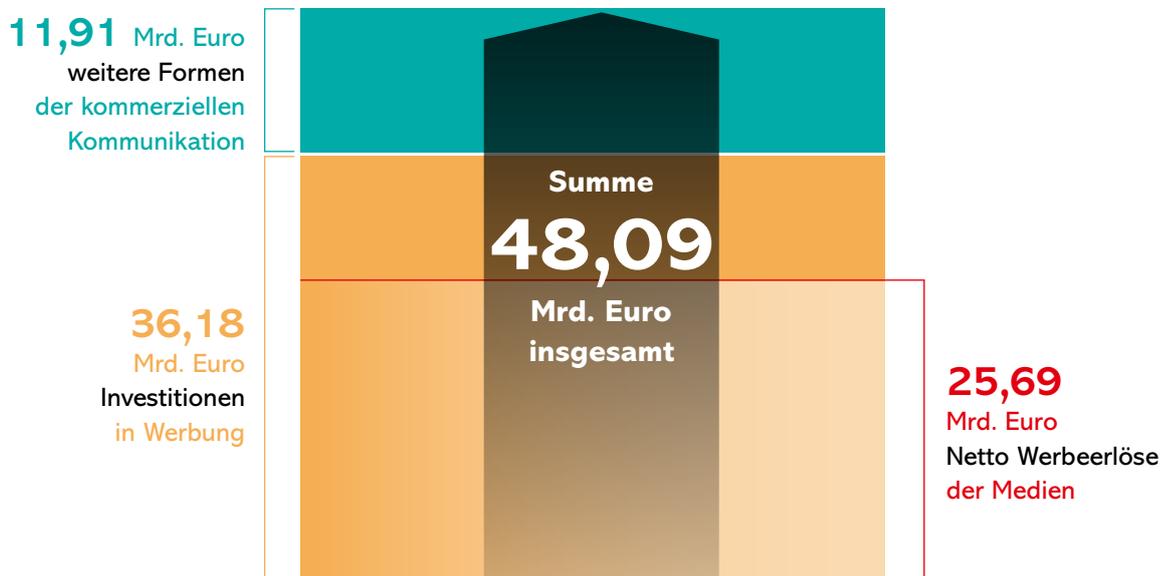
Niveau. „Untypisch schlecht für die Branche war das letzte Quartal 2022“, schreibt der ZAW. „Der Weihnachtseffekt blieb aus, sodass viele Werbeträger – auch online – in diesem Quartal ins Minus rutschten.“

Wachsende Investitionen inflationsbedingt

Die medienbasierten Investitionen in Werbung wiederum stiegen zwar leicht um 0,3 Prozent auf 36,2 Milliarden Euro. Der Grund dafür waren laut ZAW jedoch vor allem die höheren Produktionskosten. Dieser Wert ist der Einzige, der sich über dem Vorkrisenniveau befindet (2019: 34,9

Kommerzielle Kommunikation in Deutschland 2022

in Mrd Euro



Quelle: Zentralverband der Werbewirtschaft ZAW e.V.

Milliarden Euro). Betrug die Inflation 2019 noch 1,4 Prozent, lag sie 2022 bei sage und schreibe 7,9 Prozent. Die höheren Energie-, Rohstoffpreise und Gehälter verteuerten die Werbeproduktion. Inflationsbereinigt könne von wachsenden Investitionen also keine Rede sein, so der ZAW. Die Netto-Werbeerlöse machten etwa 70 Prozent der Investitionen in Werbung aus, sanken jedoch leicht um 0,6 Prozent auf 25,7 Milliarden Euro.

Anstieg digitaler Werbung weniger dynamisch

Ganz ungewohnt performte die Online-Werbung nicht mehr zweistellig und konnte die Bilanz wie in den Vorjahren auch nicht abfedern. „Die digitale Werbung stieg deutlich weniger dynamisch um rund zwei Prozent – wobei wenige Plattformen einmal mehr besser als der Gesamtmarkt abschnitten. Außenwerbung, Anzeigenblätter, Direktwerbung, Fachzeitschriften, Radio und Kino vermeldeten ebenfalls positive Ergebnisse, aber: Bei aller Freude über die guten Zahlen dieser Medien/Werbeträger, ein Wachstum auf das Vorkrisenniveau 2019 wurde von fast allen – mit Ausnahme der Online-Werbung, die seit 2019 deutlich zulegen konnte – nicht erreicht“, konstatiert der Zentralverband.

Werbeartikel überzeugen bei kommerzieller Kommunikation

Die weiteren Formen kommerzieller Kommunikation – Sponsoring, Kataloge und weitere Werbepresse sowie Werbeartikel – nahmen 2022 deutlich um 5,5 Prozent auf 11,91 Milliarden Euro (2021: 11,29 Milliarden Euro) zu.

Der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW) konnte infolge der wiedergewonnenen Möglichkeiten für haptische Werbung und verstärkte Investitionen in Wirkungsforschung ein Umsatzplus von rund sechs Prozent auf 2,80 Milliarden Euro vermelden, aber auch hier bleibt der Wert deutlich unter dem Vorkrisenniveau (2019: 3,65 Milliarden Euro).

Besorgter Blick auf 2023

Auf das Jahr 2023 blickt der ZAW mit Besorgnis, spricht sogar von einem Risikojahr: „Die weiter hohe Inflation mit entsprechendem zurückhaltendem Konsumklima auf der einen und drohende negative politische Rahmenbedingungen auf der anderen Seite belasten die Branche. 2023 wird ein Risikojahr.“ Dementsprechend bilanziert ZAW-Präsident Andreas F. Schubert: „Bedingt durch Einflüsse, die unsere Branche selbst nicht steuern kann, erlebt sie seit drei Jahren ein ungewöhnliches Auf und Ab. Hohe Inflation und die dadurch bedingte geringe Konsumneigung und steigende Kosten innerhalb des Sektors wirkten im vergangenen Jahr – und bis heute – deutlich dämpfend. Wir können die Politik in dieser wirtschaftlich angespannten Zeit vor Überregulierung nur warnen. Viel steht auf dem Spiel: Werbeverbote und überkomplexe Anforderungen für die Marktkommunikation schränken Investitionen ein, bedeuten weniger Wertschöpfung für Marken und Unternehmen, gefährden den Markterfolg von Innovationen und sind Gift für die Refinanzierungskraft der Medien. Nichts von dem hat Deutschland derzeit im Überfluss – und die Aussichten sind ungewiss. Entsprechend fällt auch die ZAW-Trendanalyse 2023 aus.“

Netto-Werbeerlöse der Medien: Online-Werbung / andere Medien

in Mio. Euro



Gedämpfte Stimmung in der Werbewirtschaft

Die ZAW-Trendanalyse zeigt ein gedämpftes Bild bei den konjunkturellen und werbewirtschaftlichen Erwartungen. Sorgen bereitet das aktuelle Konsumklima: 44 Prozent der ZAW-Mitglieder stufen das für die Branche so wichtige Konsumklima als schlecht ein, 50 Prozent lediglich als mittelmäßig. Die Frage zur Stimmung in der Werbebranche auf einer Skala von 8 = ausgezeichnet bis 1 = bedrohlich zeigte im Frühjahr 2023 mit 3,2 einen schlechteren Durchschnittswert als im Frühjahr 2022 (3,5). Die ZAW-Mitglieder sind sich einig: Bestenfalls eine Stagnation liegt im Rahmen der konjunkturellen Möglichkeiten.

Ein Jahr politischer Herausforderungen

Aufgeschlüsselt nach Wirtschaft, Gesellschaft und Politik ergeben sich für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Situation verhaltene 3,8 Punkte und zur politischen Lage besorgte 2,1 Punkte. Andreas F. Schubert kommentiert die politischen Herausforderungen so: „Mit dem geplanten Werbeverbot des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft würde massiv eingegriffen: Lebensmittelwerbung würde nicht gegenüber Kindern, sondern weitgehend unspezifisch auch gegenüber Erwachsenen zu weiten Teilen verboten. Rund 70 Prozent aller Lebensmittelprodukte würden mit nahezu vollständigen Kommunikationsverboten belegt. Die damit drohende Demonetarisierung der Medien durch den Gesetzgeber – sie läge nach validen Berechnungen oberhalb der pande-

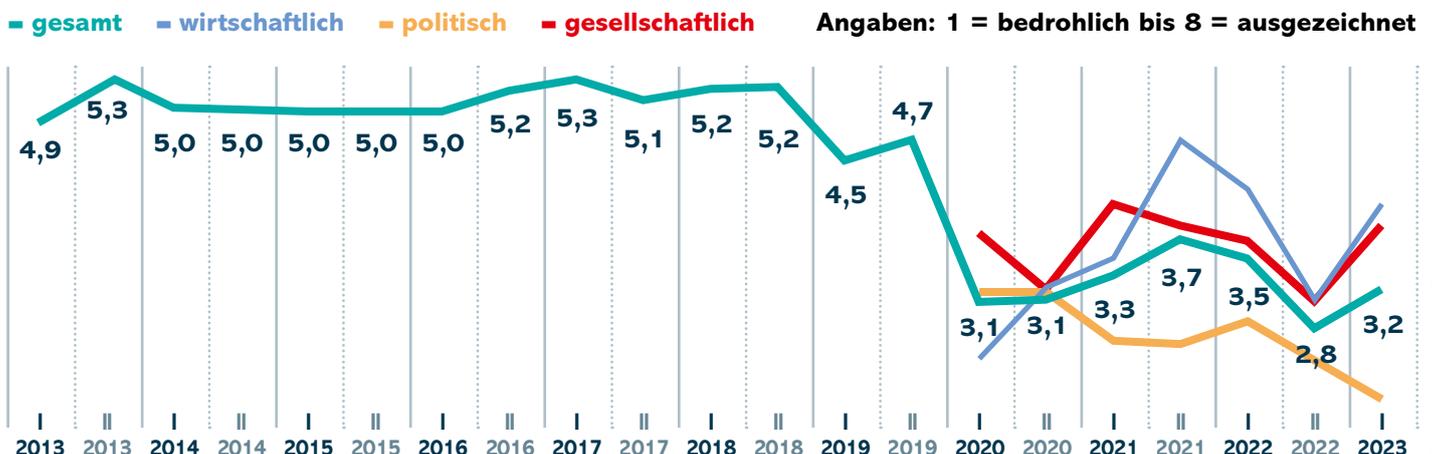
miebedingten Einbußen – wäre von bislang unbekanntem Ausmaß und hätte entsprechende Folgen.“ Den Ansatz bezeichnet der ZAW-Präsident als „perspektivisch gefährlich: für die Marktwirtschaft, für den Standort, seine Innovationskraft und auch gesellschaftspolitisch.“

Gesetzgeber erhalten auch Lob

ZAW-Hauptgeschäftsführer Bernd Nauens sieht auf der politischen Ebene jedoch auch gute Entwicklungen: „Der Markt der Online-Werbung zeigt weiterhin ein deutliches Ungleichgewicht mit ausgeprägten wettbewerblichen Defiziten und überragender Regelsetzungsmacht weniger Player. Dies geht insbesondere zulasten von abertausenden Publishern, der Vielfalt und am längeren Ende auch der Verbraucher. Der EU-Gesetzgeber und auch Deutschland haben Gesetze erlassen, um bestehenden Dysfunktionalitäten entgegenzutreten. Das ist gut so. Sie sollten sich hierfür nicht zu viel Zeit lassen und klare Entscheidungen treffen.“ Es gelte mehr denn je auch bei neuen Regulierungsvorhaben, insbesondere für solche, die den Datenschutz und digitale Verbraucherrechte mehr wollen: „zweimal hinschauen, Reality Checks und die Verhältnismäßigkeit wahren. Das Letzte, was das dringend benötigte Wachstum im Digitalen auf breiter Front benötigt, sind noch mehr Komplexität und Regulierungsvorteile für diejenigen, die in Zeiten der Regulierungsaskese alle strategischen Hügel besetzt haben und sie nun mit einseitiger Regelsetzungsmacht unter dem Deckmantel des Datenschutzes uneinnehmbar machen wollen“, so das Fazit Bernd Nauens. <

Stimmung in der Werbewirtschaft in Deutschland

Wie beurteilen Sie die Lage der Werbewirtschaft – wirtschaftlich, politisch, gesellschaftlich?



11.–15. NOV

MESSEZENTRUM SALZBURG

2023

GASTMESSE.AT



JETZT!
TICKET SICHERN



53. INTERNATIONALE FACHMESSE FÜR GASTRONOMIE UND HOTELLERIE

ALLES FÜR DEN

GAST



Gehört in jede Schulmappe

Schulsachen eignen sich hervorragend, um das moderne, junge Image eines Unternehmens zu unterstreichen, insbesondere wenn sie individuell gestaltet werden können. In diesem Jahr wurden viele neue Produkte in die Be Creative Kollektion von ANDA aufgenommen. Eines davon ist der stilvolle CreaFelt Folder. Es handelt sich um eine **hochgradig individualisierbare Dokumentenmappe**, die sich an viele verschiedene Zielgruppen richtet und ein praktisches Werkzeug für jedermann darstellt. Die vollfarbig bedruckte Vorderseite wird durch einen natürlichen Druckknopfverschluss aus rPET-Filz ergänzt.

PSI 45753 • ANDA Present Ltd.
Tel +36 1 210 0758 • export@andapresent.com
www.andapresent.com

Jetzt kann der Winter kommen

Jeder kennt ihn und kann im Winter nicht darauf verzichten: Mit dem Recycling-Eiskratzer von HEPLA spricht man alle Autofahrer an, die im Winter ihr Fahrzeug von Schnee und Eis befreien müssen. Durch die Trapez-Form eignet er sich besonders gut zum Eisbrechen und -schaben, der gummierte Wasserabstreifer ist ein **praktisches Plus**. In vier Standardfarben lieferbar und schnell verfügbar bietet der Eiskratzer eine besonders große Druckfläche und viele Möglichkeiten, preiswerte und nachhaltige Werbeideen und Kundenwünsche in Szene zu setzen.



PSI 41583 • HEPLA-Kunststofftechnik GmbH & Co KG.
Tel +49 5681 9966 • info@hepla.de
www.hepla.de

Kühl oder warm nach Wunsch

Jeder kennt das klassische Kirschkernkissen. Doch auch Hanfsamen bewähren sich als idealer Füllstoff. Hanfsamenkissen sind nun als Neuheit bei Herbalind erhältlich. Die Hanfsamen aus **regionalem, ressourcenschonendem Anbau** haben durch ihren hohen Ölanteil eine sehr gute Wärme- und Kältespeicherfähigkeit. Bei Erwärmung verströmen sie einen zarten, nussigen Duft. Bereits ab einer Stückzahl von 250 fertigt Herbalind die Kissen individuell nach Kundenwunsch. Kunden können ihr Kissen aus dem vielfältigen Angebot qualitativ hochwertiger Stoffe mit großer Farbpalette in individueller Größe kreieren. Alle Produkte werden vor Ort produziert, bedruckt oder bestickt. Die Kissen entstehen in liebevoller Handarbeit im Herbalind-Inklusionsunternehmen im Westmünsterland. Die ASB Herbalind gGmbH als gemeinnütziges Unternehmen bietet vielen Menschen mit einer Behinderung eine angemessene und sinnvolle Tätigkeit. Mit jedem Auftrag unterstützen Kunden dieses soziale Projekt.

PSI 46706 • ASB Herbalind gGmbH •
Tel +49 2872 92760 • info@herbalind.de
www.herbalind.com





Zuverlässig durch Tritan

Mit seiner neuen Trinkflasche Active Wave stellt elasto eine besonders handliche und zuverlässige Trinkflasche vor. Mit ihrem ansprechenden Design und den unterschiedlichen Farboptionen steht die Flasche für Ideenvielfalt sowie Qualität 'Made in Germany', wird sie doch klimapositiv in Deutschland am Standort Sulzbach-Rosenberg hergestellt. Die handliche Tritanflasche ist der ideale Alltagsbegleiter und wurde speziell entwickelt, um den Bedürfnissen der Kunden gerecht zu werden. Dank des auslaufsicheren Verschlusses und des bruchfesten Materials bietet die Active Wave ein **Höchstmaß an Zuverlässigkeit und Langlebigkeit**. Die Verwendung von hochwertigem Tritan hat den Vorteil, dass die Trinkflasche geschmacks- und geruchsneutral ist. Das Material ist BPA-frei und enthält keine gesundheitsschädlichen Weichmacher. Die große Öffnung ermöglicht eine einfache Befüllung und Reinigung der Flasche und macht sie zudem für kohlenensäurehaltige Getränke geeignet.

PSI 41369 • elasto GmbH & Co. KG
Tel +49 9661 8900 • info@elasto.de
www.elasto.de



Das freut die Mietze

Das Unternehmen mbw[®] erweitert sein Sortiment und bietet **ab sofort hochwertiges Katzenspielzeug**, kuschelige Lanky Legends und flauschige Wechselbezüge für Wärmekissen an. Die Produktpalette des Unternehmens wächst stetig und wird den Ansprüchen von Tierbedarfsgeschäften, Futterhäusern, Spielwarengeschäften, Versicherungen sowie Unternehmen, die auf Give-aways bei Messen setzen, gerecht. Insgesamt bietet das Sortiment von mbw[®] eine große Auswahl an hochwertigen und vielseitig einsetzbaren Produkten in gewohnter Minifeet[®] Qualität.

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

– Anzeige –

Natürlich
NACHHALTIG
GROSS RAUSKOMMEN.
MIT PINS & MEHR.

Stiegsch mi
no?

Luftwaffen
Papierkiste

ELPP

pinsundmehr.de

Tel.: +49 (0)8233 - 79312-0
info@pinsundmehr.de

pinsundmehr.de

Pins
& mehr
GmbH & Co. KG



Neue Notizbuchkollektion aus der Schweiz

Mit mishmash by Prodir lanciert der Schweizer Schreibgerätespezialist jetzt eine eigene Notizbuch-Kollektion. Der Name steht für die Zusammenarbeit Prodir's mit dem portugiesischen Start-up mishmash der Designerin Beatriz Barros. Ihre mit viel Liebe zum Detail gestalteten Papierprodukte finden international zunehmend Beachtung. Sie sind in den Shops renommierter Museen wie dem Guggenheim New York genauso erhältlich wie online auf mishmash.pt. Die Notizbuch-Kollektion umfasst zwei Formate, Small und Medium: das handtaschentaugliche MM01 im Passformat und das klassische A5-Softcover MM02. Bei allen Material- und Personalisierungsentscheidungen steht neben dem praktischen Nutzen auch die Verstärkung des sinnlichen Erlebnisses und damit der **USP haptischer Kommunikation** im Vordergrund. Das Markenlogo lässt sich bei beiden Modellen dezent in wertigem, mit den Fingerspitzen fühlbaren Prägedruck anbringen. Angenehm raue Einband-Oberflächen unterstreichen zusätzlich die haptische Erfahrung. Die Notizbücher von mishmash by Prodir sind in ausgewählten Konfigurationen auch unbedruckt in niedrigen Stückzahlen und mit kürzeren Lieferzeiten erhältlich.

PSI 42332 • PRODIR
Tel +41 91 935 5555 • sales@prodir.de • sales@prodir.ch
www.prodir.com



Recycling goes Business

Dieser Business-Rucksack von Troika packt (fast) alles. Separate Fächer für 16"-Laptop und Tablet, zwei Außentaschen für Trinkflasche und Schirm, ein körpernahes Dokumentenfach mit Reißverschluss und viele weitere Stauraummöglichkeiten zeichnen den Rucksack aus. Er besteht aus **100 Prozent Recycling-PET** (rPET). Das bedeutet: Zwölf recycelte Plastikflaschen werden für einen Rucksack in BSCI-zertifizierter Produktion wiederverwertet. Die Kapazität beträgt etwa 16 Liter, die Tragkraft bis zu 10 Kilogramm.

PSI 46311 • TROIKA Germany GmbH
Tel +49 2662 95110 • d.geimer@troika.de
<https://business.troika.de>

Weihnachtliche Düfte

Duftdiffusoren, die genussvolle Aromen verbreiten, sind Mittelpunkt der neuen DreamPen Produktlinie für seine Marke Invame. Es handelt sich um **innovative Duftdiffusoren**, die den Benutzern ein entspannendes und beruhigendes Dufterlebnis verschaffen. Die Diffusoren können vollflächig bedruckt werden, was sie zu einer wirkungsvollen Werbegabe für jeden Anlass macht. Für die schönste Zeit des Jahres hält Invame weihnachtliche Duftkreationen parat.

PSI 45720 • DreamPen – Invame Car perfumes producer
Tel +48 68 4772232 • invame@invame.eu
www.invame.eu





Im Notfall schneller

Das MediSave Beatmungstuch mit Schlüsselanhänger von MEDICAL promotion by GRAMM medical healthcare GmbH bietet **Erste Hilfe in kompakter Form** und macht Leben retten noch einfacher. Dank des kleinen, flachen und platzsparenden Designs passt es perfekt an den Schlüsselbund und ist immer griffbereit. Im Notfall ermöglicht es die hygienische Wiederbelebung bewusstloser Personen. Die Vorderseite der Beatmungsfolie ist mit einer leicht verständlichen Anleitung und anschaulichen Illustration zur Herz-Lungen-Wiederbelebung bedruckt. So können Ersthelfer auch in stressigen Situationen schnell und effektiv handeln. Zudem ist der Nylon Schlüsselanhänger in diversen Farben erhältlich und bietet die Möglichkeit einer individuellen Bedruckung auf beiden Seiten mit bis zu drei Druckfarben.

PSI 47105 • MEDICAL promotion yb GRAMM medical healthcare GmbH
 Tel +49 7151 250250 • info@medical-promotion.de
www.medical-promotion.de

Organisch und schmackhaft

Ein individuell bedruckter Adventskalender zählt zu den beliebtesten Werbemitteln in der Weihnachtszeit. Nachhaltigkeit, Qualität und Preis-Leistung stehen bei den Adventskalender-Spezialisten von CD-LUX im Vordergrund. Bereits seit einigen Jahren setzt das Unternehmen auf eine klimaneutrale Produktion, Inlays aus Recycling- oder kompostierbarem Material oder aus Papierfaser sowie auf FSC-zertifiziertem Karton. In diesem Jahr wurde die Serie „Organic“ erneut ausgebaut. Dabei handelt es sich um Kalender, bei denen das Inlay im Papierspritzgussverfahren hergestellt ist. Die Bestandteile Papierfaser, Wasser und Stärke garantieren einen **100 Prozent nachhaltigen Rohstoffmix**. Nach Gebrauch kann der Kalender komplett in die Papiertonne. Das gilt gleichermaßen für die Kalendermodelle Cube mit organischem Inlay, den 3D Adventskalender LKW oder den klassischen Adventskalender Gourmet Edition. Das breite Sortiment bietet verschiedenste Kalender mit erstklassiger Markenschokolade, unter anderem von Lindt, Milka, Sarotti, Ritter SPORT, Mars, Toblerone oder Meßmer.

PSI 45452 • CD-LUX GmbH
 Tel +49 9971 85710 • info@cd-lux.de
www.cd-lux.de



– Anzeige –

Zeckenkarten
 Ein idealer Mailingverstärker
 leicht und dünn - schnelle Lieferzeit

Zeckenkarten SafeCard

Vertrieb D/A/CH

lupenmaxx®

...Zeckenalarm!

lupenmaxx.de • info@lupenmaxx.de
 Tel. 07661 9099880 • zeckenkarten.de

Exklusiv für PSI Händlermitglieder | Besuch bei Landgarten

PSI on tour ist ein neues Format für PSI Händlermitglieder, das zukünftig Besuche in Unternehmen, auf Messen und Teilnahmen an Weiterbildungen ermöglicht. Das PSI lädt interessierte Händlermitglieder ein, am Freitag, 15. September 2023, um 14 Uhr gemeinsam mit PSI in einer geschlossenen Händlerrunde den österreichischen Snack-Hersteller Landgarten in Bruck an der Leitha zu besuchen. Teilnehmende erwarten einen zweistündigen geführten Rundgang durch die Landgarten Genuss Manufaktur mit exklusiven Einblicken in die klimaneutrale Produktion an zwei Standorten.

Blick hinter die Kulissen mit Verkostung

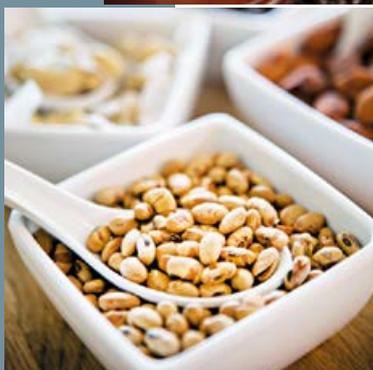
Gezeigt wird, wie Hülsenfrüchte gemeinsam mit Saaten und Beeren aufbereitet, geröstet und veredelt werden. Darüber hinaus erhalten die teilnehmenden Händlermitglieder spannende Fakten über das nährstoffreiche Lebensmittel sowie praktisches Hintergrundwissen zur CO₂-neutralen Produktion von der Rohware bis zum fertigen Bio-Snack. Eine Verkostung und die Kreation eines persönlichen Genussmixes sowie ein anschließender gemütlicher Ausklang mit Austausch runden das Angebot ab.

Anreise und Anmeldung

Die Anreise erfolgt in Eigenregie. Sowohl an der Schokoliererei als auch an der Rösterei stehen ausreichend Parkplätze zur Verfügung.

Treffpunkt am 15. September 2023 um 13.30 Uhr
ist die Landgarten GmbH & Co. KG
Färberstraße 16
A-2460 Bruck an der Leitha

Interessierte melden sich bitte bis zum 5. September verbindlich per E-Mail bei Astrid Langenstein, psi.productsourcing@rxglobal.com, an. Wer Fragen zum „Thema Nachhaltigkeit in der Produktion“ hat, sollte diese bitte im Vorfeld mit der Anmeldung einreichen.



Über Landgarten

Seit 1989 ist Landgarten ein Vorreiter in der Entwicklung innovativer Bio-Soja-Snacks und führt heute eine vielfältige Auswahl von über 80 einzigartigen Snack-Variationen. Die Idee, die damals noch weitgehend unbekanntes Sojabohne nach Österreich zu bringen, sie zu rösten und als nahrhafte Alternative zu fettreichen Erdnüssen anzubieten, bildete vor mehr als 30 Jahren den Grundstein für das Unternehmen Landgarten. Gegenwärtig erfolgt die nachhaltige und klimaneutrale Produktion von bis zu 350 Tonnen Soja pro Jahr an zwei Standorten in Bruck an der Leitha mithilfe eines weltweit einzigartigen und patentierten Heißluftfröstverfahrens – ganz ohne die Zugabe von Fett. www.landgarten.at

Fotos: © Eisenberger_Landgarten

PSI 2023 | FKM bestätigt Zahlen

Dieses Jahr durften sich Besucher endlich wieder über eine PSI Messe freuen. Aufgrund der zweijährigen Pandemie-Pause fand die PSI 2023 natürlich unter anderen Rahmenbedingungen statt und schnitt in der Statistik anders ab als in den Jahren vor Corona. Im Zeichen der Transparenz hat PSI die Messe auch dieses Jahr wieder von der Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen (FKM) zertifizieren lassen. Mittlerweile hat die FKM, die objektive Instanz für die Zertifizierung und Veröffentlichung von Messe- und Ausstellungsdaten in Deutschland, die PSI Messedaten bestätigt. Die Zahlen wurden auf der Webseite des Ausstellungs- und Messe-Ausschusses der Deutschen Wirtschaft (AUMA) veröffentlicht. Demnach kamen mehr als 10.500 Besucher zur diesjährigen PSI. Über 5.600 Besucher – und somit mehr als die Hälfte – kamen aus dem Ausland. Das spiegelt den Trend der letzten Messen wider, bei denen ebenfalls mehr als die Hälfte der Messebesucher aus dem Ausland anreiste. Allerdings kamen dieses Jahr weniger Besucher zur PSI als in den Jahren vor Corona. In den Jahren 2019 und 2020 erreichte die PSI eine Gesamtbesucherzahl von über 17.000. Dieses Jahr bot die PSI mit einer Bruttogeschäftsfläche von 24.000 Quadratmetern einmal mehr jede Menge Raum für die 463 Aussteller, die vor Ort ihre innovativen Produkte präsentierten. 27 verschiedene Nationen waren unter den Ausstellern vertreten.



Über 10.500 Gäste waren auf der diesjährigen PSI unterwegs, um die innovativen Produkte der 463 Aussteller zu bestaunen.

Seminar zu Kreislaufwirtschaft | Gut aufgestellt für nachhaltiges Wirtschaften



Lutz Gathmann, Produktdesigner und Experte für Produktsicherheit, zeigt in seinem Seminar „Kreislaufwirtschaft als Schlüssel zukünftigen Wirtschaftens“ am 14. September 2023 in Düsseldorf Wege auf, wie Unternehmen aus der Werbemittelbranche, Textilveredlung und Werbetechnik sich für ein zukünftig nachhaltiges Wirtschaften gut aufstellen können. Das Seminar findet in Kooperation der PSI und der Akademie für Textilveredlung statt.

In Seminaren und Impulsvorträgen gibt Lutz Gathmann immer wieder wertvolle Denkanstöße zu Materialien und Rohstoffen für die Herstellung von Werbemitteln. In den Mittelpunkt rücken dabei zunehmend die Themen Kreislaufwirtschaft und Langlebigkeit von Produkten. Im Seminar will er diese Überlegungen gemeinsam mit den Teilnehmenden vertiefen. Dabei soll hinterfragt werden, wie Produkte der Werbebranche hergestellt werden und am Ende ihres Lebenszyklus weiterhin im Kreislauf bleiben können.

Die Europäische Kommission hat unter dem Titel „EU Green Deal“ ein Maßnahmenpaket vorgelegt, um nachhaltige Produkte in der Europäischen Union zur Norm zu machen. Die Vorschläge tragen wesentlich dazu bei, die Ziele des europäischen Green Deals – Europas Wachstumsstrategie für eine gerechtere und wohlhabendere Gesellschaft – zu verwirklichen und die Kernbereiche des Aktionsplans für die Kreislaufwirtschaft umzusetzen. Mithilfe der Maßnahmen, die sich bereits im Prozess der Umsetzung befinden, möchte die EU ihre Umwelt- und Klimaziele erreichen, unter anderem durch eine Verdoppelung der Nutzungsrate wiederverwendbarer Materialien und die Verwirklichung der Energieeffizienzziele bis 2030. Im Seminar will Lutz Gathmann zeigen, welche konkreten Auswirkungen dies auf die Werbemittelbranche hat. Er erklärt dabei die Bedeutung des Green Deal der EU und was Unternehmen dazu wissen müssen. Information und Anmeldung: <https://aka-tex.de/veranstaltungen/168>

PSI-Mitglieder erhalten auf Anfrage an info@aka-tex.de eine Ermäßigung von 10 Prozent.

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- / Druckunterlagenschluss
01/2023	Messeneinheiten PSI 2023	03.01.2023	09.11.2022	18.11.2022
02/2023	Ostern, Garten, Hobby und Handwerk	10.02.2023	16.12.2022	18.01.2023
03/2023	Schutz- und Hygieneartikel, Arbeitssicherheit	01.03.2023	21.01.2023	09.02.2023
04/2023	Fashion, Workwear, Caps and Accessories	03.04.2023	18.02.2023	09.03.2023
05/2023	Getränke, Trinkgefäße und Tischkultur	02.05.2023	18.03.2023	06.04.2023
06/2023	Wellness, Kosmetik und Beauty	01.06.2023	20.04.2023	05.05.2023
07/2023	Weihnachten, Präsentsets und Sonderanfertigungen	03.07.2023	20.05.2023	08.06.2023
08+09/2023	Ökologische und nachhaltige Produkte, Veganes	01.09.2023	24.06.2023	10.08.2023
10/2023	Camping, Outdoor, Schirme, Werkzeuge und Messer	02.10.2023	19.08.2023	08.09.2023
11/2023	Elektronik, Digitales und Smartphone-Accessories	01.11.2023	19.09.2023	06.10.2021
12/2023	Marken- und Designprodukte, Fair Trade	01.12.2023	19.10.2023	09.11.2023
01/2024	Messeneinheiten PSI 2024	02.01.2024	11.11.2023	18.11.2023

Druckunterlagen (PDF, 300dpi) Übermittlung per Upload an <https://share.messe.at/filedrop/anja.spaecker@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	10.02.2023	16.12.2022	18.01.2023
03/2023	Protective and Hygienic Articles, Occupational Safety	01.03.2023	21.01.2023	09.02.2023
04/2023	Fashion, Workwear, Caps and Accessories	03.04.2023	18.02.2023	09.03.2023
05/2023	Beverages, Drinking Vessels and Tableware	02.05.2023	18.03.2023	06.04.2023
06/2023	Wellness, Kosmetik und Beauty	01.06.2023	20.04.2023	05.05.2023
07/2023	Christmas, Gift Sets and Custom-made Products	03.07.2023	20.05.2023	08.06.2023
08+09/2023	Ecological and Sustainable Products, Vegan Products	01.09.2023	24.06.2023	10.08.2023
10/2023	Camping, Outdoor, Umbrellas, Tools and Knives	02.10.2023	19.08.2023	08.09.2023
11/2023	Electronics, Digital and Smartphone Accessories	01.11.2023	19.09.2023	06.10.2021
12/2023	Brand and Design Products, Fair Trade	01.12.2023	19.10.2023	09.11.2023
01/2024	Trade Show Innovations PSI 2024	02.01.2024	11.11.2023	18.11.2023

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



INSERENTENVERZEICHNIS | LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent Advertiser	Seite Page	PSI No.	Inserent Advertiser	Seite Page
41859	BIC GRAPHIC EUROPE S.A.	U1a/Cover page, 002+003	42332	Prodir - Pagani Pens SA	007
45452	CD-LUX GmbH	U2a/IFCa, U2b/IFCb	42487	PSI - RX Deutschland GmbH	109, 111, U3/IBC
5076	GAST Messe - RX Deutschland GmbH	101	43416	REFLECTS GMBH	093
42819	Gesellschaft zur Förderung des Werbeartikels mbH (GFW)	077	41838	Schneider Schreibgeräte GmbH	051
45666	Halfar System GmbH Rucksäcke und Taschen	057	48301	SENATOR GmbH Porzellanmanufaktur Kahla/Thüringen GmbH	047, 091
41016	Heri-Rigoni GmbH emotion factory	035	45567	SL Lederwaren B.V. - SL Bags	043
41545	JUNG since 1828 GmbH & Co. KG	U4/U0BC	45328	SND PorzellanManufaktur GmbH	059
G 427	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	089	45767	Stilolinea Srl	049
41794	Karl Knauer KG	001	44970	Tacx B.V. a Tacx International Company	061
47464	Karlowsky Fashion GmbH	037	41848	Trigon Deutschland GmbH (ehemals SEMO Deutschland GmbH)	087
40823	Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG	040+041	44281	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	054, 055
47814	Lupenmaxx GmbH	105		VICTORINOX AG	065
43410	Mister Bags GmbH	004+005			
1761	ORYX GmbH	067			
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	103			

Beilage | Insert (* Teilaufgabe / Partial circulation)

48316	MM Brown Deutschland GmbH*
-------	----------------------------



SCAN ME
FOR DOWNLOAD

PSI
Home is  where PSI is.

10-12
MAY
2023
Willkommen
Welcome

Save the
date.

PSI

MEDIA GUIDE 2023

RX In the business of building businesses



Haptik statt Hype: Warum Werbeartikel unverzichtbar bleiben.

Un Berlin und Brüssel stehen auf politischer Ebene immer wieder Gespräche zu wichtigen Entscheidungen für unsere Branche an. Oft merkt man, dass Werbeartikel mit falschen Augen gesehen werden – auch ich habe das in vielen Gesprächen selbst merken können.

Deshalb ist es wichtig, der Politik, gesellschaftlichen Gruppen und generell im vorpolitischen Raum sehr deutlich zu machen, dass gerade in der digitalen Welt Haptik, Qualität und persönliche Ansprache als Gegenpole eine ganz neue Bedeutung erfahren. Dies gilt besonders auch unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit – von Produkten und Beziehungen.

Hieraus zieht die Werbeartikelwirtschaft ihre Daseinsberechtigung und ihre große Wirkung. Denn dies sind Eigenschaften und Werte, für die unsere Branche, unsere Produkte und Services stehen und stehen müssen. Genau hier liegen unser großes Kapital und unsere große Chance für die Zukunft. Werbeartikel sind – und bleiben – anfassbar, wir spüren ihre Materialien, nehmen die Farben und Formen wahr. Sie sind echt und eben nicht virtuell – und das macht sie letztlich sogar irgendwie menschlich.

Werbeartikel erfüllen eine oft unterschätzte, aber wichtige Aufgabe: Im Konzert mit anderen Kommunikationsmaßnahmen schaffen sie Aufmerksamkeit für Marken, Produkte und Dienstleistungen, sie zeigen den Verbraucherinnen und Verbrauchern die Vielfalt des Marktes und sorgen so auch für gesunden Wettbewerb. Und: Wenn wir alle die Themen Qualität und Nachhaltigkeit wirklich ernst nehmen, sind Werbeartikel sogar viel langlebiger als jede Kampagne und in manchen Fällen werden sie über die Jahre sogar zu echten Kultobjekten.

Diese Botschaft müssen wir in die Welt tragen – auch mit einer so großen und überzeugenden Messe wie der PSI.

Ihre



Petra Lassahn
Director PSI



9-11

JAN

24

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

Messegelände Düsseldorf

Wohlfühl- und heilige
Kultur- und heilige
Ausnahmen
Year heral

Das Treffen
der Branche.

Save the
date.

Keine Frage: Die PSI wird auch im kommenden Jahr wieder Leitmesse, Business-Plattform und Innovationstreiber. Nachhaltigkeit, Zukunftsfähigkeit, Kooperation und neues Denken in und für die Branche stehen weit oben auf der Agenda. Kurz gesagt, der Place-to-be mit den Themen der Zeit für die gesamte Werbeartikelwirtschaft. Kommen Sie vorbei und erleben Sie das Who und How der Branche live.

Die europäische Leitmesse
der Werbeartikelwirtschaft

PSI

Built by

RX

In the business of
building businesses



Camping, Outdoor, Schirme, Werkzeug, Messer

Outdoor – das heißt in der Natur sein und sich wohlfühlen. Immer mehr Menschen zieht es für Freizeitaktivitäten ins Freie. Einfach mal abschalten und Abstand bekommen. Alltagsstress abbauen. Und damit sich nicht gleichzeitig Freizeitstress aufbaut, sind nützliche Helfer für draußen besonders wichtig. Ob beim Wandern oder Campen, bei Sonne oder Regen, beim Picknick oder Grillen – die passenden Utensilien sollten zur Hand sein. Die offeriert auch die Werbeartikelwirtschaft, vom kleinen Gadget bis hin zur vollständigen Ausrüstung für den ungetrübten Freizeitspaß im Freien. Nicht nur draußen bei Wind und Wetter spielt das körperliche Wohlbefinden eine sehr große Rolle. Deshalb widmen wir die zweite Produktstrecke dem Thema „Gesundheit und Hygiene“ und bieten der diesbezüglichen Produktvielfalt der Werbeartikelwirtschaft entsprechend Raum.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der November-Ausgabe 2023 des PSI Journals, die sich den Themengruppen „Elektronik, Digitales, Smartphone-Accessoires“ sowie „Auto, Fahrrad, Verkehr, Sicherheit“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens 18. September 2023 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de



Technologie unter grünen Vorzeichen

Kreative Technologie-Lösungen und eine nachhaltige Unternehmensphilosophie. Für PSI Business Partner Epson sind diese Aspekte untrennbar miteinander verbunden. Darüber sprach PSI Director Petra Lassahn mit Achim Bukmakowski, Head of Sales Commercial & Industrial Printing bei Epson.

Die (R)evolution der Glasflasche

Nahezu alle im Markt angebotenen Trink-Flaschen aus Glas sind für „Kohlensäure“ nicht zertifiziert – obgleich die Marktforschung bestätigt, dass rund 80 Prozent der Konsumenten gesprudelt Wasser trinken. Die artbottles® sind für Verwendung mit CO2 und den meistverkauften Kohlensäure-Sprudlern geeignet. Mit artbottles-Gründer Karsten Ludwig sprachen wir über Nutzen und Verwendungsmöglichkeiten der zu 100 Prozent in Deutschland gefertigten Glas-Trinkflaschen.



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,
Ivo Sklenitzka, Michael Köhler

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

Director Media Solutions: Anja Späker

Anzeigenverkaufsleitung: Michael Köhler

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 (verantwortl.), Judy Frey, Hannah Schreck

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: MEO MEDIA – MEINDERS & ELSTERMANN GmbH & Co. KG,
D-49191 Belm

Gültig ist die Anzeigenpreisliste Nr. 55 vom 1. Januar 2023.

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

Events 2023/ 2024

RX Austria & Germany

RX Wien GmbH
Messeplatz 1
1020 Wien, Austria
infoAT@rxglobal.com

RX Salzburg GmbH
Am Messezentrum 6
5021 Salzburg, Austria
infoAT@rxglobal.com

RX Deutschland GmbH
Völklinger Straße 4
40219 Düsseldorf, Germany
infoDE@rxglobal.com

rxglobal.com

 In the business of
building businesses

Elektrofachhandelstage Branchentreff in Österreich	22.09. – 23.09.2023 Design Center Linz elektrofachhandelstage.at
Bar Convent Berlin International Bar and Beverage Trade Show	09.10. – 11.10.2023 Messegelände Berlin barconvent.com
ALUMINIUM Business Summit by ALUMINIUM	07.11. – 08.11.2023 Altes Stahlwerk Düsseldorf aluminium-exhibition.com
Bauen+Wohnen Wien ¹ Internationale Messe für Bauen, Wohnen und Energiesparen	10.11. – 12.11.2023 Messe Wien bauenwohnenwien.at
Alles für den Gast Internationale Fachmesse für die gesamte Gastronomie und Hotellerie	11.11. – 15.11.2023 Messezentrum Salzburg gastmesse.at
PSI Die europäische Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft	09.01. – 11.01.2024 Messegelände Düsseldorf psi-messe.com
Bauen+Wohnen Salzburg ¹ Internationale Messe für Bauen, Wohnen und Energiesparen	08.02. – 11.02.2024 Messezentrum Salzburg bauen-wohnen.co.at
Die Hohe Jagd und Fischerei ¹ Internationale Messe für Jagd, Fischerei, Abenteuer, Natur & Reisen	22.02. – 25.02.2024 Messezentrum Salzburg hohejagd.at <i>zeitgleich mit der Absolut Allrad</i>
absolut allrad ¹ Sonderschau von Allrad- und Geländefahrzeugen	22.02. – 25.02.2024 Messezentrum Salzburg absolut-allrad.at <i>zeitgleich mit der Hohe Jagd</i>

¹Publikumsoffene Messen. Alle anderen Messen sind nur für Fachbesucher zugänglich.

AUF DER SUCHE NACH



MEHR NACHHALTIGKEIT?

Entdecke unsere
Adventskalender
mit Papierblister

WIR
KÖNNEN
HELLEN!



Scann dich
in unseren
Weihnachtsflyer

