

PSI JOURNAL

PSI Journal
Internationales Magazin
für Werbeartikel

Februar 2024
63. Jahrgang

Anzeige



Wir schicken unser
bestes Team auf den Platz!



ON TOP F RECY

- 1:0 farbenfroh
- 2:0 recycelt
- 3:0 recycelbar
- 4:0 klimaneutral
- 5:0 nachhaltig
- 6:0 europäisch
- 7:0 ...



Weitere ON TOP-Modelle:

ON TOP RECY ON TOP F ON TOP SI F ON TOP K transparent SI GUM ON TOP SI GUM ON TOP SI ON TOP transparent SI

Jetzt kostenloses Informationsmaterial anfordern: sales@uma-pen.com | Code: ONTOP

uma-pen.com

PSI JOURNAL



Ostern 2024
Highlights
JETZT KATALOG
ANFORDERN!

Produkt mit finanziellem
Klimabeitrag
ClimatePartner.com/19089-1903-1001

FSC
WÄLDER
FÜR IMMER
FÜR ALLE

ZUM VERSTECKEN VIEL ZU SCHADE!
Süße Ostergrüße individuell bedruckbar und in Premium-Qualität.



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



Gustav Daiber
Neue Kollektionen,
neue Farben

Product Guide
Fußball EM, Sport, Fitness,
Gesundheit
Ostern, Garten, Hobby,
Handwerk

Pure Waste
Cotton Classics wird
Vertriebspartner

Brand.it
Handy- und Tablet-Hüllen
nach Maß

PSI 2024

intensiv · innovativ · kreativ

Süße Osterpräsente

mit Augenleuchten-Garantie!

Über 20 Neuheiten für Ostern und Frühling 2024

Ostern 2024
Highlights
JETZT KATALOG
ANFORDERN!

TIPP



NEU

NEU

FRÖHE
Ostern



Die Experten für süße Werbemittel:
Mehr Begeisterung. Mehr Möglichkeiten. Mehr Service.



www.psi-network.de



Editorial

Kompakt und intensiv

Bis wenige Tage vor der PSI war die Welt noch in Ordnung. Dann riefen die Landwirte ihre einwöchige, bundesweite Demo-Woche aus, auf dem Fuß folgte die Meldung vom Bahnstreik am zweiten und dritten Messetag. Vorfreude schlug in Bedenken um. Blockierte Autobahnauffahrten am letzten Auftag. Einsetzender Bahnstreik am besucherstärksten zweiten PSI-Tag und anhaltende Bauern-Demos von Flensburg bis Rosenheim. Weiß Gott keine guten Vorzeichen.

Aber wann kann eine Messe, wann können Aussteller und Besucher beweisen, dass sie aus anderem Holz geschnitzt sind – die Messe, dass sie als europäische Leitmesse unverzichtbar ist, die Aussteller von klein bis groß, dass sie gut organisiert und leistungsstark sind und die Besucher, dass sie unerschrocken, mutig und kreativ die Dinge angehen und ihren Weg finden. Schon bei der Eröffnung des MoPA am Vorabend der Messe waren alle da, die geladen waren. Der OB der Stadt Düsseldorf, Dr. Stephan Keller (CDU), eröffnete das „Museum of Promotional Articles“ (MoPA), vor vollem Haus. Und selten hat man so viele lobende Worte in Sachen Werbearbeit aus so berufenem Mund gehört (Seite 18).

Von da an gerierte sich die PSI wie ein eindrucksvoller Selbstläufer, wobei man nicht vergessen darf, wieviel Arbeit dahintersteckt. Die Eröffnung der Messe selbst, eine Talkrunde mit Politik und Unternehmern, zeigte aber auch, dass auf dem Feld von Entbürokratisierung und Anerkennung des Werbearbeiters als vollwertige Werbeform noch eine gute Strecke Arbeit vor der Branche liegt. Markus Herbrand (FDP), Mitglied des Bundestages und Obmann seiner Fraktion im Finanzausschuss, zeigte, dass er gut im Thema ist, konnte aber keine großen Versprechen machen – wie auch, denn SPD und Grüne sind mit an Bord. Gutes Ergebnis der Runde: Man will verstärkt im Gespräch bleiben und Herbrand sagte zu, dass er die Themen und ganz konkrete Wünsche der Branche mit nach Berlin und in die richtigen Kreise nehmen werde.

Fazit der Tage in Düsseldorf: Es war kompakt und intensiv. Nicht so groß wie vor Corona (die neue Zeitrechnung), aber in einigen Punkten deutlich besser, weil informativer, kommunikativer, fokussiert auf Qualität und Nachhaltigkeit und getragen von einer wirklich kollegialen Grundstimmung. Zusammenarbeit und Kooperation sind die Bausteine der Zukunft. Und zu guter Letzt: Trotz Demos und Streik mehr Besucher – Qualität setzt sich durch. Das gilt auch und besonders für Aussteller, für alles Ausgestellte, für Besucher und Veranstalter. Danke.

In diesem Sinne

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

This pen is
as simple as 1+1



New DS11.
Keep it simple.

prodir®

Personality pens.
Swiss made.

Prodir Deutschland
Hotline +49 6762 4069 0
Prodir Schweiz
T +41 91 935 55 55
Prodir Österreich
T +43 7205 69480

www.prodir.com
open.prodir.com

– Anzeige –

NEU!

Erhältlich ab
Februar 2024!

Ein Stift für jede Seite von dir

Jetzt gibt es den BIC® 4 Colours®
in noch vielseitigeren Veredelungen.
Welche Farbe passt am besten zu dir?



BIC® 4 COLOURS® GRADIENT

BIC® 4 COLOURS® BICOLOR

Die beste
Sommer-Stimmung

Ein Metallic-Look mit
künstlerischer Note



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

| | |
|---|----|
| TRENDS & BRANDS | 6 |
| MARKTFORSCHUNG | 10 |
| PSI 2024 | |
| PSI im Aufwind: Überzeugender Start ins Messejahr | 12 |
| Premiere: Museum of Promotional Articles feierlich eröffnet | 18 |
| PSI Night reloaded: Branche feiert und tanzt | 20 |
| Newcomer und Start-ups: Plattform für erfolgreiches Wachstum | 24 |
| PRODUCT GUIDE | |
| Fußball-EM, Sport, Fitness, Gesundheit | 30 |
| BRANCHE | |
| Unternehmen, Ereignisse, Märkte | 48 |
| Cotton Classics/Pure Waste: Kollektion mit natürlichem Chic | 54 |
| Welcome Home 2023: Hin zum Kunden mit neuem Konzept | 56 |
| A&O Adventstour 2023: Roadshow mit Win-win-Effekt | 60 |
| PromoAlliance: Märkte besser verstehen | 62 |
| PRODUCT GUIDE | |
| Ostern, Garten, Hobby, Handwerk | 64 |
| UNTERNEHMEN | |
| Gustav Daiber: Wärmende Workwear und neue Farben | 78 |
| Brand.it: Handy- und Tablet-Hüllen nach Maß | 80 |
| PRODUCT GUIDE | |
| Innovative Produkte | 82 |
| MEINUNG | 86 |
| VORSCHAU – IMPRESSUM | 88 |



Der Starke &

Nachhaltige!

Arnie – Nachhaltig, hochwertig und umweltbewusst:

Entdecken Sie unseren neuen Gymbag Arnie – aus 100 % Fairtrade Baumwolle, im stilvollen Design mit funktionaler Vielseitigkeit. Dank der extra dicken Kordeln in der jeweiligen Taschenfarbe lässt er sich leicht auf den Schultern tragen und bietet eine optimale Passform. Mit einer komfortablen Größe von 40 x 47 / 7 cm bietet er reichlich Stauraum für Sportausrüstung, tägliche Notwendigkeiten oder Einkäufe – ideal für den umweltbewussten Alltag und als einzigartiger Werbeträger.

Der Gymbag Arnie überzeugt nicht nur durch Nachhaltigkeit und Komfort, sondern auch durch Qualität. Mit einer stabilen Grammatik von 190 g/m² ist er langlebig und strapazierfähig. Zusätzlich ist er mit dem Fairtrade-Siegel zertifiziert, was faire Arbeitsbedingungen und gerechte Entlohnung der Produzenten garantiert.

Arnie ist in den Farben Nature, White, Black, Navy und Grey erhältlich und kann mit Ihrem Logo oder Ihrer Botschaft nachhaltig bedruckt werden. Zeigen Sie Ihr Engagement für Umweltschutz und Qualität und setzen Sie ein Zeichen für eine bessere Welt, indem Sie unseren Gymbag Arnie aus 100 % Fairtrade Baumwolle wählen.

Gemeinsam gestalten wir eine nachhaltige Zukunft!



www.misterbags.de



Überzeugender Start ins Messejahr

12

Voll belegte Messehallen, steigende Besucherzahlen, mehr als zufriedene Aussteller, optimistische Stimmung: Die PSI 2024 hat gezeigt, dass Europas Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft wieder im Aufwind ist. Das PSI hat bewiesen, dass es seine Mitglieder mit passenden Angeboten und praktikablen Lösungen zu begeistern versteht – ob in den Messehallen oder mit der PSI Night. Und mit dem von der Cybergroup initiierten MoPA gab es auch gleich noch eine erfolgreiche Premiere rund um den Werbeartikel. In dieser und der nächsten Ausgabe des PSI Journals lassen wir die Messe Revue passieren.

Mit Sportsgeist werben

30

Schon bald rollt der nächste Sommer auf uns zu – und mit ihm die Fußball-EM in Deutschland. Eine runde Sache auch für die Branche und ihre Produkte. Wir stellen eine sportliche und „gesunde“ Auswahl vor. Doch auch das erwachende Frühjahr lädt zu Aktivitäten drinnen und draußen ein. Und auch diese lassen sich natürlich aktiv und haptisch bewerben.



Märkte besser verstehen

62

PSI, ASI und Sourcing City intensivieren ihre Zusammenarbeit und ihre strategische Partnerschaft. Ziel der „PromoAlliance“ ist es, Händlern, Lieferanten und Veredlern eine Plattform zu bieten, um internationale Märkte kennen- und verstehen zu lernen sowie interkontinentale Kunden bedienen zu können.



TRENDS & BRANDS IN EINEM

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

Marktplatz der Möglichkeiten

Ein Fest für die Sinne mit einem vielseitigen Angebot an trendigen, werbestarken Produkten aus allen Segmenten. Ein bunter Marktplatz zahlloser Möglichkeiten. Das Repertoire auf der PSI 2024 spannte einen großen Bogen von frech-fröhlich-bunt über klassisch und nachhaltig bis zu stylish in unterschiedlichsten Materialien. Ein Feuerwerk an Trends und Innovationen.



KARLOWSKY®
INNOVATIVE WORKWEAR EST. 1892

**NACHHALTIGE
UND BEQUEME POLOSHIRTS
IN 6 TRENDFARBEN**

Jetzt
bei

l-shopteam
textile partner



**GRÜNER
KNOPF**
SOZIAL, ÖKOLOGISCH, STAATLICH
UNABHÄNGIG ZERTIFIZIERT.
www.g-k.eu/karlowisky

**Global Recycled
Standard**
certified by Control Union, G. 131013
www.recycledstandard.com

PM 6
WORKWEAR
POLO-SHIRT FÜR HERREN
PF 6
POLO-SHIRT FÜR DAMEN

ZERTIFIZIERT UND NACHHALTIG

Stretchanteil und leichter Stoff sorgen für angenehmen Tragekomfort | aus recyceltem Plastik | perfekt für Veredelungen geeignet



WEISS
95°

FARBIG
60°

BIS
5XL

Wer schreibt, der bleibt

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



Auge, Geist und Seele essen mit

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



daiber

ANNA PFLEGT*

* ihren ersten Setzling in der Corporate Fashion von Daiber. Bequem, langlebig, funktional. Das ideale Outfit für ihren ersten Arbeitstag. Und der Beginn einer lebenslangen Beziehung.

Daiber und Du. Ein Leben lang.

Erfahre hier,
wie es mit Anna
weitergeht:



Marktforschung

TROTZ REZESSION: 61 PROZENT DER MARKETERS OPTIMISTISCH



Für die Studie „The Voice of the Marketer 2024“ hat der britische Werbeforscher WARC mehr als 1.400 Marketing-Entscheider weltweit befragt. 64 Prozent sagten, dass die Rezession den größten Einfluss auf ihre Marketingaktivitäten haben werde. Trotzdem geht eine Mehrheit von 61 Prozent davon aus, dass die Geschäfte 2024 besser laufen werden als vergangenes Jahr. Das wirkt sich auch auf die Mediabudgets aus. 41 Prozent der Marketing-Entscheider gehen davon aus, dass die Marketingbudgets steigen werden. In Europa (37 Prozent) und Nordamerika (35 Prozent) sind die Erwartungen etwas niedriger. In der APAC-Region (Asien, Australien, Ozeanien) ist die Zuversicht größer. Hier rechnet sogar jeder zweite Befragte mit steigenden Werbeausgaben.

horizont.net, „Mit diesen Erwartungen gehen Marketer weltweit ins Jahr 2024“

**Werbeausgaben
steigen um
4,6 Prozent auf
752,8 Mrd. Dollar**

Dentsu schätzt in seinem aktuellen „Ad Spend Forecast“, dass es im laufenden Jahr zu steigenden Werbeausgaben kommen wird. Das Agenturnetzwerk sagt dabei ein weltweites Wachstum von 4,6 Prozent auf eine Netto-Investitionssumme von voraussichtlich 752,8 Milliarden US-Dollar bis zum Jahresende voraus. Der amerikanische Kontinent wird demzufolge voraussichtlich den asiatisch-pazifischen Raum als dynamischste Region ablösen. Für den deutschen Werbemarkt wird ein Wachstum der Werbeinvestitionen von 1,8 Pro-

zent erwartet. Das Gesamtvolumen soll sich dann auf 26 Milliarden Euro belaufen. Die anstehende Fußball-Europameisterschaft im eigenen Land könnte dabei einen erheblichen positiven Einfluss haben. adzine.de, „Agenturwelt blickt optimistisch auf den deutschen Werbemarkt 2024“



Die Nachfrage nach nachhaltigen Produkten steigt, entsprechend setzen immer mehr Unternehmen auf „nachhaltige“ Werbeaussagen. Die am 17. Januar 2024 vom Europäischen Parlament verabschiedete Empowering Consumers Directive (ECD) markiert einen entscheidenden Wendepunkt in der Nachhaltigkeitskommunikation von Unternehmen. So sollen Greenwashing-Taktiken verboten, vage Umweltzertifikate eingeschränkt und Nachhaltigkeitsiegel durch eine Überprüfung durch Dritte untermauert werden. Das neue Gesetz sieht eine Umsetzungsfrist von ab jetzt 24 Monaten vor; das heißt, die ECD wird aller Voraussicht nach 2026 in Deutschland umgesetzt sein. wuv.de, eeb.org

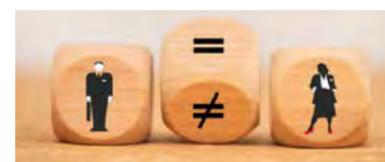
Wendepunkt für „nachhaltige“ Werbeaussagen

Markenmanagement

**77 Prozent der CMOs
sehen höheren Stresslevel**

Laut einer Studie der Brand Management Plattform Frontify sind 77 Prozent der CMOs in der DACH-Region der Meinung, dass das zweite Halbjahr 2023 mit Blick auf das Markenmanagement noch stressiger war als zur Hochphase von Corona. Trotz schwieriger wirtschaftlicher Bedingungen halten CMOs an ihren Plänen zur Investition in die Marke fest. Laut Umfrage ist es für den Erfolg entscheidend, das Wissen über die Zielgruppe in die Produktentwicklung (42 Prozent) einfließen zu lassen, gefolgt von einem starken USP (40 Prozent) und einem leistungsfähigen Team (37 Prozent). absatzwirtschaft.de, „Wirtschaftliche Krise stellt CMOs vor Herausforderungen“

Der Frauenanteil in den Vorständen der Privatwirtschaft ist im vergangenen Jahr wieder etwas stärker gestiegen: Rund 18 Prozent betrug er im Spätherbst 2023 in den 200 umsatzstärksten Unternehmen (Top-200) in Deutschland – etwa zwei Prozentpunkte mehr als im Jahr zuvor.



In den 40 größten börsennotierten Unternehmen (DAX-40) war der Anteil der Vorständinnen mit 23 Prozent sogar noch etwas höher. Zu diesem Ergebnis kommt das Managerinnen-Barometer des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW). Eine zusätzliche Studie zeigt, dass das Gender Pay Gap in einem Betrieb sinkt, wenn dort mehr Frauen in Führungspositionen kommen. div.de

her. Zu diesem Ergebnis kommt das Managerinnen-Barometer des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW). Eine zusätzliche Studie zeigt, dass das Gender Pay Gap in einem Betrieb sinkt, wenn dort mehr Frauen in Führungspositionen kommen. div.de

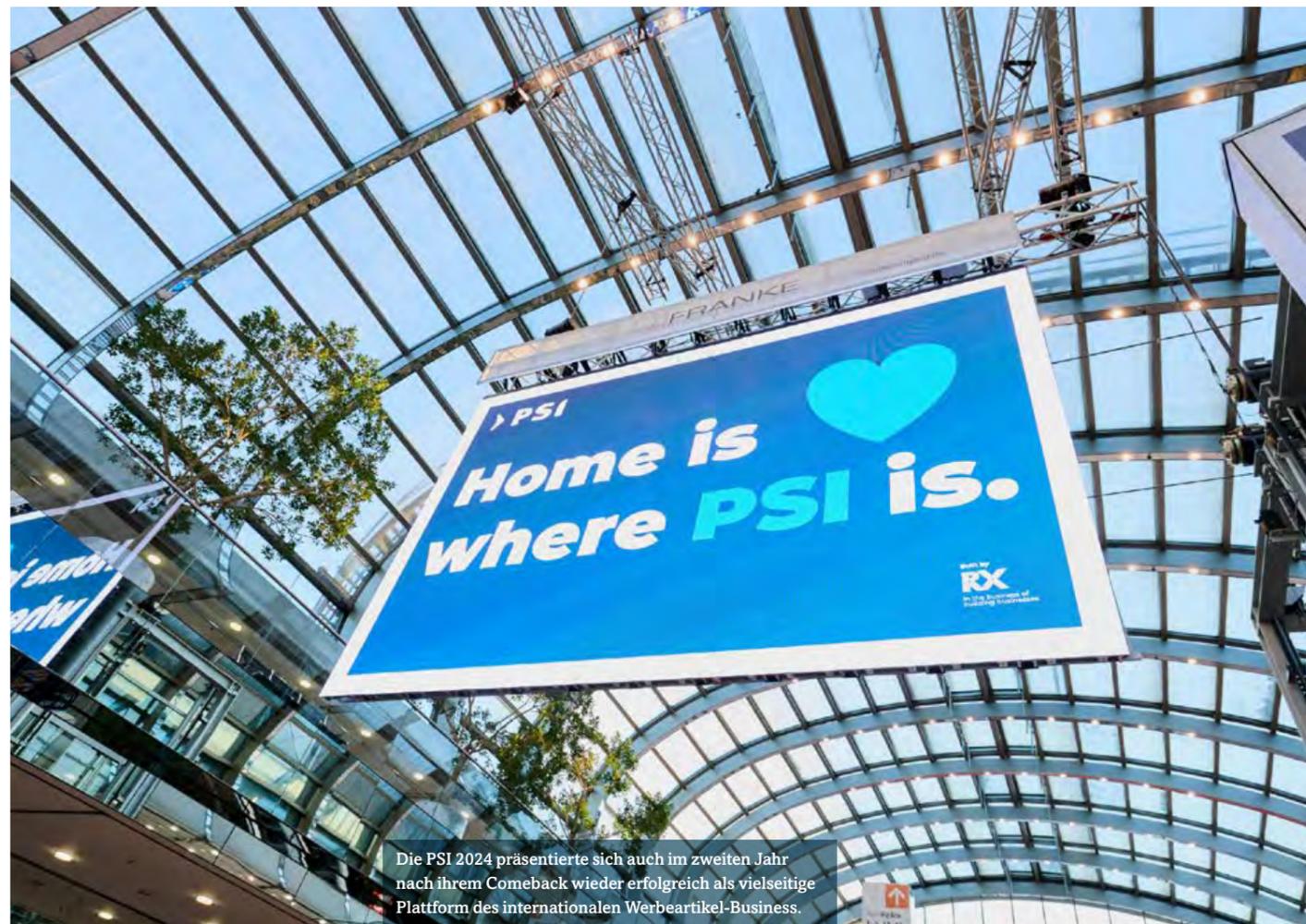
**von 5
Vorständen
weiblich**

KI für Cybersicherheit?

Künstliche Intelligenz wird schon in wenigen Jahren die Gesellschaft spürbar verändert haben – davon geht eine deutliche Mehrheit der Bundesbürgerinnen und Bundesbürger aus. Etwas mehr als ein Viertel (28 Prozent) sagt, KI habe bereits zu spürbaren Veränderungen geführt, im Laufe dieses Jahres rechnen weitere 8 Prozent damit. Die Deutschen stehen dem Einsatz von KI in einer Vielzahl von Lebensbereichen offen gegenüber. So wünschen sich 8 von 10 (79 Prozent), dass KI für die Cybersicherheit genutzt wird. 70 Prozent möchten KI im Gesundheitswesen. Zwei Drittel (66 Prozent) wollen, dass KI im Bereich Umwelt und Nachhaltigkeit genutzt wird. Im Online-Handel möchten 56 Prozent der Menschen KI sehen. Das sind die Ergebnisse einer Befragung im Auftrag des Digitalverbands Bitkom. bitkom.org

**79% der
Deutschen
sagen**

Ja



Die PSI 2024 präsentierte sich auch im zweiten Jahr nach ihrem Comeback wieder erfolgreich als vielseitige Plattform des internationalen Werbeartikel-Business.

PSI 2024: Überzeugender Start ins Messejahr im Aufwind

Die PSI, die vom 9. bis 11. Januar in Düsseldorf über die Bühne ging, hat mit voll belegten Messehallen, erneut steigenden Besucherzahlen und optimistischer Stimmung ihre Bedeutung im Markt eindrucksvoll belegt. Als Europas Leitmesse für die Werbeartikelwirtschaft steht sie für eine dynamische, innovative Branche, die den Herausforderungen des Marktes von jeher klug, kraftvoll und kreativ begegnet.



Was sich im Vorjahr schon angedeutet hat, war jetzt offensichtlich: Die PSI hat ihre prominente Position im europäischen Werbeartikelmarkt gefestigt und ihre Bedeutung als Marktplatz, internationaler Branchentreff und Wissensplattform erneut unter Beweis gestellt. Die drei geschäftigen PSI-Tage, die das Messejahr seit über 60 Jahren einleiten, waren für Aussteller und Besucher wieder randvoll mit Terminen, frischen Ideen und fundiertem Wissen, aber auch vielen Treffen und schönen Momenten, die zum erfolgreichen Business ebenso dazugehören.

PSI Branchenbarometer: Branche ist optimistisch

Die europäische Branche ist mit Blick auf das laufende Geschäftsjahr optimistisch. Das machen die Ergebnisse des PSI Branchenbarometers deutlich, das zur PSI 2024 neu aufgelegt wurde. Laut der internationalen Umfrage innerhalb des PSI Netzwerks erwarten die Teilnehmenden für 2024 europaweit eine Umsatzentwicklung von durchschnittlich +4,5 Prozent. Auf der anderen Seite deckt das Branchenbarometer auch die größten Aufgaben auf, die es zu lösen gilt. So nannten 70 Prozent der Befragten die Preissensibilität beim Kunden als ihre größte Herausforderung, gefolgt von zu hohen Nebenkosten (61 Prozent), Wettbewerb (49 Prozent) und Schwierigkeiten in den Lieferwegen und der Logistik (42 Prozent).

Positive Resonanz und gute Stimmung

Der Tenor unserer vielen Begegnungen und Gespräche war eindeutig positiv: Wir sind vielen optimistischen, gut gelaunten und tatkräftigen Ausstellern und Besuchern begegnet, die sich mit Organisation, Hallenplanung und Betreuung durch die Messeleitung durchweg zufrieden zeigten. Zu ihrer Einschätzung der Messe, zu Trends und Innovationen lassen wir in dieser und vor allem in der Folgeausgabe eine ganze Reihe Messeteilnehmer zu Wort kommen, die authentische Informationen aus erster Hand liefern. Insgesamt machte die Messe deutlich, dass PSI seinen Mitgliedsfirmen gut zugehört und es geschafft hat, für deren Bedürfnisse passende Angebote und praktikable Lösungen anzubieten. Die gut besuchte Eröffnungsrunde mit vielen internationalen Gästen, die ausgelassene Stimmung auf der ausgebuchten PSI Night, angeregte Diskussionen von Unternehmern und Politikern – das sind nur einige der Themen, die zeigen, dass die PSI auf dem richtigen Weg ist. Und der geht ganz klar nach oben.

Branche gemeinsam gestalten

Mit 567 Ausstellern (Vorjahr: 463) aus 29 Nationen, was eine volle Flächenauslastung der Hallen 9 und 10 bedeutete, und 11.003 Besuchern aus 69 Ländern (Vorjahr: 10.509) ist der PSI ein überzeugender Start ins neue Messejahr gelungen. „Ich bin total überwältigt von der positiven >>>



Innovativ, inspirierend und kommunikativ: Der Branchenevent am Jahresanfang gehört einfach dazu.



Resonanz unserer Aussteller und Besucher. Sie zeigt, dass wir mit unserer Vision einer Neupositionierung von Werbeartikeln auf dem richtigen Weg sind“, freut sich PSI Director Petra Lassahn und ergänzt: „Das ist nur mit einem so außergewöhnlichen Netzwerk von PSI-Partnern und Freunden möglich.“ Das weltweite PSI-Netzwerk und die Messe zeigen immer wieder aufs Neue die Bereitschaft der Branche, Krisen gemeinsam zu meistern. „Die PSI ist in der heutigen Zeit angekommen, in der es nicht immer um höher, schneller, weiter geht, sondern um Authentizität, Innovation und Einheit“, resümiert Michael Köhler, Geschäftsführer von RX Deutschland, dem Veranstalter der PSI. Es gehe ihm vorrangig darum, in vernünftigem Dialog die Zukunft gemeinsam zu planen, zu gestalten und neue Herausforderungen gemeinsam anzupacken.

www.psi-messe.com



Bildungsauftrag des PSI: Vorsprung durch Wissen

Sich Wissen und Informationen anzueignen und sich darüber auszutauschen, das ist das beste Rüstzeug, um auf Veränderungen zu reagieren und sinnvolle Entscheidungen treffen zu können. Seine Mitglieder auf dem Weg in die Zukunft zu unterstützen und zu begleiten, sieht PSI als seinen „Bildungsauftrag“, dessen Umsetzung auf der Messe in hochwertigen, maßgeschneiderten Education Formaten erlebbar war. An allen Messtagen gab es halbstündige Vorträge, viele davon in englischer Sprache, zu Themenkreisen wie etwa Künstliche Intelligenz, Cyber-Sicherheit, Plagiat-Prävention, die neue EU-Produktsicherheitsverordnung, die EU-Spielzeugverordnung und digitaler Produktpass. Darüber hinaus kündigte Petra Lassahn die Gründung der „PSI Sustainability Academy“ an. Lassahn: „Das Thema Nachhaltigkeit wird die Zukunft der Werbeartikelwirtschaft weiter mitbestimmen. Wir werden die Branche dabei begleiten.“ Geplant ist, dass PSI mit internationalen Referenten aus ganz Europa exklusive Master-Classes und Workshops für die Mitglieder anbieten wird. „Im nächsten Schritt sollen auch die PSI Sustainability Awards im kommenden Jahr in neuer Gestalt zurückkehren“, sagte Petra Lassahn.

Internationale Partnerschaften im Fokus

Sichtbarer Ausdruck der internationalen Zusammenarbeit war das Partnerland Niederlande, das traditionell eine große Ausstellergruppe auf der PSI stellt. Die erste Länderpartnerschaft der PSI, die auf der Messe unter anderem im Dutch Pavillion sichtbar wurde, war ein Pilotkonzept, das nach Ansicht von Joop van Veelen, Vorstandsvorsitzender des niederländischen Branchenverbandes PPP (Promotional Products Professionals), erfolgreich startete. Sein Fazit: „Die große Internationalität der PSI war ein Riesenvorteil für uns. Gerade im Hinblick auf Themen wie Nachhaltigkeit sowie Rechtsgrundsätze und Regulierungen auf europäischer Ebene, müssen wir immer auf dem neusten Stand sein, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Dafür sind internationale Partnerschaften und der Austausch hier auf der Messe immens wichtig.“ <

Branche trifft Politik Traditioneller Messerundgang

Nach der Eröffnung der PSI, die gleichzeitig Pressekonferenz ist, begibt sich seit vielen Jahren ein kleiner Tross aus Politik, Presse und Messeveranstaltern auf den Rundgang durch die Messe mit einigen Stopps bei ausstellenden Unternehmen.

elasto: Bürokratische Hindernisse aufgezeigt

Bei „elasto“ informierte Marcus Sperber die beiden FDP Bundstagsabgeordneten Markus Herbrand und Manfred Todtenhausen über das bayerische Familienunternehmen, das seit 1980, also schon über 40 Jahre, Werbeartikel produziert, importiert und vertreibt. Dies mit weltweit 350 Mitarbeitern, 1.400 Artikeln im Shop, von denen deutlich über 600 in Deutschland hergestellt werden. Marcus Sperber hatte schon in der PSI-Eröffnung deutlich gemacht, wie sehr die Branche unter bürokratischen Hemmnissen leidet und führte dies an Produktbeispielen auf seinem Stand vor.

Fare: Stellenwert von Werbeartikeln endlich anerkennen

Volker Griesel, geschäftsführender Gesellschafter bei Fare, hatte Manfred Todtenhausen schon in seiner Firma zu Gast. Eine politische Aktivität, die Beispiel geben sollte. Griesel unterstrich auf der PSI noch einmal die Bitte, endlich dem Werbeartikel durch die Politik die Bedeutung zukommen zu lassen, die er für die Werbewirtschaft schon lange hat.

uma: Beeindruckender Einblick in die Praxis

Von der Bedeutung des Werbeartikels und technischem Fortschritt konnte sich die Politik auch bei Uma überzeugen, einem renommierten Hersteller von Schreibgeräten seit 1949. Ganz individuell konnten bei Uma, sehr zum Erstaunen der beiden Abgeordneten, in kürzester Zeit Schreibgeräte mit deren Namen gebrandet werden. „Wir werden mitnehmen, was wir hier erlebt und gesehen haben“, sagte Manfred Todtenhausen nicht ohne sichtliche Anerkennung, als er seinen Blick über die Stände der PSI schweifen ließ.

MoPA: Siegeszug des Werbeartikels faszinierend dokumentiert

Auch vom MoPA (Museum of Promotional Articles) war die Politik beeindruckt. Wer weiß schon, dass die Geschichte des Werbeartikels bis ins 18. Jahrhundert zurückreicht, allerdings erst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts mit der wachsenden Industrialisierung richtig in Fahrt kam.



Beim traditionellen Messerundgang am ersten Messtagen besuchten Markus Herbrand und Manfred Todtenhausen die Stände von elasto, uma und Fare und wurden von Steven Baumgaertner durch das MoPA geführt. Sichtlich beeindruckt von den Informationen und Demonstrationen versprach Todtenhausen: „Wir werden mitnehmen, was wir hier erlebt und gesehen haben.“ Das hoffen wir alle.



Eine Geschichte, die mehr als deutlich unterstreicht, dass der Werbeartikel als wichtiges Instrument der Werbung geboren wurde und inzwischen seinen Siegeszug um die Welt angetreten hat. Nahezu kein Unternehmen, ob traditionell oder hoch technisiert und digitalisiert, tritt am Markt ohne dieses Werbe-Tool auf. „Es wäre schön, wenn die Mehrheit der deutschen Politik dies in Berlin auch so sehen würde“, sagte Messe-Chefin Petra Lassahn beim Rundgang durch das MoPA. <

Lobbyarbeit für die Branche PSI als Vermittler zwischen Unternehmen und Politik

Eine restriktive und ungerechte Steuergesetzgebung und die vielschichtigen Zusammenhänge von Werbeausgaben und wirtschaftlichem Umfeld haben die Werbeartikelbranche von jeher zum Dialog mit der Politik gedrängt. Schon PSI-Gründer Walter Jung legte den Grundstein für Lobbyarbeit und setzte sich gemeinsam mit Mitstreitern aus der Branche bei Politikern für die Belange der Mitgliedsfirmen ein. Seither bietet PSI mit der Messe immer auch eine Plattform, auf der PSI-Unternehmer mit Politikern zusammentreffen und ihnen ihre Probleme erläutern können. Heute verfügt PSI über wertvolle Kontakte in politische Kreise und wird sein Engagement in Sachen Lobbyarbeit weiter ausbauen.



Die Messe wurde von Michael Köhler, Geschäftsführer von RX Deutschland und PSI-Director Petra Lassahn eröffnet.

Auch auf der PSI 2024 waren mit den beiden Bundestagsabgeordneten Markus Herbrand und Manfred Todtenhausen (beide FDP) zwei Politiker zu Gast, die ein offenes Ohr für die Sicht der Branche hatten.

Markus Herbrand, finanzpolitischer Sprecher der FDP-Bundestagsfraktion, erlebte bereits die dritte PSI, so dass manche Argumente für ihn nicht ganz neu waren. Er diskutierte im Rahmen des PSI Openings – moderiert von der Journalistin Emily Whigham – mit PSI-Director Petra Lassahn, Marcus Sperber, Geschäftsführer von elasto,

und Steven Baumgaertner, CEO Cyber-Wear. Im Anschluss an die Diskussion konnten sich die Abgeordneten beim Messerundgang im Gespräch mit weiteren Werbeartikelunternehmen ein detailliertes Bild von der Situation der Branche machen. Beide versicherten, sich für die geforderte Verbesserung der Rahmenbedingungen einzusetzen.

Langwierige Prozesse

Auf die berechtigte und durchaus kritisch gemeinte Frage der Moderatorin, was sich denn im Laufe des Jahres getan hat, führte Markus Herbrand die beiden Gesetzesvorhaben Bürokratie-Entlastungsgesetz und Wachstumschancen-Gesetz ins Feld, die ihren langen Weg durch den demokratischen Prozess angetreten hätten, aber immer wieder stecken geblieben. Man sei mit der Branche im Austausch und wisse, dass sie wie viele andere unter massiver bürokratischer Belastung leide. Allerdings hätten sich die Probleme über lange Zeit entwickelt, seien nun weiter verschärft durch Inflation, Lieferkettenprobleme und Energiekrise und daher auch nicht einfach und schnell zu lösen.

Bisher keine Entlastungen angekommen

Dass diese Antwort nicht überzeugte, war Marcus Sperber und Steven Baumgaertner deutlich anzumerken. Sperber wies darauf hin, dass Deutschland in puncto Wachstum zu den Schlusslichtern der G20-Staaten zählt, auch wenn die Branche wieder eine positive Umsatzentwicklung erreicht hat. Baumgaertner bestätigte dies und betonte,



Zur Messeeröffnung bringt PSI traditionell Branche und Politik zusammen. In diesem Jahr diskutierten Markus Herbrand, finanzpolitischer Sprecher der FDP-Bundestagsfraktion (oben rechts) mit Steven Baumgaertner, CEO Cyber-Wear, Marcus Sperber, Geschäftsführer von elasto und PSI-Director Petra Lassahn über die Verbesserung der Rahmenbedingungen zur Entlastung der Branche.



Ein Messeauftritt mit gut besetzten Reihen und vielen internationalen Gästen.



dass das „Bürokratiemonster“ in Deutschland den Unternehmen viele Steine in den Weg wirft, die das produzierende Gewerbe belasten. Dass die Branche trotz Kostensteigerungen bei Personal und Energie wieder auf Wachstumskurs ist, erfordert umso größere Anstrengung. Vor allem KMU im Handel, die nicht auf internationales Geschäft bauen können, sondern regional arbeiten, sind besonders betroffen, da ihre kleinen und mittelständischen Kunden heute verstärkt an Werbung sparen. „Wir brauchen Wachstum und hierzu müssen wir Probleme wie etwa Energiekosten, hohe Nebenkosten für Lager und Logistik, Lieferketten und Arbeitskräftemangel in den Griff bekommen. Wir können diese Belastungen nicht unbegrenzt kompensieren“, sagte Baumgaertner mit Blick auf die Politiker und betont, dass bisher keine Entlastungen bei den Unternehmen angekommen sind.

Klare Forderungen der Branche

Was fordert die Branche? „Wir müssen raus aus der Dokumentationspflicht, die Obergrenzen müssen fallen, die steuerliche Benachteiligung des Werbeartikels muss aufgehoben werden. Ich habe kein Verständnis dafür, dass es politisch nicht vorangeht – da wünsche ich mir mehr Unternehmer-

geist und mehr Verständnis für unsere Situation“, brachte es Baumgaertner auf den Punkt – inzwischen etwas ungehalten, ebenso wie Sperber, der die Herausforderungen der Branche betonte und ebenfalls eine Verbesserung der Rahmenbedingungen forderte.

Mehr Wachstum nötig

„Ich teile die Einschätzung, dass wir mehr Wachstum brauchen und bei den Themen Energie, Arbeitskräfte und Bürokratieabbau unsere Hausaufgaben machen müssen“, sagte Markus Herbrand. Er räumte ein, dass noch mehr passieren könnte, warb aber auch um Verständnis dafür, dass viele Vorhaben politisch nur langsam umsetzbar sind. Mit Blick auf die kommenden Messetage sagte Baumgaertner: „Ich freue mich darauf, dass wir hier alle zusammenkommen, uns austauschen, Probleme diskutieren und Lösungen finden. Der Zusammenhalt in der Branche ist groß – auch international. Dieses partnerschaftliche Miteinander lässt mich zuversichtlich in die Zukunft blicken.“ Dass die Branche auf den Partner PSI zählen kann, bestätigt Petra Lassahn: „Das PSI wird die Diskussion und den Austausch mit der Politik weiter im Blick behalten und fördern.“

Eindrucksvolle Premiere

Museum of Promotional Articles feierlich eröffnet

Gute Kunst ist zeitlos. Und jede besondere Kunst hat seine Zeit. Der sogenannten zeitgenössischen Kunst widmet sich das weltbekannte MoMA, das Museum of Modern Art in New York. Die PSI Messe 2024 nun bereitete dem MoPA, dem Museum of Promotional Articles, den angemessenen Boden für eine eindrucksvolle Premiere.



Steven Baumgärtner, Michael Köhler und Petra Lassahn begrüßten die Gäste.

Das MoPA ehrt und adelt veredelte, also dem Zwecke der Werbung dienliche Produkte gewissermaßen zu einer eigenen Kunstform und gibt der haptischen Werbeform mit der ausführlichen Dokumentation seiner Entwicklung nicht nur eine profunde geschichtliche Basis, sondern befasst sich zudem auch mit den gegenwärtigen und künftigen Ikonen der Werbeartikel- und Merchandising-Industrie.

Ein Werk der Cybergroup

Zur feierlichen Eröffnung des MoPA, einem Opus des Teams der Cybergroup International, am Messerabend in Nachbarschaft des PSI Forums in Halle 10 erschien auch Düsseldorfs Oberbürgermeister Dr. Stephan Keller. Begrüßt wurde er und die vielen Gäste von PSI-Direktorin Petra Lassahn, RX Deutschland-Geschäftsführer Michael Köhler und Cybergroup-CEO Steven Baumgaertner. Die Präsenz des OB unterstrich die Bedeutung dieser einzigarti-



Düsseldorfs Oberbürgermeister Dr. Stephan Keller würdigte die Ausstellung als „ein Zeugnis für die Entwicklung des Marketings und der nachhaltigen Wirkung von Werbeartikeln auf unsere Kultur“.

gen Ausstellung. In seiner Ansprache dankte er der Cybergroup International und dem PSI für die Umsetzung dieses ambitionierten Projekts, das den Besucher mitnimmt auf eine Zeitreise durch die faszinierende Geschichte des Werbeartikels und sogar einen Blick in die Zukunft wagt. „MoPA ist mehr als eine Ausstellung, es ist ein Zeugnis für die Entwicklung des Marketings und der nachhaltigen Wirkung von Werbeartikeln auf unsere Kultur“, so Dr. Keller. Er ließ sich nicht nehmen, sich selbst im Zuge einer ersten Museums-Führung durch MoPA-Initiator Steven Baumgaertner auf Entdeckungsreise in die spannende Welt der Werbeartikel zu begeben. Die PSI Messe, die seit Jahrzehnten in den Düsseldorfer Messehallen über die Bühne geht, würdigte Dr. Keller als wegweisende Innovationsplattform und Treffpunkt einer dynamischen Branche.

Maßgeschneiderter Rahmen

Glücklich zeigte sich auch Petra Lassahn, dieser einzigartigen Präsentation mit der PSI Messe einen wie maßgeschneiderten Rahmen geben zu können: „Wir freuen uns,



Auch Düsseldorfs OB Dr. Stephan Keller (links) zeigte sich von den Exponaten beeindruckt.



Jeder Raum der Ausstellung widmete sich exemplarisch der Entwicklung eines Werbeartikel-Klassikers.



dass diese tolle Ausstellung auf der PSI Premiere feiert. Die Geschichte der Werbeartikel und die historisch gewachsene Bedeutung von Werbeartikeln im Marketingmix sind ein spannendes Thema, welches die Menschheit seit vielen Jahrhunderten beschäftigt. Es ist uns eine Ehre, diesem wunderbaren Werbeartikel-Museum auf der PSI die Bühne zu bereiten.“

Geschichte, Gegenwart und Zukunft des Werbeartikels

Die Pop up Ausstellung dokumentiert auf 170 Quadratmetern, aufgeteilt in sechs Räume sowie einen MoPA Museums Shop, in ausführlicher Weise die Historie von Werbung und die Entwicklung „klassischer“ Produktgruppen. Jeder Raum repräsentiert die Entwicklung einzelner Artikelwelten, von der generellen Entstehung bis hin zum ersten Einsatz in der Welt der Werbung. Und natürlich richtet sich der Blick auch in die Zukunft: Wohin und wie entwickeln sich Werbeartikel und Merchandising? Welchen Einfluss haben moderne Technologien und wie können



Initiator Steven Baumgärtner ließ es sich nicht nehmen, kleine Führungen durch die Ausstellung zu leiten.

sie in unsere Zukunft der haptischen Werbung integriert werden? Damit greift die Pop-Up Ausstellung auch topaktuelle Fragestellungen auf, die die Werbeartikelbranche bewegen.

Liebe zum Detail

Seit 12 Monaten arbeitete bei der Cybergroup ein Team von sechs Mitarbeitern viel Liebe zum Detail in akribischem Feintuning daran, die Geschichte des Werbeartikels zu entdecken und erlebbar zu machen. Auf der ganzen Welt wurde recherchiert, nach Unikaten Ausschau gehalten und Kontakte zu anderen Museen geknüpft, um eine weltweit einzigartige Ausstellung zu kuratieren

Weltweit einzigartige Sammlung

Von der Antike bis in die Zukunft – alles dreht sich um haptische Produkte, die – schließlich mit Werbeanbringung veredelt – Eindruck hinterlassen. „Es geht um die Synthese der wichtigsten Zeitzegen seit Beginn an, die mitunter auch immer als Belege einer Zivilisationsperiode galten: Opfergaben, Wahlkampf, Werbung, Markenbildung oder eben Mitarbeiterfindung und -bindung sind in angewandter Kunst und allen Handwerken als Kunstformen eingeschlossen. Unser Ziel ist es, eine weltweit einzigartige Sammlung an Zeitzegen zu kuratieren, die die Historie wie aber auch die Komplexität der Branche gleichermaßen wertschätzt“, so Steven Baumgaertner und ergänzt: „Mit ihrer Premiere auf der PSI 2024 wollen wir die Ausstellung auf Reisen schicken. In Kooperation mit den europäischen Leitverbänden sollen die Exponate, soll die Historie des Werbeartikels, europaweit begeistern.“ Gelingen ist dies allemal schon mit den zahlreichen Gästen der MoPA-Premiere.

Im Anschluss an die Eröffnung fanden sich die Gäste aus allen Teilen der Werbeartikelwelt zum kommunikativen Get-together zusammen.



PSI Night reloaded

Branche feiert und tanzt

Die PSI Night ist zurück. Am Abend des ersten Messtages lud das PSI seine Messteilnehmer zur Party in der angesagten Düsseldorfer Eventresidenz ein und knüpfte damit wieder an eine beliebte Tradition vergangener Messen an.

PSI 2024



Eindrucksvoller Rahmen für die PSI Night war die Düsseldorfer Eventlocation.

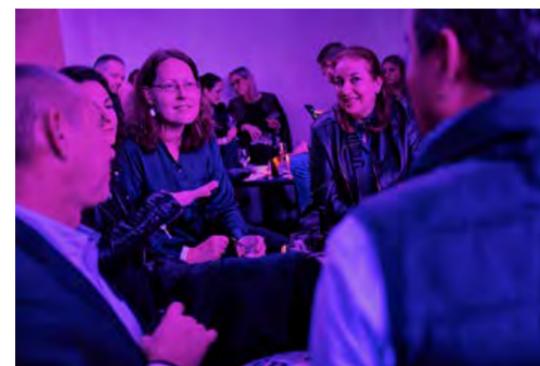


Bis spät in den Abend wurden viele Tanzbeine geschwungen.

Schon einmal in den 2010er-Jahren war dieselbe Location Schauplatz des glamourösen Highlights im Rahmen des Messtrubels. Im Jahr 2000 eröffnete die Eventresidenz in den ehemaligen Räumlichkeiten des traditionsreichen Residenz-Theaters von 1910 und gab mit seinem noblen Art-Deco-Ambiente einen idealen Rahmen für eine ausgelassene Party.

Kulinarische Weltreise

Los ging es um Punkt 19 Uhr mit Sekt und kleinen Leckereien, bevor PSI-Direktorin Petra Lassahn und RX Deutschland-Geschäftsführer Michael Köhler die Gäste begrüßten



Persönliche Begegnungen und Unterhaltungen in relaxter Atmosphäre gab's genügend an diesem Abend.



Die vierköpfige Band heizte mit tollem Sound ein.



Verschiedene Buffets luden zu einer schmackhaften kulinarischen Weltreise ein.

und zum Dinner baten. Die an verschiedenen Stationen platzierten Buffet-Stationen hielten unterschiedliche Gerichte bereit, die zu einem kulinarischen Trip um die Welt luden.

Ausgelassene Partystimmung

Wer einfach nur feiern und tanzen wollte, konnte ab 22 Uhr dazustoßen. Für die adäquaten Live-Beats sorgte eine vierköpfige Band mit zwei Sängerinnen, deren phänomenaler Sound direkt auf die Tanzfläche lockte und für ausgelassene Stimmung sorgte. Anschließend heizte ein DJ mit weiteren bewegungsstimulierenden Klängen ein. Die Eventlocation war gefüllt und es war förmlich zu spüren, wie leidenschaftlich gern die Branche – die tagsüber mit Eifer in den Messehallen ihrer Profession nachgeht – abends dann auch zu feiern weiß.



PSI Night gehört einfach dazu

Evident wurde wieder einmal, dass Events wie diese mit all ihren persönlichen Begegnungen, Unterhaltungen und Erlebnissen das Gemeinschaftsgefühl stärken. Am Ende des langen Abends waren sich alle Partygäste einig: Die PSI Night gehört einfach zur PSI Messe dazu! Mit entsprechender Laune und Schwung ging's in die nächsten Messtage. <



Die PSI – das sind ihre **Aussteller**. Sie kommen hier und in der Folgeausgabe zu Wort: **Eindrücke, Meinungen und Information** aus erster Hand.



Marc Rugi, Vice President & General Manager Europe & MEA BIC Graphic

Seit 2017 hat BIC nicht mehr auf der PSI ausgestellt – natürlich auch aufgrund der Pandemie. Umso glücklicher sind wir nun, bei der PSI 2024 an Bord zu sein. Wir haben in der Zwischenzeit viele Hausaufgaben gemacht und uns als Unternehmen weiterentwickelt, sei es im Bereich IT, Nachhaltigkeit oder Service für unsere Kunden. Daher waren wir im Vorfeld der PSI 2024 gespannt auf die Reaktion der Fachbesucher. Die Resonanz auf unseren Stand sowie die zahlreichen Gespräche stimmen uns optimistisch. Unsere Branche ist sichtbar auf dem Pfad in Richtung Normalität. Für uns als global agierendes Unternehmen, das in 160 Ländern aktiv ist, ist natürlich die Internationalität der Besucher auf der PSI wichtig. Was mich beeindruckt, ist die durchweg gelungene Präsentation aller Aussteller. Das ist ein gutes Umfeld. Ebenso beeindruckend: Nachhaltigkeit ist omnipräsent auf der PSI. Wir als Familienunternehmen handeln bereits seit 30 Jahren nachhaltig. Und es ist schön zu sehen, dass sich der Trend hin zu nachhaltigem Wirtschaften mehr und mehr verfestigt. Das bedeutet vielleicht weniger Menge, aber dafür sind hochwertige und mit hohem Nutzen verbundene Werbeartikel gefragt denn je. Das stimmt uns positiv und passt zu uns.



Marion Quast, Head of Corporate Business Victorinox

Die PSI Messe ist die einzige Werbeartikelmesse, auf der wir unser gesamtes Sortiment ausstellen. Daher bewerten wir die hohe Zahl der internationalen Besucher sowie der internationalen Aussteller auf der PSI 2024 sehr positiv. Ein perfekter Ort, um unsere neue Kampagne „Made to be prepared“ all unseren Partnern der Werbeartikelwirtschaft zu präsentieren. Das Taschenmesser steht natürlich weiterhin im Fokus der Fachbesucher. Auf großes Interesse stößt aber auch unser Sortiment an Reisegepäck. Es ist schön, wieder auf der PSI zu sein. Sie ist einfach ein Branchentreff, auf dem man Freundschaften schließt oder erneuert und gemeinsam feiert. In diesem Zusammenhang ein ganz großes Kompliment an die Initiatoren des Museum of Promotional Articles (MOPA). Es ist ganz toll, was da auf die Beine gestellt wurde.

Alexander Ullmann, CEO uma Schreibgeräte Ullmann GmbH

Unsere Erwartungen wurden erfüllt! Unser Ziel ist es, auf der PSI möglichst viele Bestandskunden zu treffen, Jahresgespräche zu führen, neue Modelle zu präsentieren und Projekte für das kommende Geschäftsjahr auszuarbeiten. Wir erreichten auf der Messe mehr als die Hälfte

unseres Jahresumsatzes in Persona und können somit festhalten: Ziel mehr als erreicht! Überrascht waren wir tatsächlich, dass wir dieses Jahr auch Neukundengespräche führen konnten, die allesamt dem Ausland zuzuordnen sind. Die PSI ist keine Ordermesse, sondern bietet uns die Plattform für Austausch und Kommunikation und langfristige Kundenbindung. Nachdem wir in diesem Jahr für 60 Jahre PSI Mitgliedschaft ausgezeichnet wurden, ist der Stellenwert, den die Leitmesse PSI für uns und für die Branche hat, eindeutig. Die PSI wird wieder zum Sprachrohr für die haptische Werbung. Nachdem viele wichtige Hersteller den Weg genauso wieder gefunden haben wie die Händler, können wir wieder abbilden, dass es eine Branche gibt, die sich gegen die anderen Werbeformen zeigen kann und muss. Entsprechend positiv bewerten wir die Kommunikation mit der Politik und den Industrietag. Natürlich gibt es hier und da noch Verbesserungspotential, aber ich bin der Meinung, dass die PSI zurück ist und ein Muss für alle Branchenteilnehmer ist. Was die präsentierten Produkte betrifft, sind wir unserem Verständnis von echten Innovationen treu geblieben und konnten so unseren Kunden tatsächliche Neuheiten präsentieren, was diese uns mit entsprechendem Zulauf auch positiv zurückgespielt haben. Wir haben mit uma ein sehr starkes Jahr 2023 geschrie-



Lorrene Jalina, Managing Director Giving Europe

Wir hatten eine super Messe! Wir waren überwältigt von den Besuchern und den tollen Gesprächen direkt vom ersten Tag an. Das war ein guter Start ins neue Jahr 2024. Wir werden kommendes Jahr definitiv wieder dabei sein – größer! Denn die PSI 2024 hat uns gezeigt, wie wichtig der direkte Kontakt und der Austausch mit unseren Kunden ist. Der Fokus in den Gesprächen lag insbesondere auf dem Thema Nachhaltigkeit. Aber auch Service- und Veredelungsmöglichkeiten wurden thematisiert.

ben und sind weit über unserem Forecast gelandet, wenn das für 2024 ähnlich wird, unterschreibe ich das sofort. Nein, ich denke dass die Branche und auch wir 2024 gesund wachsen können. Eine enge und serviceorientierte Zusammenarbeit mit dem Handel trägt unseren Erfolg und an diesem Konzept werden und wollen wir mit einem motivierten Team festhalten. Dazu geben wir dem Markt innovative Produkte, Verkaufsargumente und Kommunikationsideen, was uns alles in allem einen USP im hartumkämpften Schreibgerätemarkt beschert. Die Rahmenbedingungen sind weiter nicht planbar und bleiben bedingt schwierig, deshalb gilt es, sich auf die eigenen Stärken zu konzentrieren und mit kurzen und schnellen Entscheidungen kunden- und marktorientiert zu handeln. Das ist uns bisher sehr gut gelungen und deshalb sehe ich den Herausforderungen für 2024 positiv entgegen.

PSI als strategisches Instrument für Newcomer

Plattform für erfolgreiches Wachstum

Die pulsierende Welt der Start-ups und aufstrebenden Unternehmen im Werbemittelmarkt nutzt die Messe als strategisches Instrument zur Geschäftsentwicklung. Die Bedeutung der Präsenz nimmt erfreulicherweise deutlich zu, wie uns viele der „Newcomer 2024“ in Düsseldorf bestätigt haben.



Die PSI ist für junge Unternehmen weit mehr als bloße Präsentationsplattform, sagt ein Aussteller, der zum ersten Mal in Düsseldorf dabei ist: Sie fungiert vielmehr als Katalysator für Markenbildung, Networking, Produktvorführungen und strategische Partnerschaften.

Markenbekanntheit fördern

Der Messeauftritt ermöglicht es jungen Unternehmen, ihre Markenbekanntheit zu steigern und sich einem breiten Publikum zu präsentieren. Durch die Schaffung des physischen Markenerlebnisses können sie sich von der digitalen Masse abheben. Die Möglichkeit zur persönlichen In-

teraktion mit potenziellen Kunden ist für die meisten von ihnen von unschätzbarem Wert. Gerade die PSI Messe bietet viel Raum für direkte Gespräche, Live-Demonstrationen und die Möglichkeit, individuelle Fragen zu beantworten. Diese persönliche Note ermöglicht sofortiges Feedback, das für die Optimierung von Produkten und Dienstleistungen genutzt werden kann.

Kontakte knüpfen, Partnerschaften sondieren

Das Knüpfen von Beziehungen ist ein Schlüsselaspekt jeder Messebeteiligung gerade für junge Unternehmen, die den Werbemittelmarkt für sich entdeckt haben. Messen bieten eine einmalige Gelegenheit, mit Vertretern anderer

Unternehmen, Lieferanten und potenziellen Investoren in Kontakt zu treten. Die geknüpften Kontakte können nicht nur zu neuen Geschäftsmöglichkeiten, sondern auch zu langfristigen strategischen Partnerschaften führen.

Trends erkennen, Investoren finden

Messen ziehen aber nicht nur potenzielle Kunden, sondern mehr und mehr auch Investoren an, die auf der Suche nach vielversprechenden Start-ups sind. Die Möglichkeit, das Geschäftsmodell persönlich vorzustellen, trägt oft dazu bei, diese Investoren für sich zu gewinnen und Kapital für zukünftiges Wachstum zu sichern. Letztlich bietet die Teilnahme an der PSI Messe auch die Möglichkeit, nicht nur sich selbst, sondern auch die Konkurrenz zu ana-

lysierten. Die Beobachtung von Branchentrends vor Ort verschafft einen Wissensvorsprung und hilft dabei, sich flexibel auf Marktveränderungen einzustellen.

Mehrzahl will erneut ausstellen

Wir haben im Verlauf der Messe mit einigen der neuen Aussteller gesprochen und erfahren, mit welcher Motivation und mit welchen Hoffnungen sie nach Düsseldorf gekommen sind. Um es vorwegzunehmen: Die Mehrzahl hat sich bereits heute dazu entschieden, auch 2025 wieder auszustellen. Das ist nicht zuletzt Resultat der umfassenden Beratung im Vorfeld der diesjährigen Messe durch das PSI Team. <

„Wir sind erstaunt über das große Besucherinteresse“

Sascha Vater, STRAX GmbH: Mobilfunkzubehör

Für Sascha Vater, den Vertriebsleiter der STRAX GmbH in der DACH-Region, ist die PSI Messe in erster Linie ein Platz, an dem er und sein Team Multiplikatoren für eine breite Masse von Anwendern für seine Produkte finden. Das Unternehmen fokussiert sich auf Mobilfunkzubehör mit einem möglichst breiten Nutzerspektrum. Hervorzuheben sind dabei Ladekabel in allen Varianten und Cases für Mobiltelefone, die individuell gestaltet werden können. „Diese Produkte haben sich gerade im Bereich der Werbemittel einen festen Platz erobert“, führt er aus. Das Unternehmen war zum ersten Mal in Düsseldorf vertreten und erstaunt über das große Interesse der Besucher, insbesondere am zweiten Messtag. Zahlreiche neue Kontakte konnten geknüpft werden, „aus denen nun idealerweise feste Kundenbeziehungen werden“, hofft der Vertriebsleiter.



„Hohe Besucherzahl, viele gute Gespräche und neue Kontakte“

Sabrina Göbel, BLUNT Umbrellas: Stilvolle, innovative Schirme aus Neuseeland

Wir waren zum ersten Mal bei der PSI und haben direkt am zweiten Vormittag schon für das nächste Jahr gebucht – das spricht wohl für sich.“ Sabrina Göbel von BLUNT Umbrellas Deutschland fasst mit diesen Worten zusammen, was für viele andere Newcomer in Düsseldorf auch steht. Insbesondere die hohe Besucherzahl und viele gute Gespräche und neue Kontakte führten zu dieser Entscheidung. „Auch organisatorisch waren wir sehr zufrieden – Kommunikation, die Scan-App, Auf- und Abbau, alles hat reibungslos geklappt und unsere Ansprechpartner waren jederzeit erreichbar“, berichtet sie in ihrem Resümee. BLUNT kommt aus Neuseeland und ist dort seit Jahren Marktführer bei hochwertigen Schirmen. Auch in Australien und den USA hat man diese Position inzwischen erreicht. Seit August 2022 hat sich das Europa-Team mit Standort in Deutschland aufgestellt. Innovatives Design mit auffälliger, stilvoller Form ohne scharfe Ecken und Kanten zeichnen die stabilen und stylischen Regenschirme aus. Auffallend ist das einzigartige Design der BLUNT Schirme mit den patentierten abgerundeten Spitzen, die das „Verletzungsrisiko“ auf der Straße deutlich minimieren.



„Unsere Schutzfolien gibt es für über 19.000 Geräte.“

Alpay Özkan, Green MNKY: Schutzfolien für jedes Display

Die Grundidee zu Green MNKY startete zuhause in der Küche. Hier haben die drei Gründer Ziya Orhan, Oliver Klingenbrunn und Björn Salg erste Ideen gesammelt, Unmengen an Samples getestet und später auch Akquise betrieben. „Um erste Visualisierungen darzustellen, haben die Gründer einen Schuhkarton als Hilfsmittel verwendet und daraus erste Entwürfe gebastelt“, erzählt Projektleiter Alpay Özkan schmunzelnd. Über eine Investorenbeteiligung aus der „Höhle der Löwen“ im Jahr 2020 entstand bis heute eine fast grenzenlose Produktvielfalt dank einer innovativen Cutting-Technologie. So lässt sich für jedes Display auf dem Markt eine Schutzfolie herstellen. Green MNKY Schutzfolien gibt es für über 19.000 Geräte – für alle Smartphones, Tablets und Smartwatches, Notebooks, Airpods und viele Kopfhörer, Gaming-Konsolen, Navigationsdisplays, Digitalkameras und viele weitere elektronische Kleingeräte. Aber nicht nur Displays bleiben frei von Kratzern. Auch die Geräterückseite kann mit Style-Skins optimal geschützt werden. Der Ausbau der Partnershops steigerte sich rasant und seit August 2022 sind rund 3.000 Green MNKY Shops lokal und international im Einsatz.



„Die Besucher staunten, wie aus Pflanzen neue Produkte entstehen.“

Christhl Scharing, Agood Company: Nachhaltig produzierte Produkte aus nachwachsenden Rohstoffen und Recycling-Material



Hohen Ansprüchen in Bezug auf Nachhaltigkeit hat sich die schwedische Agood Company verschrieben: Man möchte, wie uns Christhl Scharing, Head of Business Development, berichtet, insbesondere Alltagsgegenstände nachhaltig produzieren, Plastik durch Pflanzen ersetzen und Lieferketten lokalisieren. Das Unternehmen zeigte bei seinem ersten Messeauftritt am Rhein Shirts, Schuhe, Sportbekleidung und Handyhüllen aus Recyclingmaterial und nachwachsenden Rohstoffen. Dazu gehören unter anderem auch Papiere und Verpackungen aus Stein, Bambus, Gras oder recycelter Baumwolle. Kooperationen mit Charity-Partnern rund um den Globus sind ebenfalls Bestandteil des Unternehmensgedankens, der bei den Besuchern der Messe auf besondere Resonanz stieß. Erstaunte Gesichter gab es auch, so Christhl Scharing im Gespräch, wenn den Besuchern gezeigt wurde, wie aus Pflanzenfasern oder Gräsern stabile und individualisierbare Handyschalen entstehen.

„Die Reputation und die Reichweite der PSI haben uns überzeugt.“

Luba Hergert, Beefree: Bienenwachstücher

Für Luba Hergert von Beefree aus dem bayerischen Kolbermoor war vor allem die Reputation und die Reichweite der PSI Messe Grund genug, das Unternehmen einem breiten Fachpublikum vorzustellen. Insbesondere die Bienenwachstücher des Unternehmens haben sich einen Namen gemacht: Die nachhaltige Variante der klassischen Frischhaltefolie ist bis zu einem Jahr lang nutzbar und wandert dann

in die Biotonne – ohne Plastikmüll zu verursachen. Die Folie ist in Größen von 20 x 20 bis 40 x 50 Zentimetern lieferbar und kann schon in geringen Auflagen individuell bedruckt werden. „So transportiert sie die Botschaft des werbenden Unternehmens mit einem echten Frischekick zum Anwender“, freut sich Luba Hergert. Ein weiteres Verkaufsargument: Die Folien werden seit rund fünf Jahren in den Ebersberger Werkstätten, einer Einrichtung für seelisch Erkrankte, produziert. Erweitert wurde das jetzt Angebot des jungen Unternehmens um biologisch abbaubare (Küchen-)Schwämme aus Baumwolle und Sisal.



PSI 2024 Product Presentations das sind die Gewinner:

Messegelände Düsseldorf

9-11
JAN
24

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

Kategorie: Bestseller
Produkt: Lotus Grill



Simply Best
GmbH

PSI No. 43527 **Simply Best GmbH**

Kategorie: Sonderanfertigung
Produkt: ROMINOX® Key Tool



ROMINOX
better living

PSI No. 43892 **Römer Wein und Sekt GmbH**

Kategorie: Lower Impact
Produkt: Traveller MyPlanet



SIGGTM 

PSI No. 49099 **SIGG Switzerland Bottles AG**

Kategorie: Newcomer/Start-up
Produkt: Micro Ride On Luggage Eazy



m-cro

PSI No. 60521 **Micro Mobility Systems D GmbH**

Herzlichen Glückwunsch!

Alle Teilnehmer und
Produkte im Überblick:



SCAN ME

Die europäische Leitmesse
der Werbeartikelwirtschaft

PSI

Built by
RX
In the business of
building businesses



Das Jahr ist zwar noch jung, doch bald schon rollt der nächste Sommer auf uns zu – und mit ihm die Fußball-EM in Deutschland. **Eine runde Sache** auch für die Branche und ihre Produkte. Eine „gesunde“ Auswahl zeigen die folgenden Seiten.



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

Plakative Unterstützung

Die Banner und Silikon-Armbänder von e!xact sind im Rahmen der bevorstehenden Fußball-Europameisterschaft die Hingucker schlechthin. Zur sofortigen Anwendung werden die Banner zunächst einfach aufgerissen – und schon hat der Nutzer eine aufmerksamkeitsstarke Möglichkeit, für die Mannschaft seiner Nation Farbe zu bekennen, mit zwei Griffen zum Festhalten der gewünschten Werbebotschaft. Denselben Effekt bieten auch die Silikonarmbänder in den Farben der bevorzugten Mannschaft. Die Werbeanbringung erfolgt entweder durch Druck, Prägung oder durch Kombination dieser beiden Veredelungstechniken.



GO GREEN



GO BASKET

Verpackungsfreies Einkaufen spart Abfall und schont Ressourcen: der BASKET ist lebensmittelecht, hat viel Stauraum und wird in Flieder zum Hingucker. Nicht nur zu Ostern!



Shopper
BASKET



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 43714
Römer Lifestyle - ROMINOX GmbH
Tel +49 654 181290
info@roemer-lifestyle.de
www.roemer-lifestyle.de



Neuer Spieler im Team

Die ROMINOX® Key Tools von Römer Lifestyle sind praktische Multitools für den Schlüsselbund. Die kleinen vielseitigen Miniwerkzeuge sind aufgrund ihrer Größe, ihrem Gewicht und der breiten Zielgruppe ideale Mailingverstärker und Messe Streuartikel. Das Key Tool Football aus gehärtetem Werkzeugstahl ist der perfekte Begleiter für die kommende EM und auch danach wird das Tool das Firmenlogo ins Gedächtnis rufen. Es verfügt über 18 praktische Funktionen wie u. A. einen Flaschenöffner, Schraubenzieher und einen Einkaufswagenlöser. Ab einer Stückzahl von nur 100 Stück bietet Römer Lifestyle individuelle Papiermappchen im Eigendesign an.

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



Smarter Wegbegleiter

Wer intensiv Sport betreibt und stets auf der Höhe seiner Leistungswerte sein möchte, ist mit dem Metmaxx® Fitnessstracker SmartEco von Spranz bestens versorgt. Dieser Best Buy Fitnessstracker verfügt über verschiedene, nützliche Gesundheitsfunktionen wie Health-Heartrate, Blutsauerstoff und Blutdruck sowie über vier einstellbare Sportarten. Außerdem werden Anrufe und Nachrichten angezeigt. Das Produkt ist spritzwassergeschützt und sein Qualitäts-Lithium-Polymer Akku kann innerhalb von 45 Minuten einfach wieder aufgeladen werden, woraufhin für durchschnittlich fünf Tage Betriebszeit gesorgt ist. Eine Verpackungseinheit beinhaltet 100 Fitness-Tracker in Designboxen.

Massage-Set für Aktive

Das Massieren der Muskeln sorgt für ein besseres Wohlbefinden. Dabei hilft ein Set bestehend aus drei Faszienbällen in verschiedenen Größen (Ø 10 cm, 6 cm und 4.5 cm) von Römer Wellness. Mit dem Set sind Anwender bestens ausgestattet, um Muskeln und Faszien bei der Entspannung zu unterstützen. Die drei verschiedenen Größen bieten für jede Körperregion die passende Lösung, ganz gleich, ob Rücken, Nacken oder Oberschenkel unterstützt werden sollen. Die Bälle sind aus umweltfreundlichem, antibakteriellem Kork, sind robust und stabil und kommen verpackt im praktischen Transportbeutel mit Kordel. Auf Wunsch kann der große Ball mit einer Gravur individualisiert werden.



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



PSI 47105 • Medical promotion
by Gramm medical healthcare GmbH
Tel +49 7151 250250
info@medical-promotion.de
www.medical-promotion.de

Erste Hilfe

Mit der EM2024 in greifbarer Nähe eignet sich die Pflasterkarte von Medical promotion by Gramm medical healthcare GmbH ideal als einzigartiges Dankeschön für treue Fans oder als raffiniertes Giveaway. Das flache und leichte Accessoire erweist sich als perfekte Beigabe für fußballbegeisterte Fans, für Spiele und Public Viewings sowie als portooptimierte Ergänzung im Ticketversand. Die Pflasterkarte enthält hochwertige, wasserabweisende Actiomedic® Pflasterstrips, mit denen der Anwender während der Fußballsaison für jede noch so stürmische Jubelgeste gerüstet ist. Für Fußballfans ist die EM2024 Pflasterkarte das ultimative Accessoire, das im 4c-Druck bedruckt werden kann. Dabei lassen sich Kundenlogos oder sogar komplette Kampagnenmotive äußerst wirkungsvoll in Szene setzen. Eine Pflasterkarte besteht aus vier Pflastern mit Deutschlandmotiv sowie vier weiteren, die individuell bedruckbar sind. Die Mindestmenge für das Motiv der Deutschland Flagge auf den Pflasterstrips beträgt 2500 Stück, individuelle Versionen lassen sich ab 12500 Stück realisieren. Sowohl die Pflaster selbst als auch die Pflasterkarte sind individuell bedruckbar. Das Unternehmen Gramm medical ist nach DIN ISO EN 13 485:2016 zertifiziert. Außerdem erfüllen alle Produkte die erforderlichen Standards nach dem europäischen Medizinproduktegesetz.

Sommermärchen reloaded

Pünktlich zur Fußball EM 2024 in Deutschland: reflAktive beliefert den Sektor mit reflektierenden Trikots, Fußbällen, Klack-, Joggerbändern in Schwarz-Rot-Gold oder anderen Landesfarben, um die eigene Nation und deren Fans zu unterstützen. Bei Bedarf können die Artikel gemeinsam mit einer Trägerkarte den von Kundenseite gewünschten Effekt unterstreichen oder durch vom Produkt unabhängige Botschaften ergänzt werden. Die Produkte sind wie die Fußball EM „Made in Germany“.



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





PSI 44546 • Athesia Kalenderverlag GmbH
Tel +49 89 693378251
katharina.ader@athesia-verlag.de
www.athesia-werbekalender.de

Gesund durchs Jahr

Werbekalender gehören zu den absoluten Klassikern unter den haptischen Werbebotschaftern und erfreuen sich Jahr für Jahr weiterhin größter Beliebtheit. Mit einem hochwertigen Marken Kalender von Athesia bleiben Werbetreibende ganz sicher 365 Tage im Jahr im Blickfeld der Kunden. Der exklusive Kalender zur erfolgreichen TV-Sendung des NDR zielt ab auf einen gesunden Lebensstil, gemäß dem Sendeformat „Die Ernährungs-Docs – Gesund durch das Jahr Tagesabreißkalender“. Mit der richtigen Ernährung lassen sich Krankheiten vorbeugen, mildern oder sogar heilen: Die Ernährungs-Docs verraten Tag für Tag hilfreiche Tipps und spezielle Rezepte rund um gesunde Mahlzeiten. Den Tischkalender gibt es im Format 12,5 x 16 Zentimeter. Die Werbeanbringung wird ab einer Abnahmemenge von 50 Stück realisiert. Geliefert wird in einer Einzelverpackung und individueller, weltweiter Versand ist optional ebenfalls möglich.

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



Stimmungsvolle Begleitmusik

Die Bang-Bang-Sticks von elxact, die aufgeblasen zu einem aufmerksamkeitsstarken Musikinstrument werden, dürfen bei keinem Fußball-Turnier fehlen. Sie sind ein idealer Mailing-Artikel und passen in jede Hosentasche. Die Bang-Bang-Sticks werden in Windeseile zum Super-Knaller für die EM.

Vitaminreiche EM-Werbung

Die LOGOFrucht Äpfel von my logo on food werden mit lebensmittelechter, essbarer Farbe bedruckt und für die EM-Edition sogar dreifarbig in Schwarz-Rot-Gold. Der LOGOFrucht EM-Äpfel ist nachhaltig und vitaminreich, ein Werbemittel mit hohem Wiedererkennungswert, das zusätzlich auf der Rückseite mit Logo und Werbebotschaft individualisiert werden kann. Die Äpfel werden mit einem schonenden Druckverfahren und hochwertigen Lebensmittelfarbstoffen veredelt, die natürliche Haltbarkeit bleibt so erhalten. Die Mindestabnahmemenge beträgt 1000 Äpfel, die ab KW 20 frisch und in handlichen Kartonsteigen zu 39 Stück angeliefert werden. Gesunde Werbung rund um die Fußball-Europameisterschaft in Deutschland: Der EM-Werbeapfel ist ein echter Hingucker für jede Veranstaltung.



PSI 45384 • my logo on food GmbH
Tel +49 2861 9588888
f.fischer@mylogoonfood.de
www.mylogoonfood.de

AUSPOWERN, ANFEUERN & MITFIEBERN!

Must Haves zur EM 2024!

Ob Fan- oder Sportartikel, unser Sortiment bietet alles, was das Fußballherz begehrt!

Unsere Produkte schaffen nicht nur die perfekte Stimmung im Stadion, um gemeinsam mit anderen Fans die Begeisterung für den Sport zu teilen – auch für den sportlichen Lifestyle im Alltag gibt es zahlreiche Fitness- und Trainingsutensilien zur Auswahl.



Jetzt QR-Code scannen und die Welt der Fan- und Sportartikel entdecken!



elasto.de

elasto 

PROMOTION FOR LIFE

PSI 41615 • Geiger-Notes AG
Tel +49 6134 188-360
nicola.siwek@geiger-notes.ag
www.geiger-notes.ag



Informative EM-Card

Die EM 2024 bietet eine einzigartige Möglichkeit, Emotionen in effektive Werbung umzuwandeln. Mit der EM-Card, einem Papierwerbe-Produkt aus dem Geiger-Notes EM-Sortiment, wird dem Kunden solch ein effektiver Werbeträger geboten. Das Produkt im handlichen Scheckkarten-Format lässt sich mühelos zusammenfolden und eignet sich perfekt zum Verstauen in der Hosentasche. Die EM-Card ermöglicht dem Nutzer, sich nicht nur über Spiele und Ergebnisse zu informieren, sondern verankert außerdem auf nachhaltige Weise Werbebotschaften. Und das alles in bewährter „Made in Germany“-Qualität. Fußballfans werden begeistert sein, und die Marke wird während der EM 2024 in den Fokus gerückt.



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

Spielspaß für alle Fußballfans

In dieser spannenden Fan-Edition des klassischen „Stadt, Land, Fluss“-Spiels aus dem Sortiment von Edition Michael Fischer (EMF-Verlag) können sowohl große als auch kleine Fußballfans ihr Wissen rund um den beliebten Sport auf die Probe stellen. Von einfachen Fragen bis hin zu kniffligen Kategorien ist garantiert für alle etwas dabei. So lässt sich die Kundschaft passend zur EM 2024 auf das eigene Unternehmen aufmerksam machen. EMF passt Inhalt, Design und Ausstattung individuell an die Vorstellungen und Wünsche des Kunden an. Möglich ist zudem die Platzierung eines Logos auf dem Cover. So entsteht ein perfekt auf die Zielgruppe zugeschnittenes Produkt, mit All-inclusive-Garantie vom Konzept bis zur Auslieferung.

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

Dauerhafte Unterstützung

Likor East-West Promotion stellt in Polen verschiedene Werbe-Wanduhren her, darunter auch viele Uhren für Sportmannschaften in ganz Europa. Das beliebteste Sportprodukt sind bunte Plastikuhren, wobei die Farbe des Uhrengehäuses an die Vereinsfarben angepasst werden kann. Eine farbenfrohe Werbeuhr ist ein tolles Gadget für jeden Fan. Lieferbar ist zudem ein PVC-Modell: Aus diesem Material entwirft der Hersteller einzigartige, frei geformte Artikel. Auch eine Uhr in Form eines Logos ist umsetzbar. Außerdem ist eine Aluminium-Uhr in verschiedenen Durchmessern verfügbar.



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

Sportlich und bequem

Ob bei kühlen oder warmen Temperaturen, drinnen oder draußen: Die Authentic Sweat Collection von Russel Europe aus dem breiten Sortiment von Fruit of the Loom sind die smarten Allrounder für jede Jahreszeit und ein absolutes Must-have in jedem Kleiderschrank. Für noch mehr Vielfalt sorgen seit Neuestem die modernen und zeitlosen Authentic Farben: So lassen sich mit Indigo Blue, Mineral Blue, Mocha, Urban Grey, Sport Heather und Olive im Handumdrehen stylische Outfits kreieren lassen. Gefertigt aus 100 Prozent Baumwolle, überzeugt neben dem klassischen Authentic Sweat mit angesetzten Ärmeln und einem zeitgemäßen Design auch das Authentic Hooded Sweat mit einer doppelagigen Kapuze mit Zugband-Führung und Kängurutaschen. Für angesagte Ton-in-Ton-Outfits lässt sich das Authentic Sweat und das Authentic Hooded Sweat perfekt mit den Authentic Jog Pants kombinieren, die ebenfalls in den neuen Farben erhältlich sind. Die Kleidungsstücke für Damen und Herren eignen sich hervorragend für individuelle Textilveredelungen und sind in einem breiten Größenlauf von XS bis Mehrfach-XL erhältlich.



Gesunde Fitness-Tees

Die Tees aus der Wellness Magic Line von Plantanas bringen auf die sanfte Art neue Vitalität und Qualität ins Leben. Spezielle Kräuter- und Fruchtmischungen wie Magic Regulate, Magic Vitalis, Magic Energy und Magic Regulate stehen für einen frischen Genuss, nicht nur Lebensgefühl, sondern auch noch viel mehr vermittelt. Ab 100 Stück sind diese Werbemittel mit individuellem 4c-Etikett und frei wählbarem Inhalt erhältlich. Die Magic Line Tees sind spezielle Mischungen aus hochwertigen und ausgesuchten Tees, Kräutern und Früchten. Sie enthalten eine unglaubliche Vielzahl an Nährwerten, die für einen gesunden Körper gebraucht werden.

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





PSI 48593 • Smartklic GmbH
Tel +43 7229 930800
office@smartklic.com
www.smartklic.com

Einkaufswagen per Klick

Mit der Sportvariante in Trikot-Form sorgt Smartklic® für frischen Wind am Werbemittelmarkt. Der Smartklic® Sport ist ein idealer Markenbotschafter für das Jahr 2024 und bestens geeignet um die Kundschaft emotional zu erreichen. Das kleine Marketing-Tool ist nicht nur für Sponsoren, Veranstalter und Vereine, sondern auch als Fanartikel im Fanshop im Einsatz. Mit diesem nachhaltigen, zu 100 Prozent recycelbaren Werbemittel Made in Austria lässt sich Werbung perfekt in jede Zielgruppe transportieren. Für eine werbliche Individualisierung kann zwischen ein- oder beidseitigem 4c UV-Digitaldruck gewählt werden, auch ein vollflächiges Design ist wirkungsvoll umsetzbar. Abgerundet wird das Produkt mit einer Einzelverpackung inklusive Papereinleger.



Pfiffige Fanmäuse

Die Fanmäuse von Aseli Trade eignen sich als witzige und leckere Werbegabe zur Fußball-EM. Die fluffigen Schaumgummi-Riesenmäuse sind versehen mit aufmerksamkeitsstarken, handdekorierten Augen. Passend zur Fußball EM gibt es die Aseli Fanmäuse mit vier verschiedenen Rückennummern. Die Verpackung kann mit einem Kundenetikett versehen werden. Alternativ kann die Folie auch individuell nach eigenen Wünschen gestaltet werden. Mit den Fanmäusen im Gepäck lässt sich im Rahmen der anstehenden Heim-EM vortrefflich feiern.

PSI 60761 • Aseli Trade GmbH
Tel +49 30 49988990
werbemittel@aseli.de
www.aseli.de

Durstlöschender Fanartikel

Egal, ob 0,3 Liter, 0,5 Liter, 0,75 Liter oder gleich 1,0 Liter: Die unterschiedlichen Größen und Formen der bei Adoma erhältlichen Sportflaschen lassen keine Wünsche offen. Individuell bedruckt, sind sie das perfekte Werbemittel für die kommende Fußball-Europameisterschaft. Besonders die Sportflasche im Ball-Design ist ein echter Hingucker. Auch nach der EM bleiben die Sportflaschen praktische Begleiter für alle Gelegenheiten.

PSI 43999 • Adoma GmbH
Tel +49 7522 9716-37 • pm@adoma.de
www.adoma.de



Schäumende Ideen zur EM

Der Fußballigen ruhen im Sommer, aber die EM wird alle Fußballfans begeistern. Also: Raus in die Stadien, raus auf die Fanmeile zum Public Viewing, raus zu Freunden, Familie und Bekannten, um die Spiele zu verfolgen. Nicht fehlen dabei dürfen hier die Fanartikel von „Foamworld“ – der Fanmarke von Promowolch the customer factory welche „Made in Europe“ sind. Z. Bsp. Sitzkissen aus der Reihe Business Seat, Business Plus oder auch Event, veredelt per Siebdruck oder Sublimationsdruck, ein- oder mehrfarbig, rund oder eckig – alles kein Problem. Auch ein echter Hingucker sind die verschiedenen Formen der Winkehände: Number One, Big Finger, Thumbs up – um nur einige der Top-Seller zu nennen. Ein Mix an Funktionen bieten die Kissen „Drink Holder Seat“ was sowohl als Sitzkissen oder auch als Getränkehalter genutzt werden kann. Veredelt wird hier jeweils auch per Sieb- oder Sublimationsdruck. Schnurrbärte aus feinzelligem EVA Schaum, Untersetzer mit Schnurrbart, Fliegenklatschen mit verschiedenen Motiven oder auch Klatschstangen runden das Fan-Programm ab. Die Klatschstangen sind neben der klassischen Variante auch nachhaltig auf Kartoffelstärke-Basis lieferbar, biologisch abbaubar und kompostierbar.

PSI 44724 • Promowolch GmbH & Co. KG
Tel +49 2942 7996868
info@promowolch.de
www.promowolch.de



retumbler.
BY REFLECTS

Trinkbecher myMezzo

Dein Becher für coolen Genuss



Konfigurierbarer Becher aus recyceltem Edelstahl

Entdecken Sie den RETUMBLER-myMEZZO, die stilvolle Evolution der RETUMBLER-myBAYAMO Serie. **Ideal für Kaltgetränke**, kombiniert dieser einwandige Becher aus recyceltem Edelstahl Funktionalität mit Nachhaltigkeit. Mit einem Fassungsvermögen von **450 ml** und einem transparenten, BPA-freien **Deckel mit Strohalmöffnung**, passt er perfekt in den Sommer. Individualisieren Sie ihn durch eine breite Palette an Silikonfarben und machen Sie ihn mit individueller Veredelung zu einem echten Hingucker. **Stapelbar, spülmaschinengeeignet** und mit oder ohne rutschfestem Sleeve erhältlich, ist der RETUMBLER-myMEZZO der ideale Begleiter für jeden Tag.



REFLECTS GmbH | Toyota-Allee 54 | 50858 Köln | Germany
T +49 2234 9900-0 | info@reflects.com
reflects.com

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



Wächter der Gesundheit

Eines der Highlights aus dem Portfolio von Spranz ist der FitnessstrackerSmartPro von Metmaxx® in der Designbox: Der Deluxe Fitnessstracker verfügt über ein Fullcolor-Touchscreen-Display, das zusätzlich ermöglicht, Telefonate anzunehmen oder abzulehnen oder die Steuerung der Musik-Playlist zu übernehmen, ohne dabei das Smartphone in die Hand nehmen zu müssen. Zusätzlich kann über das eingebaute Hands-Free-Kit in Form des integrierten Lautsprechers und Mikrofons mit der Uhr telefoniert werden. Das Produkt ist ein professioneller Fitnessstracker mit Gesundheitsfunktionen wie Blutdruck-, Blutsauerstoff- und Herzschlag-Messung über die App, all das zu einem sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Eine Verpackungseinheit beinhaltet 100 Ladecases.

Ansteckend anders

Sportliche Großveranstaltungen begeistern und ziehen viel Aufmerksamkeit auf sich. Mit den individuell gestaltbaren und ausdrucksstarken Pins von Pins & mehr ist Erfolg beim Kunden garantiert. Nicht umsonst ist der Pin bei Pins & mehr zum Produkt des Jahres 2023 gekürt worden. Verschiedene Herstellungsverfahren ermöglichen ein breites Spektrum an gestalterischen Möglichkeiten. Ob in Hart- oder Weichemalle, im Sieb- oder Offsetdruck, in Spritzguss, in Sandkornoptik oder auch aus Weichgummi: Der Kunde hat bei der Gestaltung die Wahl und kann sich dabei von den Pin-Spezialisten beraten lassen, um das Beste aus dem Motiv zu machen. Ein Pin ist das ideale Werbemittel, um die gewünschte Botschaft dezent, aber dennoch äußerst wirkungsvoll zum Ausdruck zu bringen.

PSI 46925 • Pins & mehr GmbH & Co. KG
Tel +49 8233 793120
info@pinsundmehr.de
www.pinsundmehr.de

Werbestarke Becher

Als Fanartikel oder auch als Ausschankbecher bei Public Viewings sind die Promotional Cups mit Deckel und verschließbarem Trinkrohr aus dem breiten Sortiment von Adoma speziell zur EM ideale Produkte. Erhältlich in den Größen 0,3 Liter, 0,4 Liter, 0,5 Liter oder auch 1,0 Liter, können die Trinkgefäße mit individuellem Druck in bis zu fünf Farben veredelt werden. Alle Produkte aus dem Hause Adoma sind „Created and Made in Germany“ und frei von Bisphenol-A. Auf Wunsch ist auch ein passender Gürtelclip erhältlich.

PSI 43999 • Adoma GmbH
Tel +49 7522 9716-37 • pm@adoma.de
www.adoma.de



Nachhaltiger Sonnenschutz

Sanders Imagetools erweitert sein Angebot rund um innovative, personalisierbare Kosmetikprodukte um handliche 10 Milliliter Sachets mit Sonnenmilch für eine Anwendung. Die parfümfreie Sonnenlotion mit Lichtschutzfaktor 30 bietet starken Schutz vor UVA- sowie UVB-Strahlen, wobei Vitamin E und Glycerin Feuchtigkeit für 24 Stunden spenden. Wasserfest und schnell einziehend, ist das Produkt frei von Octocrylen, Parabenen, Mineralölen, Silikonen, Nanopartikeln und Mikroplastik. Die moderne Formulierung ist vegan und gemäß dem Hawaii-Riffgesetz korallenfreundlich. Im 10 ml Sachet ist die Sonnenlotion ideal für Mailings und Outdoor-Events geeignet. Umweltfreundlich ist auch die Verpackung, wobei die Sachets, hergestellt aus Mono-PP, höchste Recyclingstandards erfüllen und mit ihrer matten Oberfläche und Soft Touch Veredelung ein angenehmes Gefühl in der Hand bieten. Ab einer Bestellmenge von 2500 Stück sind die Sachets individuell bedruckbar. Sanders Imagetools verbindet damit Nachhaltigkeit, Qualität und Innovation zu einem attraktiven Gesamtpaket.



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

Großflächiger Werbet Teppich

Die Fußball-EM rückt immer näher in den Fokus der Fans und was liegt da näher, als mit individuell bedruckten Fußballmatten als Werbemittel im Rahmen des Großereignisses auf das eigene Unternehmen aufmerksam zu machen. Die Fußball EM 2024 zieht Groß und Klein gleichermaßen in den Bann. Mit eigenem Design und Kundenlogo individualisiert und im eigenen Maß, lassen sich Fußballteppiche vielfältig einsetzen. Die Fußballteppiche können am Point of Sale, bei einem Public Viewing, in Gaststätten, bei einem Firmenevent oder als Fußballmatte für zu Hause optimal inszeniert werden. Auch kurzfristige Ideen lassen sich realisieren. Zu den Vorteilen der Made in Germany produzierten Matten gehören neben dem Druck mit leuchtenden, beständigen Farben auch die Realisierung individueller Maße und der Einsatz von nachhaltigem, regeneriertem Econyl® Garn. Lieferbar bereits ab einem Stück.



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

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



Sportliche Inszenierung

Lutscher in Trikots von B&B Promotional Sweets sind nicht nur für Fußballfans die perfekten kleinen Gadgets. Sie können auch für andere Sportarten, Fitness- und Sportvereine sowie für Gesundheits- und Lifestyle-Kampagnen eingesetzt werden. Die herzförmigen Genussmittel sind einzeln verpackt in einem transparenten Folienbeutel und in einer trikotförmigen Schachtel mit Vollfarbdruck in CMYK-Farben. Standardmäßig sind die Lutscher in einer Mischung aus verschiedenen Fruchtsorten erhältlich: Zitrone, Orange, Erdbeere und Apfel. Für große Mengen kann eine Geschmacksrichtung exklusiv gewählt werden. Die Mindestbestellmenge beträgt 500 Stück.

Hochwertige Textilveredelung

Komfortable und hochwertige Socken von Klam Textiles Marketing & Stickerei, Made in Germany, versehen mit einer persönlichen Premium-Stickerei, sind nicht nur zur EM das ideale Werbegeschenk. Klam bietet das ganze Jahr über eine breite Auswahl an Sockenmodellen in der vom Kunden gewünschten Farbgebung an. Kostenfrei und sachkundig berät das Klam Design- und Serviceteam zu individuellen textilen Werbe-Lösungen, die optimal auf die eigenen Bedürfnisse zugeschnitten sind.

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



PSI 44533 • Albene GmbH
Tel +49 89 47078600 • info@albene.de
www.lederbaelle.de



amazon



Official Insurance Partner

PSI 41032
Suthor Papierverarbeitung GmbH & Co KG
Tel +49 2153 914712 • info@suthor.de
www.suthor.de



Werbliche Allrounder

Wahre Allrounder in Sachen Werbewirkung für verschiedenste Veranstaltungsformen hat Suthor im Sortiment. Die UEFA Europameisterschaft 2024 steht vor der Tür und Fußballfans auf der ganzen Welt freuen sich auf spannende Spiele, unvergessliche Momente und mitreißende Emotionen. Wer vorhat, die EM in diesem Jahr gebührend zu feiern, bekommt mit der richtigen Dekoration den Schlüssel zum Erfolg an die Hand. Ob für private Fußballpartys, Public Viewing-Events oder als Shop-Dekoration: Mit dem umfangreichen Dekorations-Set im Deutschland-Design schaffen Initiatoren eine großartige Atmosphäre. Im 38-teiligen Set befinden sich verschiedene Fahnenketten, Girlanden und Papierfahnen für die Dekoration sowie Tröten zum Anfeuern und vieles mehr. Alle im Set enthaltenen Artikel sind auch einzeln verfügbar und können – je nach Produkt – auch individuell gestaltet werden.

Runde Sache

Ein Schwerpunkt der Albene GmbH ist der individuell gestaltete Fußball. Im Hinblick auf die Fußball-Europameisterschaft in diesem Jahr bietet das Unternehmen aus Bayern Bälle in verschiedenen Qualitäten mit individuellem Kundenlogo an und gestaltet den kompletten Fußball außerdem in den CI Farben des Kunden nach Pantone. Dementsprechend kann sich der Endkunde mit der jeweiligen Marke oder dem Logo und einer bestimmaren Qualität identifizieren. Hierbei wird jedes Panel im Siebdruck bedruckt, bevor der Ball von Hand genäht wird, womit jede Ballbestellung zum Unikat wird. Alle Materialien, Farben, Größen und Aufdrucke können individuell ausgewählt werden. Eine kompetente Beratung sowie kostenlose Designvorschläge nach Erhalt von Logo und Farbangaben nach Pantone von Kundenseite sind bei Albene inklusive. Alle Bälle sind handgenäht und hochwertig verarbeitet. Die Palette reicht vom Fußball über Beach-, Basket-, Volley-, Hand- und Mini-Ball bis hin zum American Football oder auch Tennisball mit individuellem Logo-Aufdruck.

– Anzeige –



+31(0)297 769115 www.minibeachflag.nl



PSI 46897 • Dosenspezialist GmbH
Tel +49 3621 7338017
sara.ludwig@doseplus.de
www.doseplus.de

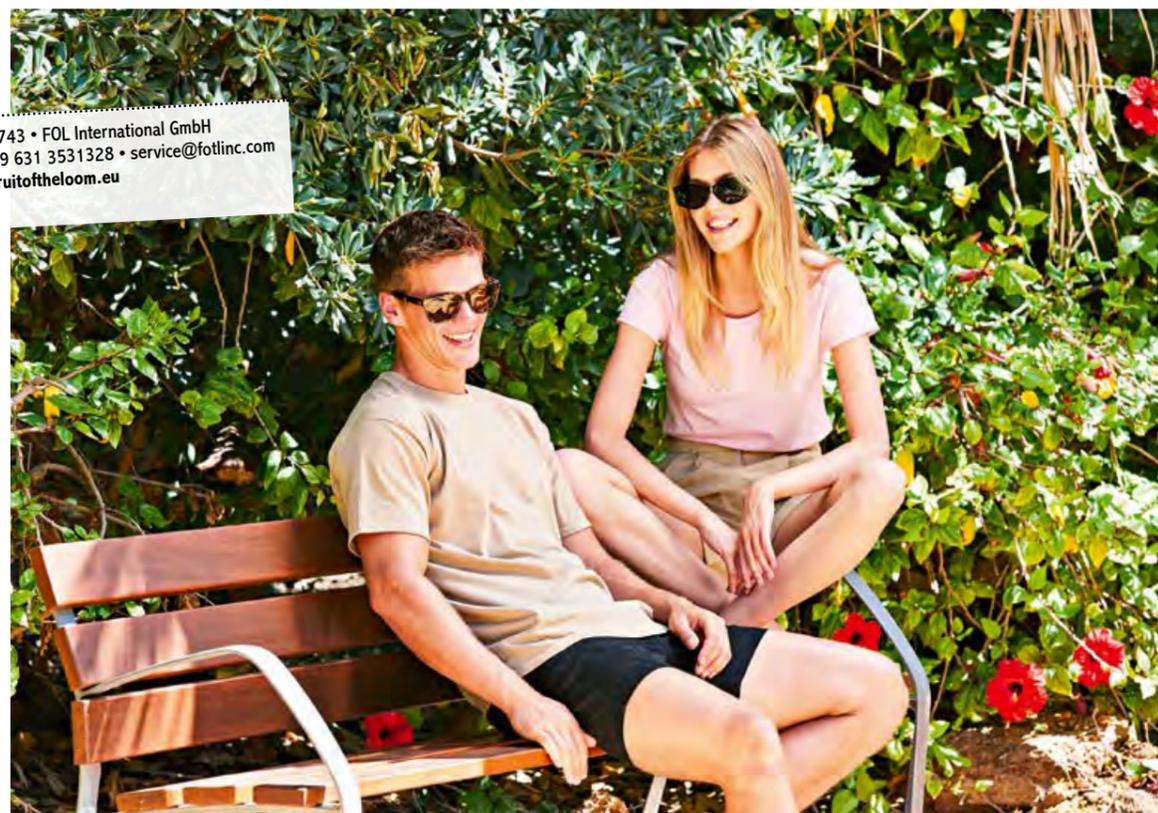


Schwarz-Brot-Gold

Der Geschmack erfolgreicher Werbung liegt in der exklusiven Weißblech-Lunchbox, dem perfekten Werbemittel zur Fußball EM aus dem Portfolio der Dosenspezialisten. Der Deckel im schwarz-rot-goldenen EM-Design setzt nicht nur ein Statement für Teamgeist, sondern er bietet auch eine ideale Werbefläche für ein Firmenlogo. Jede Mahlzeit wird so zur Erfolgsbotschaft von Unternehmen. Praktisch, stylish und mit maximaler Werbewirkung: Die Lunchbox ist mehr als nur ein Behälter für Speisen. Im Zuge der EM-Begeisterung rücken Unternehmen ins Rampenlicht, Pausen werden zum Highlight.

Frühlingshaftes Tragegefühl

Im Frühjahr dürfen die beständigen Valueweight T's von Fruit of the Loom in keinem Kleiderschrank fehlen. Ob für die ganze Familie oder als Teamwear: Der beliebte Allrounder aus 100 Prozent Baumwolle ist bekannt für seine vielfältigen Styles, in mehr als 30 Farben erhältlich und bietet die perfekte Leinwand für individuelle Textilveredelungen. Mit einem Stoffgewicht von 165 g/m² bietet das Valueweight T frühlingshafte Leichtigkeit und ein angenehmes Tragegefühl an wärmeren Tagen. Das klassisch geschnittene T-Shirt besticht durch einen Rundhalsausschnitt und ein gleichfarbiges Nackenband. Die Größenauswahl reicht von S bis 5XL. Das Valueweight T ist bei 40°Celsius in der Maschine waschbar.



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



PSI 50967
Römer Drinks by Römer Wein und Sekt GmbH
Tel +49 6541 81290
info@roemer-drinks.de
www.roemer-drinks.de

Durstlöcher für Fußballfans

Bier gilt als das Nationalgetränk der Deutschen und als Kühles Blondes bietet das erfrischende Bier vom Werbegetränkesspezialisten Römer Drinks in moderner 250ml Dose eine spritzige Werbemöglichkeit zur Fußball Europameisterschaft 2024. Werbende Unternehmen tragen mit ihrer Botschaft auf der Dose zu einem gelungenen Fußballabend für Mitarbeiter, Kunden oder Geschäftspartner bei. Bereits ab einer Menge von 264 Stück können die Slimline-Dosen individuell mit dem Firmenlogo oder einem besonderen Slogan ausgestattet werden. So bleibt die Werbung auf dem Etikett sprichwörtlich in aller Munde.

Themenwaben-Dekoration

Mit 100 Jahren Erfahrung in der Herstellung von Papierdekorationen bietet Paper Fantasies, ein in Europa ansässiges Unternehmen, trendige und farbenfrohe Papierprodukte in Wabenform an, die erfolgreiche Kommunikation mit großer Nachhaltigkeit verbinden. Die als Give-Away, Promo- oder POS-Objekt verwendbaren Dekorationen werden vollständig aus Papier hergestellt und sind somit vollständig recycelbar. Außerdem kann man sie viele Male verwenden. Alle Artikel können in personalisierte Geschenke für Kunden, Partner oder Werbegeschenke umgewandelt werden, indem eine persönliche Botschaft oder ein gewünschtes Design aufgedruckt wird. Außerdem kann eine individuelle CI-Markenfarbe gewählt oder zusätzlich bedruckter Karton hinzugefügt werden. Die in Europa hergestellten Deko-Produkte werden flach verpackt geliefert und eignen sich damit ideal für den Versand.

PSI 43993 • Paper Fantasies
Tel +37 052 331111
zilvinas@paper-fantasies.com
www.paper-fantasies.com



Mix & Match

Gegründet als Sportmarke für Result Clothing, ist Spiro bekannt für innovative Produkte, die zur Vervollständigung des Team- oder Sport-Looks konzipiert wurden. Aktuell präsentieren die Briten einen sportlichen Look zum trainieren, egal, ob Tennis oder Tanzsport: Spiro hat etwas Passendes. Die S268 Zero Gravity Jacke ist für Damen und Herren erhältlich. Sie ist die meistverkaufte Sportjacke. Sie ist leicht, ausgestattet mit integrierter Kapuze, versteckten Reißverschlusstaschen an den Seiten und reflektierenden Details am Rücken. Diese extrem leichte, in drei Farben erhältliche Jacke bietet Bewegungsfreiheit durch ergonomisch geformte Ärmel und einen wattierten, gesteppten Körper. Das Kleidungsstück lässt sich übrigens gut mit dem S287X Aircool T-Shirt kombinieren. Ein atmungsaktives Sportshirt, aus schnell trocknendem Piqué-Gewebe für perfekte Atmungsaktivität. Es gibt eine große Auswahl an Farben und Größen. Das T-Shirt ist angenehm zu tragen, da es lässig geschnitten ist und flache Nähte an Schultern und Armausschnitt hat. Die Sportkollektion bietet auch Accessoires wie Kompressionsärmel, die durch das technische Material Versteifungen, Muskelkrämpfe und Mikromuskelverletzungen reduzieren und überaus einfach an- und auszuziehen sind.

PSI 60392 • Result Clothing Ltd.
Tel +44 120 6798131
kblackstock@resultclothing.com
www.resultclothing.com



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



Unverzichtbarer Schiri-Begleiter

Die Schiedsrichtermappe Game on von Gabriele Bühring & Team ist ein essentielles Must-have für jeden Schiedsrichter. Mit der hochwertigen Mappe ist alles Notwendige für den Einsatz auf dem Spielfeld mit von der Partie, kompakt und organisiert an einem Ort. Die Mappe besteht aus hochwertigem Leder oder veganem Lederimitat und bietet ausreichend Stauraum für Spielunterlagen, Spielregeln, Notizblöcke, Stifte, Karten und andere wichtige Utensilien, die während des Spiels benötigt werden. Dank der individuellen Anpassungsmöglichkeiten kann die Mappe je nach Vorlieben und Anforderungen des Sports personalisiert werden. Standardmäßig gibt es sie in Schwarz, auf Wunsch auch in anderen Farben. Zur Veredelung wird eine Blindprägung oder Farbprägung empfohlen.

Safety first

Zur Sicherheit und dem Schutz für Tiere im Auto vor großer Hitze im Sommer hat Aleide ein zuverlässiges TTA-Thermometer im Portfolio. Wer sein in der prallen Sonne auf dem Parkplatz abgestelltes Auto im Glauben verlässt, dass Hund oder Katze während des „kurzen“ Einkaufs im Auto nichts passiert, liegt falsch. Tiere nehmen Hitze komplett anders wahr als Menschen. Schon ab 36° Celsius Innentemperatur kommen Tiere an ihre Grenzen und können kollabieren. Nicht selten mit tödlichem Ausgang. Das TTA-Thermometer kann hier für Sicherheit sorgen, zeigt zuverlässig die aktuelle Temperatur im Fahrzeug an und zeigt somit an, wann es für das Tierleben gefährlich wird. Das TTA zeigt bis 52° Celsius an, da sich der Innenraum im Auto sehr schnell aufheizen kann. Konzipiert als Aufhänger an Rückspiegel oder Kleiderhaken, hat der Fahrer jederzeit die Temperatur im Blick, weitere wichtige Infos und Warnhinweise sind aufgedruckt. Das TTA lässt sich komplett individuell im Design gestalten, auch andere Formate sind möglich. Erhältlich ab 250 Stück. Zur Zielgruppe gehören etwa Hersteller von Futtermitteln, Online-Shops, Tierärzte und Versicherungen.

PSI 43604 • Aleide-Innovationen
Tel +49 5651 5135 • info@aleide.de
www.aleide.de



Taktik-Bechern

Auf der Suche nach dem ultimativen Werbeartikel zur Fußball-EM wird der Kunde bei der SND PorzellanManufaktur fündig: Der Taktik-Becher sorgt bei Fans für Begeisterung und nährt dessen Trainerambitionen. Denn direkt auf dem Trinkgefäß lassen sich Ideen zur idealen Taktik skizzieren und mit Freunden diskutieren. In der Gestaltung des Bechers ist der Kunde völlig frei. Ob schlicht in Schwarz-Weiß oder bunt, die durchsichtige, beschreibbare Fläche kann überall auf- und überdruckt werden, womit ein nachhaltiges und langlebiges Werbemittel entsteht. Denn natürlich fungiert dieser Becher auch für die Taktik des nächsten Spiels in der Bundesliga oder beim Ortsverein. Die SND PorzellanManufaktur unterstützt Interessenten mit passenden Umsetzungsideen zu den verschiedensten Kundenthemen.



PSI 45567 • SND PorzellanManufaktur GmbH
Tel +49 6183 8008-0
info@snd-porzellan.de
www.snd-porzellan.de

Must-have für Aktive

Das ActiveTowel® Sports von Polyclean International wurde speziell für Fitness-Enthusiasten, Outdoor-Abenteurer und alle entwickelt, die den Sport lieben. Egal, ob verwendet im Alltag, zuhause, im Fitnessstudio oder während der Outdoor-Aktivität: Dieses handliche und leichte Mikrofaserhandtuch ist immer mit von der Partie. Ein weiterer Pluspunkt: Das ActiveTowel® Sports kann mit einem hochauflösenden Fotodruck individuell gestaltet werden. Ein besonderer Akzent wird durch die Möglichkeit der individuellen Personalisierung mit Namen gesetzt. Das ultraleichte Sporthandtuch besteht aus der hochwertigen P-9000® Microfaser und kann bereits ab einer geringen Bestellmenge von 25 Stück geliefert werden. Ab März gibt es übrigens eine neue Version des Sporthandtuchs, dann hergestellt aus recycelter P-9000® Microfaser und statt mit Netzbeutel mit einer Geschenkbox aus Karton mit individuell bedruckbarem Schubser.



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



Bild (v.l.n.r.): Tim Tiede, Sven Scharr, Dominic Lessing.
Bildnachweis: Daniel Koebe

SUGGLE komplettiert Geschäftsführung

Die SUGGLE GmbH, Werbeartikelspezialist mit Sitz in Wermelskirchen, hat ihre Geschäftsführung um Tim Tiede und Dominic Lessing mit Sven Scharr komplettiert.

Wie das Unternehmen bekanntgibt, sei dies „eine logische Konsequenz aus der rasanten Erfolgsgeschichte seit 2017“. Fest überzeugt von der Wirksamkeit von „feel.good.products“, war die SUGGLE-Mission klar: „Wir helfen Unternehmen bei der Vermittlung von Wertschätzung gegenüber ihren (neuen) Mitarbeitenden.“ Heute zeige sich, dass es für SUGGLE die richtige Entscheidung gewesen sei, Erfahrungen aus den Bereichen Psychologie, Marketing und HR zu bündeln.

Weiter heißt es in der Mitteilung: „Viel Potenzial braucht ein starkes Führungsteam – ein Ergebnis aus anderthalb Jahren intensiver Reflektion der eigenen Strukturen. Mit der Unternehmensberatung kleinkariert - Agentur für Struktur an der Seite,

hat SUGGLE optimierte Prozesse erarbeitet, Vorstellungen und Annahmen hinterfragt und gemeinsam ein Versprechen geschärft: SUGGLE macht Arbeitgebermarken spürbar! Wir unterstützen mit haptischen Benefits dabei, Menschen zu binden. Ganz konkret.“

Dieses Versprechen werde Sven Scharr nun weiter ausbauen und noch stärkere SUGGLE-Lösungen anbieten. Von der Beratung über die Idee, das Design, den Einkauf, die Logistik bis hin zu Shoplösungen – SUGGLE „wird HR-Aufgaben ganzheitlich verstehen und Komplett-Lösungen anbieten“.

„Mit Sven haben wir dafür einen erfahrenen Manager und Herzensmensch gewonnen, der wunderbar ins Team passt. Und er bringt ordentlich Expertise mit. 12 Jahre war er bei der Agentur touchmore, der renommierten Adresse für haptische Markenkommunikation. Unsere Haltung, der Designanspruch, die Vielfalt der Produktlösungen und die konsequente HR-Ausrichtung begeisterten ihn sofort. Dabei hätte es auch schon gereicht, dass wir menschlich ein absolutes ‚Match‘ haben“, so Tim Tiede und Dominic Lessing. www.suggle.de

Neuerungen für Kunden

Wie der Schirmspezialist FARE aus Remscheid mitteilt, führt das Unternehmen neben neuen Schirmmodellen gleich zwei Neuerungen im Jahr 2024 ein, die den Kunden die Arbeit erleichtern und auch finanzielle Vorteile mit sich bringen.

Neuerung Eins: Ab dem 1. Januar 2024 profitieren alle Kunden von reduzierten Artikelpreisen und einer Frei-Haus-Lieferung innerhalb Deutschlands. Zudem sind die meisten Druckpreise günstiger geworden, Vorkosten- und Mindermengenzuschläge werden günstiger oder entfallen komplett.

Neuerung Zwei: Die Veredelungspreise werden vereinfacht. Viele Fälle mit Sonderpreisen werden gestrichen oder zu regulären Preisen angeboten. So haben beispielsweise die unterschiedlich großen

Doming- oder Lasersticker einen einheitlichen Preis und die meisten Aufpreise für Sonderfälle entfallen. Damit – so FARE – wird die Preisliste einfacher und transparenter und erleichtert jedem Kunden das Kalkulieren der Veredelungspreise.

Die neue Preisliste wird neben den aktuellen Katalogen im FARE-Kunden-Login-Bereich auf www.fare.de zum Download bereit liegen. Kunden, die noch keinen Zugang haben, können diesen einfach per E-Mail anfordern.



Die anschauliche Gestaltung der neuen Veredelungspreisliste unterstützt die Einfachheit und Transparenz. Bild: Fare

Strategischer Partner an Bord

Um künftig dem Wachstum, aber vor allem auch der Verantwortung gegenüber den Mitarbeitenden, den Kunden, Partnern und Lieferanten gerecht werden zu können haben sich die beiden Gründer von cyber-Wear – Steven Baumgaertner und

Roman Weiss – dazu entschlossen, mit der Haspa Beteiligungsgesellschaft für den Mittelstand mbH, kurz Haspa BGM, einen starken und verlässlichen Partner an Bord zu holen, der mit dem Einstieg im November 2023 das weitere Wachstum und den konsequenten Ausbau des Unternehmens tatkräftig unterstützen wird. Die Mehrheitsanteile verbleiben weiterhin in den Händen der beiden Gründer.

1994 im elterlichen Keller gegründet, zählt die Cyber-Wear Heidelberg GmbH mittlerweile zu den führenden Werbeartikel- und Merchandising-Fullservice-Anbietern in Europa. Getrieben vom ständigen Wandel, einer gesunden Portion Innovationskraft und vor allem von solidem, organischem Wachstum hat es Roman Weiss und Steven Baumgaertner aus dem Keller in die große, weite Welt getrieben. Laut Roman Weiss und Steven Baumgaertner gilt mit dem Einstieg der Haspa BGM einmal mehr der Unternehmensgrundsatz „Let's make it happen, shock everyone“, und das künftig mit einem neuen Partner an der Seite, der genau dieses Ziel aktiv mit verfolgt.

„Wir freuen uns sehr in der Haspa BGM einen engagierten und kompetenten Partner gefunden zu haben, der unsere Visionen teilt und mit uns den weiteren Weg gehen möchte. Eine starke und verlässliche Basis war und ist unser Fundament und das möchten wir auch in den kommenden Jahren gewährleisten. Das Wachstum braucht neue Impulse und frische Denkweisen. Die werden wir mit den Kollegen der Haspa BGM gemeinsam erarbeiten und so das Unternehmen konsequent ausbauen“ Roman Weiss, CFO cyber-Wear Heidelberg GmbH.

„Wir waren und sind von Anfang an begeistert wie viel Innovationskraft in einem doch vermeintlich einfachen Marktumfeld stecken kann. Die Art und Weise, wie das Unternehmen seit Jahren immer wieder auf neue Technologien setzt, andere Wege geht und sich konsequent den Herausforderungen stellt ist beeindruckend. Wir als Haspa BGM sehen großes Potential, diese Erfolgsgeschichte gemeinsam mit Herrn Baumgaertner und Herrn Weiss weiterzuschreiben und cyber-Wear noch globaler und noch erfolgreicher zu positionieren. Wir freuen uns nun Teil dieses großartigen Teams zu sein und gemeinsam die Zukunft zu gestalten“ Maximilian Schilling, Geschäftsführer der Haspa Beteiligungsgesellschaft für den Mittelstand mbH. www.mycybergroup.com



Vertrieb verstärkt

Die MYRIX GmbH, Spezialist für hochwertige innovative Notizbücher und Kalender, ist weiter auf Expansionskurs und gibt einen Teamzuwachs bekannt: Zum 1. Januar 2024 verstärkt Alexandra Alp das Team von MYRIX.

Alexandra Alp wird weitere Ansprechpartnerin für die Kunden des Unternehmens im Innendienst und übernimmt die Koordination und Abwicklung von Aufträgen. Außerdem steht sie den Kunden mit Rat und Tat bei der gemeinsamen Projektumsetzung zur Seite.

„Ihre Begeisterung für unsere Produkte und Ihre Motivation machen Alexandra Alp zu einer tollen Ergänzung im Team“, so Patrick Döring, Geschäftsführer des Unternehmens.

Die MYRIX GmbH mit Sitz in Pfinztal bei Karlsruhe bietet ein vielfältiges Sortiment an Notizbüchern und Kalendern für den Werbemittelhandel – „Made in EU“.

Mehr Informationen auf: www.myrix.de



Alexandra Alp

German Marketing Award für Promi-Merchandise Idee

Die in Amerang ansässige Werbemittelagentur werbemax GmbH wurde mit dem „German Marketing Award“ ausgezeichnet. Die Jury wählte aus über 100 Einreichungen die Preisträger aus. werbemax konnte in der Kategorie „Werbeartikel“ überzeugen: Hier stehen neben dem speziellen Produkt auch das Kommunikationsziel, die Ideengenerierung sowie die Umsetzung der Kampagne im Fokus. Ausgezeichnet wurde ein Sondereditionsartikel für die „Perspektiven-Geburtstagstournee“ von Schlagerstar Roland Kaiser.

Der Roland Kaiser Fanshop suchte für die Jubiläums-Geburtstagstour 2023 einen besonderen Fanartikel. Die Kernzielgruppe waren Frauen ab 25 Jahre. Durch die bisherige Zusammenarbeit zwischen werbemax und dem Fanshopbetreiber wurden bereits zielgenaue Artikel in der Vergangenheit umgesetzt. werbemax schlug das Sektglas „CHEERS No.1“ der Marke koziol vor. Vorab wurde die favorisierte Idee als einzelner Artikel mit einer Mindestauflage vor Tourbeginn im Shop bei der Zielgruppe getestet. Innerhalb von nur 2 Wochen war die Startauflage von 500 Sets abverkauft.

Mit Roland Kaisers neuen Album „Perspektiven“ wurde u.a. der beliebte Song „Du, deine Freundin und ich“ veröffentlicht. Da die Konzerte häufig von mehreren Freundinnen besucht werden, wurde daher beschlossen, ein 3er-Set anzubieten und die Gläser passend zum Titel mit dem Aufdruck „DU“, „DEINE FREUNDIN“, „UND ICH“ zu bedrucken. Das Set wurde rechtzeitig zum Tourbeginn im Shop eingestellt sowie auf den Konzerten als „Sonderedition“ für diese Tour direkt verkauft. Einem perfekten – scherbenfreien – Konzertbesuch steht mit dem Set nichts mehr im Wege. Das Set entwickelte sich in kürzester Zeit zu einem Topseller und ist somit als zielgenauer Fanartikel etabliert.

Die Sektgläser CHEERS sind aus dem „Superglas“ by koziol, einer Material-Innovation des Herstellers, entwickelt. Das hochwertige Material isoliert und hält die Getränke kühl, die hohe Form sorgt dafür, dass es länger sprudelt. Dazu ist das Glas nahezu unzerbrechlich und damit perfekt für Geburtstage, Gartenfeste, Ausflüge und überall dort, wo Scherben weniger Glück bringen. Auch die Nachhaltigkeit des Produkts wurde bedacht. So wird das Cheers-Sektglas in Deutschland klimaneutral produziert. Das Material ist 100% recycelbar, langlebig und frei von Schadstoffen.

Bei der Werbeanbringung auf den Sektgläsern wurde der Songtext aufgegriffen. Eine zusätzliche im eigenen Design Sonderverpackung rundet das Set ab. Die Sektgläser CHEERS wurden mit einem 1-farbigem Druck auf der Sektglas-Oberfläche bedruckt. Bei der Sonderedition „Roland Kaiser“ wurde je Glas die Druckfarbe variiert und mit einem Motivwechsel spannend umgesetzt.

Die Jury des German Marketing Awards zeichnete werbemax für die zielgenaue Entwicklung aus. Die Produktidee passe genau zur Zielgruppe, abgestimmt auf einen zentralen Song für die Jubiläums-Tournee und sei zudem ein langlebiges, nachhaltiges Produkt das inzwischen 1.000fach auch in Social-Media-Kanälen mit Selfies platziert wurde – so die Begründung für die Prämierung. Für werbemax ist der German Marketing Award bereits die fünfte internationale Marketing-Auszeichnung. Näheres zum Unternehmen unter: www.werbemax.de



werbemax Geschäftsführer Christian Höfling freut sich über die Auszeichnung mit dem German Marketing Award für sein kreatives Team in Amerang.

Unternehmensleitung erweitert

Der Meerbuscher Werbemittelhändler S&P erweitert seine Chefetage. Neben den beiden Inhabern Carsten Lenz und Daniel Thywissen ergänzt mit dem Jahreswechsel der langjährige Vertriebsleiter Matthias Janßen die Geschäftsführung.

„Herr Janßen hat einst als Praktikant bei S&P noch unter der Führung meiner Eltern begonnen. Nach seiner Ausbildung und ersten beruflichen Erfahrungen im Personalwesen hat er seit seiner Rückkehr zu S&P vor acht Jahren tagtäglich bewiesen, wie sehr sein Herz für Werbeartikel und unsere Firma schlägt“, erläutert Carsten Lenz. Schon vor zwei Jahren war Matthias Janßen als Prokurist mit erster Führungsverantwortung durch die Inhaber ausgestattet worden. Nach seiner Weiterbildung eines Unternehmer-Seminars erfolgte nun die Berufung in die Geschäftsführung.

Inhaber Daniel Thywissen zieht sich bei S&P aus dem operativen Geschäft auf eigenen Wunsch zurück und überlässt die tägliche Unternehmensführung dem neuen Duo Lenz und Janßen. „Ich werde die Geschicke weiterhin auf strategischer Ebene und im Hintergrund mit organisatorischen Themen begleiten“, so Thywissen. „In der aktuellen Konstellation ist S&P bestens aufgestellt, um das anstehende weitere Wachstum zu gestalten und freue mich, diese Entwicklung künftig mit etwas Abstand miterleben zu dürfen.“

„Ich freue mich sehr über die Beförderung und das darin gesetzte Vertrauen in meine Person. Gemeinsam mit dem Team stehen viele Projekte für dieses Jahr an, die ich nun in der neuen Funktion verantwortungsbewusst zum Erfolg führen werde“, so Matthias Janßen. S&P wird neben dem weiter erfolgreichen Partnerprogramm das Angebot der „Flex-Service“-Dienstleistungen um Lagerlogistik und dazugehörigen Online-Lösungen für die Kunden vorantreiben. „Die Resonanz der Kunden ist überwältigend und stärkt die Wachstumsambitionen des S&P-Teams“, erklärt Carsten Lenz. „Die inhaltlichen Strukturen zu diesem Erfolgsmodell sind maßgeblich von Herrn Janßen gestaltet worden. Für uns ein weiterer Beweis, mit ihm die richtige Personalentscheidung für die Zukunft des Unternehmens getroffen zu haben.“

S&P wurde in seiner heutigen Struktur 2014 von Thywissen und Lenz entwickelt. Das Unternehmen hat aktuell neben der Zentrale in Meerbusch einen weiteren festen Standort in Bückeberg, geleitet von Katrin Hitzemann und ergänzt um mehrere Kreativberater, die sich S&P's Partnerprogramm angeschlossen haben. www.sp-werbeartikel.de



Die maßgeblichen drei von S&P (v.l.): Daniel Thywissen, Matthias Janßen und Carsten Lenz posieren auf der PSI 2024 vorm Stand von koziol.

Wechsel bei Sweetware: neuer Kaufmännischer Leiter

Der Geschäftsführer des Werbesüßwaren-Spezialisten Sweetware Sandor Kiss hat den langjährigen Kollegen und Kaufmännischer Leiter Michael Ruf in den Ruhestand verabschiedet. Seine persönlichen Worte: „Wenn Sie sich genauso viel Mühe geben, Ihren Ruhestand zu genießen wie Sie es mit ihrem Einsatz bei Sweetware getan haben, wird dieser ganz sicher ein Erfolg! Mit Ihrer Kompetenz und stets gelassenen Art, waren Sie ein wichtiger Teil des Teams und haben Sweetware entscheidend geprägt. Wir werden Ihre Skills vermissen! Wir wünschen Ihnen das Allerbeste, Glück und Gesundheit. Vielen Dank für die tollen 12 Jahre bei Sweetware!“

Als neuer Kaufmännischer Leiter wurde Bernd Weisenhorn ernannt. „Damit ein reibungsloser Übergang gewährleistet ist, gab es eine intensive Übergabephase, in der der Bernd Weisenhorn eingearbeitet wurde. Er verfügt über die notwendigen Qualifikationen und Erfahrungen, um diese Stelle erfolgreich auszufüllen. Nach Stationen in den Branchen Medizintechnik und Weinwirtschaft sind ihm Werbemittel zwar neu, jedoch freut er sich sehr auf diese spannende Herausforderung. Besonders freut uns, dass wir jemanden

aus der Region für uns gewinnen konnten“, so Lars Göppert, Leiter Marketing/Sales bei Sweetware.

www.sweetware.de

Scheidender und neuer Kaufmännischer Leiter (v.l.): Michael Ruf und Bernd Weisenhorn.



Sweetware GmbH & Co.KG



Gernet Printpack

Volker Riedle übernimmt Geschäftsführung von Gernet Printpack

Fotos: ©GERNET Printpack

Volker Riedle übernimmt Geschäftsführung

Mit Wirkung vom 14. Dezember 2023 hat Volker Riedle (55) die Geschäftsführung der Gernet Printpack GmbH in Mannheim übernommen. Der Gründer des renommierten Papiertaschenmachers Bags by Riedle, Langenbrettach, wird seine fast 30-jährige Branchenerfahrung sowie seine Leidenschaft für Papier in den weiteren strategischen Ausbau des Traditionsunternehmens einbringen, so eine Mitteilung des Unternehmens.

Vor rund zwei Jahren hatte sich die 1950 gegründete und etablierte Spezialdruckerei für Packmittel, Tragetaschen und Etiketten auf eine neue Mission begeben, ihre Werte geschärft und die Prozesse optimiert. Wie es weiter heißt, „war und ist es das Ziel, die Interessen der Kunden verstärkt in den Fokus zu stellen und auf Innovationen mit Nachhaltigkeit zu setzen. Auf dem Weg dorthin hat das Unternehmen seinen Kunden aufmerksam zugehört, an zukunftsweisenden Angeboten gearbeitet und die innovative Kombination klassischer und digitaler Drucktechniken vorangetrieben.“

Nun soll die nächste Entwicklungsstufe erklommen und weitere Versprechen eingelöst werden. Der gelernte Druck- und Papiertechniker Riedle sendet damit ein klares Signal: „Mit dem angekündigten ‚nachhaltigen GERNET‘ haben wir den richtigen Weg eingeschlagen und werden diese Vision nun konsequent Schritt für Schritt umsetzen“. Das bedeutet beispielsweise auch, dass den Kunden überall dort, wo sich Verpackungen nicht vermeiden lassen, sinnvolle Lösungen zur Reduktion angeboten werden sollen.

Der bisherige Geschäftsführer Michael Bromberger hatte in den letzten Jahren die digitale Transformation des Unternehmens erfolgreich vorangetrieben und dieses so zu einer kleinen, feinen Digitalschmiede entwickelt. Er schied zum 13. Dezember 2023 bei Gernet Printpack aus, um sich neuen Herausforderungen zu stellen. www.gernet.de

Nachhaltig ausgezeichnet – uma gewinnt German Design Award 2024

Das Familienunternehmen uma Schreibgeräte Ullmann GmbH aus Fischerbach im Schwarzwald ist für seinen uma RECYCLED PET PEN PRO ocean in der Kategorie Excellent Product Design – Eco Design mit dem renommierten German Design Award 2024 ausgezeichnet worden. Die uma OCEAN-Schreibgeräteserie wird komplett in Europa zu 100% klimaneutral gefertigt.

Hinter dem Konzept steht die Zusammenarbeit mit Plastic Bank. Plastic Bank sammelt in Küstennähe und an Flussmündungen Plastikmüll, der entweder angeschwemmt oder an den Stränden hinterlassen wurde. Die Besonderheit ist, dass nicht nur die Plastikverschmutzung reduziert, sondern auch den Mitgliedern der Sammelgemeinschaft eine Chance auf ein besseres Leben durch entsprechende Entlohnung ermöglicht wird. Damit vermittelt der uma RECYCLED PET PEN PRO ocean neben dem Aspekt des Klimaschutzes auch Impulse sozialer Nachhaltigkeit.

„Die Auszeichnung bestätigt unsere Idee, nicht nur in ein Schreibgeräte-Design zu investieren, sondern auch in der Materialverwendung und -verarbeitung mit Innovation zu überzeugen. Die uma OCEAN-Schreibgeräteserie steht somit für zeitloses Design mit nachhaltiger Wirkung auf gleich mehreren Ebenen“, so uma-Geschäftsführer Alexander Ullmann. Mehr Informationen unter: www.uma-pen.com/ocean



uma Schreibgeräte Ullmann

Bild: © uma Schreibgeräte Ullmann GmbH

Textilveredelung: Gor Factory und PF Concept bündeln Kräfte

Der europäische Markt für Werbeartikel entwickelt sich rasant. Konformität, Preis, Schnelligkeit, Technologie und Service sind die wichtigsten Faktoren im Entscheidungsprozess der Vertriebs Händler. Die Fähigkeit eines Anbieters, einen umfassenden Produkt- und Druckservice zu wettbewerbsfähigen Preisen anzubieten, ist daher von entscheidender Bedeutung, um seine Position auf dem Markt zu verbessern. Ein guter Grund für Gor Factory und PF Concept, ihre Kräfte in Europa zu bündeln. Im Rahmen dieser ambitionierten Partnerschaft wird Gor Factory unter seiner renommierten Marke Roly eine breite Range an T-Shirts, Polos, Kapuzenpullis, Stulpen und Jacken anbieten, die direkt ab Lager bei PF Concept erhältlich sind. Die bewährten Beschaffungskapazitäten und die Kaufkraft von Roly sollen nach Unternehmensangaben gewährleisten, dass diese Kollektion „zu den besten Preisen auf dem Markt angeboten wird“. In der Mitteilung heißt es weiter, dass „PF Concept seinerseits eine Druckabwicklung ab dem ersten Tag nach der Auftragsbestätigung organisieren und damit die schnellste Abwicklung auf dem Markt bieten wird. Als Branchenführer im Bereich der digitalen Transformation wird PF Concept alle Produkte für einen besonders einfachen Online-Kauf zur Verfügung stellen, einschließlich Visualisierung und Druckpreisen.“

Laut PF Concept „entsteht durch die Partnerschaft das bislang größte Angebot an Textilien in der Werbemittelbranche, vom preisgünstigen Roly-T-Shirt bis zur hochwertigen Elevate NXT-Recyclingjacke, die in ganz Europa bedruckt erhältlich sind“. Gor Factory wird den Markt für unbedruckte Kleidung weiterhin direkt beliefern, während sich PF Concept auf die Entwicklung des Geschäfts mit bedruckter Kleidung konzentrieren wird. Weitere Informationen unter: www.pfconcept.com



PF Concept

Bild: © PF Concept

Verpackungsspezialist startet mit neuem Führungsteam ins Jahr

Beim Verpackungsspezialisten Karl Knauer aus Biberach/Baden gab es zum Jahreswechsel eine Veränderung in der Führungsetage: Geschäftsführer Michael Deronja, der bisher gemeinsam mit Stefanie Wieckenberg, Enkelin des Firmengründers Karl Knauer, das Unternehmen geleitet hatte, hat zum Jahresende aus persönlichen Gründen das Unternehmen verlassen und ist in seine Heimat zurückgekehrt. „Michael Deronja danke ich herzlich für sein Engagement und wünsche ihm das Beste für seine persönliche Zukunft“, so die geschäftsführende Gesellschafterin Stefanie Wieckenberg bei Deronjas Verabschiedung.

An seiner Stelle wurden mit Nicki Eberle und Marco Manna zwei Kollegen ins nun 3-köpfige Führungsteam berufen. Eberle ist seit Oktober 2022 bei Karl Knauer und war seither als Leiter Produktion tätig. Als Geschäftsführer wird er in Zukunft alle technischen Bereiche des Unternehmens verantworten. Marco Manna ist seit Juli 2020 bei Karl Knauer als Leiter Personalwesen und Finanzen/Controlling beschäftigt und wird im Führungstrio ab sofort die Rolle des kaufmännischen Geschäftsführers innehaben.

„Ich freue mich auf die Zusammenarbeit mit Marco Manna und Nicki Eberle und bin mir sicher, dass wir schlagkräftig zu dritt unser Familienunternehmen erfolgreich weiter führen werden“, so Wieckenberg.

Über die Karl Knauer-Gruppe

Die Kernkompetenzen der Karl Knauer-Gruppe sind innovative Verpackungen, Werbemittel und Präsentverpackungen aus Karton, Wellpappe und Papier sowie der Maschinenbau. Mit zwei Standorten in Deutschland (Biberach) und Polen (Pniewy) zählt das Unternehmen im Bereich Packaging zu den führenden Anbietern. Die Kunden aus der Markenartikel- und Dienstleistungsbranche in ganz Europa profitieren von der vielfältigen Kompetenz und großen Fertigungstiefe.

Im Dialog mit den Kunden entwickelt das Unternehmen Konstruktionen, die alle Ansprüche an eine Verpackung erfüllen – vom Schutz, der Sicherheit bis zur attraktiven Präsentation am POS. www.karlknauer.de

Karl Knauer



Das neue GF-Trio: Stefanie Wieckenberg, Marco Manna und Niki Eberle.
Quelle: Karl Knauer KG

Die finnische Textilmarke Pure Waste ist ab sofort mit 13 Produkten aus Recyclingmaterialien bei Cotton Classics vertreten. Das Sortiment umfasst Basics wie T-Shirts, Polos, Longsleeves, Sweater oder Hoodies. Textildruckereien und Stickereien sowie der Werbemittelhandel können damit einen Beitrag leisten, den Wasserverbrauch und die CO2-Emissionen zu reduzieren.

Cotton Classics wird Vertriebspartner für Pure Waste

Kollektion mit natürlichem Chic

Branche



Die Kleidung von Pure Waste besteht ausschließlich aus recycelten Baumwoll- und Polyesterfasern.

Bereits seit 2013 produziert das Unternehmen Pure Waste Textiles Oy aus Helsinki seine Kleidung ausschließlich aus recycelten Baumwoll- und Polyesterfasern. Ein nachträgliches Färben der Textilien findet dabei nicht statt. „Bei der Herstellung der Kleidungsstücke werden 99 % weniger Wasser verbraucht und 50 % weniger CO2-Emissionen verursacht als bei Produkten aus neuen Materialien. Das macht unsere Bekleidungsstücke einer nachhaltigeren Option“, sagt Geschäftsführer Anders Bengs von Pure Waste.

Hin zu einer Welt ohne Textilabfälle

Das Produktsortiment besteht aus konfektionierter Kleidung für Promotion, Beruf und Endverbraucher sowie aus Lagerware und saisonalen Kollektionen für den Großhandel. Auch Eigenmarken für Modelabels und Sonderproduktionen nach Kundenwunsch können realisiert werden. Der europäische Vertrieb von Blanko-Textilien für die Veredelung mit Druck und Stick erfolgt nun über den Textilgroßhandel Cotton Classics. Neben der ökologisch und sozial verträglichen Fertigung legt das Team von Pure Was-



te auch Wert auf Langlebigkeit, Qualität und zeitloses Design. Anders Bengs: „Unser Ziel ist eine radikale Änderung der Produktions- und Konsumgewohnheiten – hin zu einer Welt ohne Textilabfälle.“

Ausbau des europäischen Vertriebs

Bei der PSI 2023 in Düsseldorf präsentierte sich Pure Waste zum vierten Mal der Werbemittel- und Veredelungsbranche. Aufgrund des großen Interesses des Marktes an nachhaltigen Recycling-Textilien baut Pure Waste nun den europäischen Vertrieb der Blanko-Textilien für die Textilveredelung aus. „Wir freuen uns, mit Cotton Classics einen international aufgestellten Vertriebspartner für unsere Produkte gefunden zu haben. Zum Anfang unserer Koopera-

Pure Waste bei der PSI und auf der Roadshow von Cotton Classics

Im neuen Jahr 2024 hatten und haben Interessierte gleich mehrmals die Möglichkeit, Pure Waste kennenzulernen. Vom 9. bis 11. Januar 2024 war das Unternehmen erneut als Aussteller bei der PSI in Düsseldorf mit dabei. Die Besucherinnen und Besucher fanden Pure Waste in Halle 9 auf Stand C57. Auch der Vertriebspartner Cotton Classics war mit einem Stand (Halle 10, Stand G26-02) auf der PSI vertreten. Mitte Januar startete schließlich die Roadshow... von Cotton Classics durch 7 Länder und 18 Stationen (bis Ende Februar). Hier ist Pure Waste erstmals mit von der Partie und präsentiert das Programm, das bei Cotton Classics erhältlich ist. Weitere Informationen zur Roadshow: <https://roadshow.info>

www.purewaste.com



tion führt der Großhändler nun 13 Produkte aus dem Pure-Waste-Sortiment in seinem Lagerprogramm“, erklärt Anders Bengs.

Breites Sortiment

Erhältlich sind klassische T-Shirts für Damen, Herren und Kinder sowie Longsleeves. Die Modelle für die Erwachsenen gibt es in den Größen von XS bis XXL. Das Polo-shirt aus Piqué-Stoff gibt es als Damen- und Herrenmodell. Das Sweater-Angebot umfasst Artikel für Damen, Herren und Kinder, mit und ohne Kapuze sowie als Zipper-Sweatjacke. Als Ergänzung bietet Cotton Classics noch eine klassische Cap sowie eine Tasche aus einem Mix aus recycelter Baumwolle und recycelten PET-Flaschen an.

Ökologischer Fußabdruck dokumentiert

Auf der Webseite von Pure Waste gibt es zu jedem Produkt eine Angabe zum ökologischen Fußabdruck. So können Interessierte sehen, welche CO2-Emissionen und welcher Wasserverbrauch die Herstellung eines Produkts verursacht haben beziehungsweise welche Mengen an Wasser und CO2 im Vergleich zu einem herkömmlich hergestellten Produkt eingespart wurden. <



Mit neuem Konzept startete die etablierte Welcome Home Tour ihre vorweihnachtliche Event-Reihe. Nach 12 Jahren unter dem Motto „Das Beste. Zuhause.“ lautete nun der Slogan der Veranstalter „Das Beste. Bei Dir.“ Schauplatz der Roadshow waren erstmals zentral gelegene Locations mit besonderem Flair.

Welcome Home 2023

Hin zum Kunden mit neuem Konzept



Zurück zu den Anfängen des Autobaus: Ein Berliet Lieferwagen von 1910, der 950 Kilo auf die Waage bringt. Der französische Eisenbahn-Hersteller Berliet galt als besonders innovativ, denn sein erster „Motorwagen“ hatte bereits ein Viergang-Getriebe.

Die Welcome Home Tour startete in den Räumen der Motorworld in der Opel-Stadt Rüsselsheim

sphäre. Wir von der PSI Redaktion waren für Sie in der Motorworld Rüsselsheim und im Botanikum München vor Ort und erlebten anregende Gespräche, inspirierende Produkte und einen gewissen Erlebnis-Kick inklusive. Gute Aussichten also aufs neue Werbeartikeljahr.

Start in der Opel-Stadt

Die Stadt Rüsselsheim, verkehrsgünstig gelegen und gut angebunden, besinnt sich in letzter Zeit verstärkt auf ihr historisches Erbe als Opel-Stadt. So entsteht auf einem rund 60.000 Quadratmeter großen Areal in den kommenden Jahren ein lebendiges und für jeden zugängliches Stadtviertel. Die historischen Gebäude des alten Opel-Werks



Gut besucht und gut beraten: Das neue Konzept der Tour kam gut an.



werden erhalten und verschiedenen neuen Nutzungen zugeführt. Herzstück ist die Motorworld Manufaktur Rüsselsheim, ein Treffpunkt für Menschen mit Leidenschaft für Mobilität. Die mobile Produktschau war also in der alten Werkhalle mit integrierter Ausstellung imposanter Oldtimer genau richtig. Das fanden auch die zehn ausrichtenden Lieferanten wie auch die vielen erschienenen Händler, die sich in dem beeindruckenden Ambiente bei hervorragendem Catering sichtlich „wie Zuhause“ fühlten.

Sehenswerte Locations

Über die denkmalgeschützte einstige und jetzt zur Eventlocation mit industriellem Charme umgewandelte Zeche Waltrop nördlich von Dortmund ging die Reise weiter zum Museum der Arbeit im schneebedeckten Hamburger Stadtteil Barmbek, dann weiter in den Süden ins Botanikum München, wo ein ehemaliger Gärtnereibetrieb umgewandelt wurde in eine charmante, grüne Eventlocation mit mediterranem Flair. Trotz ungünstiger Wetterverhältnisse – am Wochenende zuvor legte starker Schneefall den Verkehr in Süddeutschland noch lahm – fanden sich auch hier zahlreiche Werbemittelspezialisten bei den Welcome Home-Partnern ein, um sich alle nötige Zeit für ein entspanntes Begutachten der neuen Produkte zu nehmen. Wie schon zu Beginn bildete auch beim nächsten Halt in Stuttgart mit

dem Porsche Museum ein automobiles Ambiente den Rahmen. Die Ausstellung des legendären Sportwagenherstellers bot sicherlich auch zusätzliche Motivation zum Besuch der Produktschau, die schließlich in den gemütlichen Veranstaltungsräumlichkeiten des Wiener „Möbeldepot“ (einer Ex-Teehalle mit exquisiten Möbel-Unikaten, Antiquitäten und stimmungsvoller Dekoration) nun erstmals auch in Österreich Station machte und dort ihren erfolgreichen Abschluss fand. Einige Aussteller haben uns erklärt, was im kommenden Jahr im Trend liegt.

Neu und natürlich nachhaltig

Die Veranstaltung stand wieder einmal unter dem Vorzeichen der Nachhaltigkeit: Alle Aussteller hatten neue Produkte im Gepäck, die belegen, wie gut sich die Branche auf dieses >>



Leonie Brucker und Kim Vollbrecht, Uma Schreibgeräte

Im Recycled Pet pen ALuma ist nicht nur rPet, sondern auch rAlu-Material verarbeitet – für noch mehr Nachhaltigkeit.



Darf nicht fehlen: Das gemütliche Rote Sofa steht für (Werbe-)Wohlfühlatmosphäre und reist immer mit.

Blick ins Münchner Botanikum: Ein Gewächshaus voller neuer, ersprießlicher Werbeideen.



Bernd Berg, JUNG since 1828

Die leckeren Lindt-Pralinen in handlichen Schachteln mit individueller Ausstattung sind schon ab kleinen Mengen erhältlich.

zeugen ihre Kunden mit stets neuen Leckereien. Gleich drei brandaktuelle Novitäten gab's bei der Tour zu sehen und schmecken: Popcorn mit einer attraktiven, nach Wunsch gestaltbaren Umverpackung, sodann schon ab kleinen Mengen erhältliche Lindt-Pralinen in handlichen Schachteln mit je nach Einsatzzweck variabler Ausstattung sowie exklusiv bei JUNG erhältliche Werbesuppen in Tütchen als günstiger, herzhafter Streuartikel.

Persönliche und entspannte Gespräche

Auch wenn wir sie hier nicht alle vorstellen können – wir haben noch viele tolle Produkte gesehen, zum Beispiel den geräumigen Shopper Softbasket von Halfar, kreativ gestaltbare Haftnotiz- und Notizbuch-Sets von Geiger, kuschelige Jackets von Daiber, streichelzarte Plüschbären von mbw und stilvolle Porzellanbescher von SND. Die zahlreich erschienenen Händler ließen sich in entspannter Atmosphäre intensiv beraten und nutzten die Gelegenheit zur persönlichen Abstimmung mit ihren Lieferanten. Natürlich gab's auch an jedem Veranstaltungsort bestes Catering zu genießen. Und die moderaten Anreisezeiten machen das neue Konzept für Besucher noch einmal interessanter. Insgesamt wurde die Roadshow auch als Vorbereitung für die PSI genutzt, um dort dann weitere neue, weniger bekannte oder auch internationale Aussteller zu entdecken.

>> Thema eingestellt hat. Rundum nachhaltig präsentiert sich etwa der Recycled Pet pen ALuma, in dem sowohl recycelte Pet-Flaschen als auch recycelte Alu-Getränkedosen stecken. Diese einzigartige Innovation fertigt und veredelt Uma – wie alle Produkte seiner Naturals-Linie – klimaneutral und damit besonders verantwortungsbewusst. Den leichten, eleganten und besonders flüssig schreibenden Stift gibt es mit Drucker in 18 Farben. Außerdem kann man bei Uma jetzt Schreibgeräte aus rPet mit Soft-touch-Haptik beziehen: rPet Pen Pro.

Biozirkuläres Material auf Mehrweg-Kurs

Als designorientierter deutscher Hersteller hat sich Koziol schon frühzeitig erfolgreich als Nachhaltigkeitsmarke positioniert. Nach dem Grundsatz „Gutes Design mit gutem Gewissen“ forciert Koziol seit längerem die Entwicklung und den Einsatz biozirkulärer Materialien. Diese Produkte sind nicht nur langlebig, funktional und formschön,



Uwe Thielsch, Koziol

Koziol ist die Nachhaltigkeitsmarke: Unser Fokus liegt zurzeit auf biozirkulären Materialien und auf dem Einsatz unserer Produkte in Mehrweg-Systemen.

sie werden auch komplett klimaneutral und mit geringem Energiebedarf hergestellt und sind zu hundert Prozent recycelbar. Der brandneue, ab Januar verfügbare Becher Candy ist sogar nahtlos vollflächig rundum bedruckbar und damit ein perfekter Werbeartikel. Zum umfassenden Verständnis von Nachhaltigkeit gehört für Koziol auch, den Einsatz seiner Schüsseln, Lunchboxen, Trinkflaschen und Becher für Mehrweg-Systeme auszubauen, sowohl im Gastro- wie auch im Eventbereich.

Moderne Mobilität als Markenbooster

Eine runde Sache ist das 6-in-1-Kabelset Reeves-myConvertics von Reflects: Das kreisförmige, handliche und vielfältig gestaltbare Set enthält ein Ladekabel und verschiedene Adapter, mit denen alle digitalen Endgeräte problemlos geladen oder per Kabel verbunden werden können. Insgesamt 34 Farbkombinationen sind möglich. Auch bei Reflects ist der Nachhaltigkeitsgedanke präsent, und so gibt es das praktische Set jetzt auch mit einem Gehäuse aus rPet sowie aus Bambus.

Geschmackvoll gestalten und genießen

Dass geschmackvolle Werbeartikel individuell bedruckt und innovativ verpackt positive Emotionen und durch ihre multisensorische Wirkung bleibende Erinnerungswerte schaffen, wissen die Experten vom Traditionshersteller JUNG since 1828 nur zu gut. Und überraschen und über-



Elke Stills-Wolfsdorf, Reflects

Das Kabelset Reeves-myConvertics ist ein idealer und sehr nützlicher Begleiter für unterwegs – damit wir immer in Verbindung bleiben.

Dieses Jahr machten sich 24 Lieferanten der A&O Adventstour auf den Weg durch Deutschland und Österreich, um ihren Kunden einen interessanten Ausblick auf die Trends 2024 und anschließend einen besonderen Abend zu beschern. Das beliebte Roadshow-Format bietet Business, Kundennähe und Gastlichkeit in Perfektion.

A&O Adventstour 2023

Roadshow mit Win-win-Effekt



Beliebter Event zum Jahresausklang: Die A&O Adventstour 2023.



die Reise in Mainz zu beenden. Drei Wochen war das eingespielte Lieferanten-Team der A&O Adventstour schon unterwegs, bis wir in Mainz ihre letzte Station besuchten.

Ideen fürs neue Jahr

An jedem Standort präsentierten die Aussteller am Nachmittag ausgewählte Neuheiten und Ideen für die kommende Saison und gaben bestehenden und potenziellen Kunden viele Anregungen für künftige Projekte. Dass da-



bei nur ein Ausschnitt des Neuheiten-Repertoires gezeigt wurde, machte Appetit auf mehr und verwies auf Europas größte Innovationsplattform PSI. Nach der schon traditionellen weihnachtlichen Musikeinlage traf man sich in geselliger Runde und in gepflegtem Ambiente zum gemütlichen Tafeln bei Gänsebraten und anderen feinen Sachen. Persönliche und fachliche Gespräche in lockerem Rahmen, Ideenaustausch mit Geschäftspartnern und Kollegen und einfach nur Spaß am Feiern – das macht den Charme dieser Roadshow aus. Der aktuell federführende Organisator Harald Väh von team d betonte den guten Zusammenhalt und die gegenseitige Hilfsbereitschaft der Gruppe und resümierte: „Pro Veranstaltung waren rund 80 bis 100 Gäste angemeldet. Die Tour lohnt sich für alle, denn die Aussteller profitieren gegenseitig von den anwesenden Kunden – also eine Win-win-Situation, die alle motiviert.“

Zurück zur Natur

Auch die A&O Adventstour stand ganz unter dem Vorzeichen der Nachhaltigkeit. Alle Aussteller hatten hierzu Neuheiten im Gepäck, die das Thema Natur in unterschiedlicher Weise aufgriffen. Troika beispielsweise präsentiert unter seiner neuen Marke „Holzweg“ handgefertigte Design-Accessoires aus massivem Eichenholz, hand-made in EU. Alle Produkte dieser Kollektion sind also Unikate, wie etwa der Holzweg Laptop Stand, der dem Laptop sicheren Stand bietet und den Rechner vor Überhitzung schützt. Der ideale Neigungswinkel ermöglicht zudem rückschonendes Arbeiten. Ein weiteres Beispiel: Der zukunftsorientierte österreichische Frotteewaren-Hersteller Vossen glaubt daran, dass alles zur Natur zurückfindet. Dieser Gedanke manifestiert sich in der Kollektion „Tomorrow“: Die flauschigen Baumwollhandtücher aus nachhaltiger Verarbeitung werden am Ende ihres Lebenszyklus in der Natur durch Mikroorganismen biologisch abgebaut und somit wieder dem natürlichen Stoffkreislauf zugeführt. Eine wegweisende Innovation im Sinne der Umwelt. Die oben genannten Themen und viele mehr waren auch auf der PSI in vielen Facetten erlebbar. Verfolgen Sie also unsere Messeberichte in dieser und der nächsten Ausgabe des PSI Journals. <



PSI, das Advertising Specialty Institute® (ASI) und Sourcing City intensivieren ihre Zusammenarbeit und ihre strategische Partnerschaft. Ziel der „PromoAlliance“ ist es, Händlern, Lieferanten und Veredlern eine Plattform zu bieten, um internationale Märkte kennen- und verstehen zu lernen sowie interkontinentale Kunden bedienen zu können.

PromoAlliance intensiviert Zusammenarbeit

Märkte besser verstehen

Branche



Der Beitritt zur PromoAlliance ermöglicht es den Mitgliedern, unkompliziert mit Branchenkollegen in ganz Europa und Nordamerika in Kontakt zu treten. Die aktualisierte PromoAlliance-Website ist nicht nur Dreh- und Angelpunkt für Informationen, sondern bietet auch erweiterte Mitgliedervorteile, bessere Vernetzungsmöglichkeiten, erleichterte grenzüberschreitende Messe-

beteiligungen, Zugang zu Marktdaten und eine neu belebte weltweite Allianz.

Neue Potenziale auf globaler Ebene

„Unsere PromoAlliance-Partnerschaft mit ASI und Sourcing City ist für unsere Mitglieder eine unglaubliche Chance, neue Geschäftsmöglichkeiten zu generieren. Durch den Zusammenschluss dieser exzellenten Netzwerke und den Austausch unserer beeindruckenden Kompetenzen können wir beste Konditionen in wichtigen Märkten anbieten und auch neue Aussteller- und Besucherpotenziale für PSI auf globaler Ebene erschließen“, beschreibt PSI Director Petra Lassahn die Vorzüge der Partnerschaft.

Werbenetzwerk von entscheidender Bedeutung

Timothy M. Andrews, Präsident und CEO von ASI betont: „PromoAlliance definiert das globale Werbenetzwerk neu und bietet den ASI-Mitgliedern, die im dynamischen globalen Geschäftsumfeld von heute tätig sind, greifbare Vorteile auf weltweiter Ebene. Der Beitritt zu dieser soliden internationalen Allianz, die von drei einflussreichen Persönlichkeiten der Werbeartikelwirtschaft angeführt wird, ist für Mitglieder, die sich auf internationalen Märkten bewegen und Kunden auf allen Kontinenten beliefern, von entscheidender Bedeutung“.

Erstklassige Branchendienstleistungen

David Long, Gründer und CEO von Sourcing City, ergänzt: „Sourcing City sowie ASI und PSI sind in ihren Heimatmärkten als Anbieter von erstklassigen Branchendienstleistungen bekannt, und wir veranstalten auch jeweils wichtige Branchenmessen. Diese enge Zusammenarbeit soll der Werbeartikelwirtschaft auf allen Kontinenten praktische Vorteile auf zahlreichen Ebenen bieten.“

Die neu gestaltete PromoAlliance-Website bietet den Mitgliedern eine ganze Bandbreite attraktiver Benefits:

- ▶ Echtzeit-Listen global aufgestellter Lieferanten und Händler, die an internationalem Networking interessiert sind,
- ▶ exklusive Daten zu den Werbemärkten in Nordamerika, Europa und dem Vereinigten Königreich,
- ▶ umfassende globale Recherchen zu Produkten, Trends und Marktdynamik,
- ▶ ausführliche und ständig aktualisierte Berichterstattung über internationale Branchenthemen,
- ▶ Webinare mit führenden Persönlichkeiten der globalen Werbemittelmärkte.

www.promoalliance.com

 **MISTER BAGS**

Einprägsam!



Erfahre mehr über unsere Prägetechnik.



Produktthema Zwei verweist auf das **erwachende Frühjahr**, in dem sich die Aktivitäten im Drinnen und Draußen wieder intensivieren. Seien Sie gespannt auf unsere Auswahl an Neuheiten zu diesem Themenkreis.



PSI 47881 • Hädicke GmbH & Co. KG
Tel +49 2372 91920
g.haedicke@haedicke-kerzen.de
www.haedickekerzen.de

Stimmungsvolles Licht im Garten

Die ersten Sonnenstrahlen erwärmen den Boden und das Gärtnerherz schlägt wieder höher. Damit es dann später nach harken, buddeln und sähen so richtig schön romantisch wird, sorgen Kerzengläser der „Summertime“ Serie von Hädicke für stimmungsvolles Licht auf Balkon und Terrasse. So lässt sich der Garten angemessen genießen. Die Kerzengläser gibt es in zahlreichen bunten Farben – wahlweise mit oder ohne Citronella-Duft.

Beauty Accessoires immer dabei

Mit der individuellen Kosmetiktasche CreaBeauty Draw von ANDA Present haben Kunden eine praktische Aufbewahrungsmöglichkeit für Beauty Accessoires aller Art. Die Tasche ist mit einem Kordelzugverschluss ausgestattet und mit einem Sublimationsdruck zur Individualisierung versehen. Das unverwechselbare RPET-Etikett unterstreicht die Umweltfreundlichkeit der Tasche und der Marke. Der hohe Grad an Individualisierbarkeit macht CreaBeauty Draw zu einem praktischen und stilvollen Behältnis für die Aufbewahrung von Schönheitsprodukten im Badezimmer, für den Transport, im Fitnessstudio oder auf Reisen.



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

JUNG
SINCE 1828



TIERISCHE OSTERN

Entdecke unser Ostersortiment

- ✓ **Profitiere von unserer schnellen Lieferzeit: 7 Arbeitstage nach Druckfreigabe**
- ✓ **Individuell gestaltbare Werbeverpackungen**



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



Abbaubare Plätzchenausstecher

Global Innovations hat sich zum Ziel gesetzt, auf nachhaltige Materialien umzusteigen. Das Unternehmen strebt an, einen Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten, indem es exklusiv erdabbaubare, lebensmittelsichere und spülmaschinengeeignete Materialien sowie daraus hergestellte Produkte vertreibt. Zu diesen Produkten gehören Plätzchenausstecher, die in sechs leuchtenden Farben erhältlich sind. Die Standardbestellung beginnt ab 1.000 Sets, während individuelle Farben ab einer Bestellmenge von 2.000 Sets und individuelle Formen ab 20.000 Sets möglich sind.



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

Bunte Eier für Frühlingsstimmung

Was gehört zu Ostern, wie der Osterhase? Klar, Bunte Eier! Die Tradition Eier zu Ostern zu färben, hat verschiedene Ursprünge und ist in verschiedenen Kulturen verwurzelt. Mit dem Eierfarben-Set der emotion factory wird dieses Osterthema zum perfekten Selfmailer, Messe-Goodie oder Give-Away. Die fünf Farben sind in Cellophan verpackt und aufgrund ihrer flachen Form optimal als Printmailer geeignet. Die Farbtablets werden durch einen individuell gestalteten Werbeteiler sicher verschlossen, auf dem die Werbung ideal und individuell platziert wird.

Gepäck verdient beste Identität

Ein strapazierfähiges, praktisches und stilvolles Kofferschild für Geschäfts- und Privatreisen stellt Troika mit dem Kofferanhänger JIMMY vor. Es handelt sich um ein persönliches Reisewerkzeug als Kofferanhänger und Werkzeugkarte mit 22 Funktionen, zwei beschreibbaren Adresskarten sowie einer Drahtschleife zur Befestigung. Integriert sind unter anderem ein Zentimeter-/Zoll-Lineal, Schlitzschraubendreher, Dosenöffner, Schäler, Sechskant Schraubenschlüssel, Brieföffner, Paketöffner, Nippelspanner, Flaschenöffner und ein Winkelmesser. Gefertigt aus hochwertigen Materialien garantiert der Kofferanhänger Langlebigkeit und Zuverlässigkeit.



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



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

Süße Ostern

Für alle, die es lieben, mit kleinen Aufmerksamkeiten eine große Freude zu bereiten: Mit einem süßen Ostergruß für Kunden, Kundinnen und Mitarbeitende starten Unternehmen sympathisch und mit großem Erinnerungswert in das neue Werbejahr. Die gewünschte Werbebotschaft ist so garantiert schon zum Jahresbeginn in aller Munde und positives Feedback dem Gebenden sicher. Der neue CD-LUX Katalog „Ostern und Frühling 2024“ präsentiert ein breites Sortiment mit innovativen Neuheiten, darunter zum Beispiel die neuen Premium- Osternester mit feinsten Schokolade z.B. von Ferrero Küsschen oder Rocher. Auch die Ostereier-Sets mit Premium Schokoladen begeistern mit neuer Sortenvielfalt. Neu auch die bunten Ostereier von Tony's Chocolonely, zartschmelzende Sorten von Lindt oder knusprige Ferrero Rocher Eier. Als klassischer Ostergruß kommt der beliebte Lindt Goldhase in individueller Verpackung. CD-LUX bietet das passende Produkt für jeden Kunden, für jedes Budget und in Premium-Qualität. Ideal für Mailings: Zahlreiche Schokoladentafeln von Lindt, Ritter SPORT oder Tony's Chocolonely, die sich bestens für den Postversand eignen. Kunden profitieren von einem kompletten Einzel- oder Verteilerversandsservice. Damit kommt jedes Präsent garantiert zuverlässig und pünktlich zum Kunden. Muster, Gratis- Layoutvorschläge und Angebote gibt's ganz unverbindlich beim Unternehmen.

Edler Outdoor-Begleiter

Eine Fusion von Funktionalität und Eleganz erleben Anwender mit dem sechsteiligen Outdoor Klappbesteck aus Edelstahl und Olivenholz. Der Griff aus kunstvoll graviertem Olivenholz verleiht diesem Besteckset eine zeitlose Raffinesse. Leicht, langlebig und platzsparend ist es der perfekte Begleiter für Outdoor-Aktivitäten. Das Messer mit Gravur ist bereits ab kleinen Auflagen verfügbar.



PSI 46897 • Dosespezialist GmbH
Tel +49 3621 7338017
sara.ludwig@doseplus.de
www.doseplus.de





PSI 44724
PROMOWOLSCH - The Customer Factory
Tel +49 2942 570201
info@promowolsch.de
www.promowolsch.de



Schäumende Produktideen

Mit den knieschonenden Artikeln von Foamworld, einer Marke von Promowolsch the customer factory, stellt das Unternehmen Kniekissen aus der Reihe Classic, Gardenbest oder Flori vor. Flori ist aufgrund des speziellen Hohlprofils sehr komfortabel, dazu wasserabweisend und isolierend aus geschlossenzelligem PE Schaum. Gardenbest ist lieferbar in verschiedensten Farben. Die Veredelung erfolgt per Siebdruck ein- oder zweifarbig. Weiterhin unterstützend wirkt das Kniekissen Classic. Der Bestseller ist lieferbar in mehreren Formaten mit einseitigem full-colour Sublimationsdruck.



PSI 47881 • Hädicke GmbH & Co. KG
Tel +49 2372 91920
g.haedicke@haedicke-kerzen.de
www.haedickekerzen.de

Leuchtende Ostereier auf dem Tisch

Wenn die ersten Blumen ihre zarten Köpfe aus der Erde strecken und die Wiesen langsam bunt werden, wird es Zeit, das Grau des Winters durch farbenfrohe österliche Deko zu ersetzen. Kaum etwas eignet sich dafür besser, als bunte Kerzen von Hädicke, die passend zu Ostern im Design frisch gefärbter Eier daherkommen. Ob bedruckt oder einzeln in Folie verpackt und mit einem Etikett verziert – diese Kerzen sind immer ein Hingucker auf jeder Ostertafel.

Leuchtbrille für Handwerker

Bei Elektroarbeiten oder in der Autowerkstatt sorgt die Leuchtbrille LB01 von INDEXA bei jeder Arbeit für das notwendige Licht und damit auch für Sicherheit. Besonders vorteilhaft: Die Hände bleiben frei. Die hellen Leuchten der Brille sind auf Augenhöhe angebracht und strahlen immer genau in Blickrichtung. Brillenträger können die Arbeitsleuchtbrille einfach über der Brille tragen. Sie wird mit Batterien versorgt und kann auf Wunsch mit einem individuellen Aufdruck versehen werden.



PSI 44531 • INDEXA GmbH
Tel +49 7136 98100 • info@indexa.de
www.indexa.de

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



Nachhaltige Ostern

Nachhaltige Ostergeschenke bringen nicht nur einen Mehrwert für die Marke. Ob Osterhase, Ostereier oder andere süße Köstlichkeiten: Hübsch verpackt, wie im Sixpack aus Mini-Eierkarton, und mit individuellem Druck wird ein Giveaway unvergesslich. JUNG setzt als Inhalt auch auf 100 % gerettete Mixschokolade der Marke Rettergut. Diese besteht aus zertifiziertem Kakao und wird in Deutschland produziert. Die Papierdose Eco Mini gefüllt mit hochwertiger Schokolade von Lindt ist biologisch abbaubar und lässt sich ideal im Alltag weiterverwenden.



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

Stifte für große und kleine Projekte

Zimmermannsbleistifte sind in jeder Profi- oder Hobby-Werkstatt unverzichtbar. Die robusten sowie klimaneutralen Zimmermanns- und Spezialstifte von Reidinger sind individuell gestaltbar in Form, Farbe und Mine. Als besondere Ergänzung können Tauchkappen und Zierringe am Stiftende hinzugefügt werden, die sich individuell an das Corporate Design anpassen lassen. Logo und Werbebotschaft können mit einer Prägung, im Sieb- oder Tampondruck oder im vollflächigen Digitaldruck angebracht werden.

Für den personalisierten Garten

Mit dem Plantit Eco, einem T-Pflanzenetikett von ANDA Present, verwandelt sich jeder Garten in eine persönliche Oase. Diese vielseitig einsetzbare, vollfarbig bedruckte Ergänzung für Saatschalen oder Töpfe verleiht der Gartenarbeit eine besondere Note. Als Teil der BE CREATIVE-Kollektion von ANDA umfasst der Preis von Plantit Eco den UV-LED-Druck auf einer Seite, so dass individuelle Grafiken neben den Pflanzen erblühen können. Das Material Birkenesperrholz sorgt dafür, dass sich Plantit Eco ganz natürlich in das Bild eines jeden Gartens einfügt.

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



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

Blumengrüße aus dem Schwarzwald

Botschaften, die aufgehen: Mit dem innovativen Samen-Stick präsentiert der Vertriebsleiter der emotion factory, Adrian Rigoni, eine nachhaltige und kreative Art, Werbegrüße zu übermitteln. Das handliche Streichholz-Briefchen-Format verbirgt nicht etwa ein Zündholz, sondern lebendige Werbegrüße. Die flache Form und das geringe Gewicht machen die Samen-Sticks zum idealen Selfmailer für Frühlings- und Sommergrüße oder ein herzliches Dankeschön. Das Papierbriefchen enthält fünf kleine Sticks, auf denen wahlweise Basilikum, eine bunte Wildblumenmischung oder aromatische Kräuter aufgebracht sind. Auf vier Seiten ist das Briefchen individuell gestaltbar.

Hasen lieben Flieder

In punkto Fashion haben moderne Osterhasen mit diesem formschönen Einkaufskorb in jedem Fall die Nase vorn – vor allem dank der neuen Farbe Flieder. Neben diesem Trendton ist der Shopper BASKET vom HALFAR® außerdem noch in sieben weiteren Farben zu haben. Mit einem individuellen Druck oder Stick wird er so zu einem ausgezeichnet abgestimmten Werbemittel – und ist nicht umsonst einer der Bestseller im Sortiment des Taschenexperten. Als faltbares Leichtgewicht ist der BASKET ausgesprochen praktisch: unabhängig davon, ob auf Eiersuche an Ostern oder beim Shopping auf Schnäppchenjagd. Hier passt viel rein und dank Alurahmen stehen die Chancen gut, dass alles unversehrt zu Hause ankommt. Mehr frühlingsfrische und nachhaltige Taschenideen zum Veredeln sind im Web oder im neuen HALFAR®-Taschenkatalog zu finden.



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

Handliche Werbehelfer

Bei unerwarteten Mini-Reparaturen oder technischen Problemen helfen die Multifunktionsstools von Condedi, die als Metallkarte „Gero“, „Bike“ und auch „Auto“ aus der Produktserie „Selter wirkt“ verfügbar sind. Als Allroundwerkzeug und Multitool ist Gero der passende Begleiter mit 22 verschiedenen Funktionen. Noch zwei Funktionen mehr bietet die Metallkarte Auto. Last but not least zeigt die Metallkarte Bike mit sieben Funktionen ihre Möglichkeiten an. Jedes Multitool ist in einem schwarzen Etui verpackt. Die Veredelung erfolgt per Druck und Gravur. Dazu passt der werbende Qualitäts Bitstift Happy Pen mit acht Bits aus Aluminium.



PSI 49729 • Condedi GmbH
Tel +49 2942 2160 • info@condedi.de
www.condedi.de



– Anzeige –

Mikrofasertücher
Made in Germany

- Ein idealer Maillingverstärker
- leicht und dünn
- Verschiedene Formate
- Schnelle Lieferzeit



lupenmaxx®
...wir machen's größer!
www.lupenmaxx.de



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

Die neue Lust aufs Land

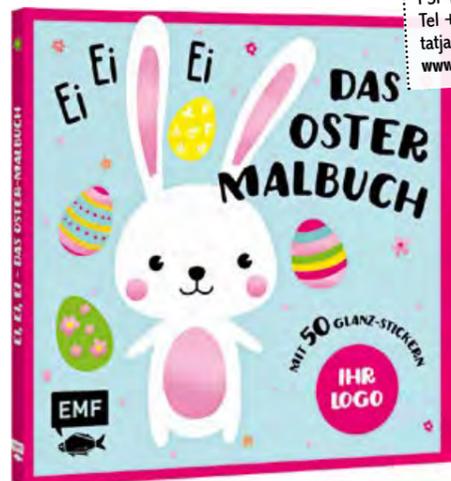
Die neue Lust aufs Land beginnt im Kleinen und macht sogar in der Stadt richtig Spaß. Mit „Garden Love“, einem Schlüsselanhänger mit Gummistiefel, Möhre und Spaten weist Troika auf diesen Trend hin. Der Schlüsselanhänger hat (beinahe) alles, was man fürs Urban Gardening braucht. Er markiert ein „zurück zur Natur“ für Trendsetter und Style Gurus, sagt der Anbieter. Der Anhänger besteht aus Emaille und Metallguss und kommt verchromt glänzend in Grün/Orange zum Empfänger.



PSI 45384 • my logo on food GmbH
Tel +49 2861 9588888
f.fischer@mylogoonfood.de
www.mylogoonfood.de

Bunny Bag

Die ultimative Osterhasen-Tüte, ein neckischer Blick, lange Ohren, ein Stummelschwänzchen aus reiner Baumwolle – so sieht ein ökologisch wertvoller Hingucker aus. Die Bunny Bag Osterhasen-Papiertüte wird gefüllt mit einem Lindt Mini-Goldhasen und sechs Lindt Mini-Eiern. Acht weitere Füllungen werden u. a. mit Ritter Sport, Merci etc. angeboten. Die Tüte kann auf Wunsch mit einem 1c/4c Druck individualisiert werden. Die optionale Mailing Box für die Bunny Bag ist eine kostengünstige Versandbox für den Porto-optimierten Einzelversand. Der nachhaltige Versandkarton ist „Briefkasten tauglich“ und kann somit kostengünstig versendet werden.



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

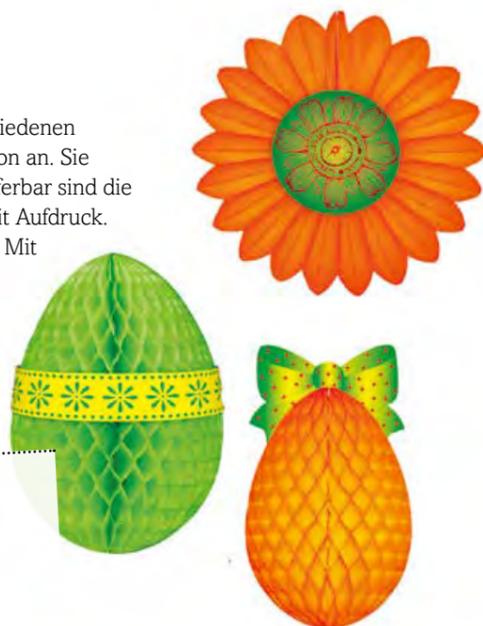
Kunterbunter Ausmalspaß für Kids

Ostereier, Küken, Lämmchen und Co – dieses Malbuch aus der Edition Michael Fischer (EMF) mit vielen lustigen Frühlingssmotiven sorgt für Kreativspaß bei Kindern. Das besondere Highlight: Mit 50 fröhlichen Glanz-Stickern können die Kleinen ihre ausgemalten Meisterwerke zusätzlich verschönern. Gerne gestaltet das Team von EMF ein exklusives Produkt, das perfekt auf das werbende Unternehmen und dessen Zielgruppe abgestimmt ist. Vom hochwertigen Hardcover bis zum Streuartikel sind zahlreiche Ausstattungsmöglichkeiten denkbar. Die Platzierung des Logos ist natürlich möglich.

Themenwaben zum Osterfest

Lustige und farbenfrohe Papierprodukte in Form von Waben mit verschiedenen Branding-Optionen bietet Paper Fantasies speziell für die Osterdekoration an. Sie können als Giveaway, Promo- oder POS-Objekt verwendet werden. Lieferbar sind die Objekte aus 100 Prozent Papier als Standardvariante oder individuell mit Aufdruck. Alle Produkte werden in Europa hergestellt und flach verpackt geliefert. Mit 100 Jahren Erfahrung in der Herstellung von Papierdekorationen bietet Paper Fantasies, ein in Europa ansässiges Unternehmen, trendige und farbenfrohe Papierprodukte in Wabenform an.

PSI 43993 • Paper Fantasies
Tel +37052331111
zilvinas@paper-fantasies.com
www.paper-fantasies.com



Bio Samenkugel für Bienenfutter

Die Samenkugeln von tobra sind aufgrund ihrer individuell bedruckten Verpackung perfekte Werbeträger zur Vermittlung grüner, wachsender Ideen. Die nachhaltige Verpackung aus Kartonage kann bereits bei Kleinmengen mit dem individuellen Kundenlogo versehen werden. Die Kugeln fördern die Wiesenflora und -fauna, ziehen Bienen, Wildbienen, Schmetterlinge und andere Nützlinge an. Die mehrjährige Blümmischung der Mini-Seedkugeln enthält hauptsächlich einheimische Sorten, ideal für pollen- und nektarreiche Pflanzen. Die Aussaat der kleinen Umwelthelfer erfolgt von April bis Juli, wodurch von April bis November bunte Blüten entstehen.



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



Nachts wird es taghell

Die wiederaufladbare Metmaxx® LED MegaBeam Kopflampe „HeadlightSwipe“ von Spranz macht die Nacht zum Tag. Die Stirnleuchte liefert 120 Lumen LED Distanz-Fernlicht und 350 Lumen am Leuchtband für taghelle Nahbereichsausleuchtung. Zudem ein innovatives kontaktloses An/Ausschalten über Wischgeste am integrierten Bewegungssensor. COB und LED besitzen drei Leuchtmodi mit 100 oder 50 Prozent sowie einer Warn/Blinkfunktion. Zusätzliche Sicherheit bietet rückwärtig ein Signal Reflektorband am Hinterkopf. Die Leuchte wird von einem 1200 mAh LithiumPolymer Akku betrieben.



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

Kleines Säckchen für Osterfreuden

Pünktlich zur Ostersaison 2024 hat Römer Präsente, der Spezialist für kulinarische Werbegetränke wieder einen Specialkatalog herausgebracht. Dort können sich Kunden von zahlreichen Osterideen für jedes Budget inspirieren lassen. Eine Überraschung für Groß und Klein bietet ein goldiges Ostereisäckchen von Lindt. Der kleine, beige Beutel enthält einen Lindt-Goldhasen aus Vollmilchschokolade (10 g) und eine leckere goldene Lindor-Kugel (12,5 g) aus weißer Schokolade und zartschmelzender Füllung. Ein edler schwarz-goldener Anhänger wünscht „Frohe Ostern“.



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



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

Der Ostergarten für jeden Platz

Der Kuckucksblumengarten von B&B Promotional Sweets ist eine überraschende Alternative zu klassischen Ostergeschenken. Das recycelbare Glasgefäß enthält eine Tüte mit Kuckucksblumensamen und Watte, die als Pflanzunterlage verwendet werden kann. Einfach die Samen mit Wasser übergießen und ein paar Tage lang feucht halten, und schon können Empfänger den eigenen Garten überall genießen. Kuckucksblumensprossen sind die perfekte Ergänzung zu Sandwiches oder Salaten oder können als Osterdekoration dienen. Das Papieretikett mit einem vollfarbigen Werbedruck um jedes Glas kann auch aus Kraftpapier hergestellt werden, um den ökologischen Aspekt des Artikels zu unterstreichen.



SCAN ME
FOR DOWNLOAD

PSI

MEDIA GUIDE
2024

VIDEO PACKAGES BY RX

“FULL-SERVICE”

We deliver professional...

Storytelling Video Production Media Spread

Main Actor:
Your Booth

Event
Video

In Spotlight:
Your Company
or Product

Image
Video **BasiX**

In Spotlight:
Your Company
or Product

Image
Video **DeluXe**



SCAN ME

**Your benefit
exclusively with us!**

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

Contact your Expert:

Anja Späker - anja.spaeker@rxglobal.com

created by

 **Media Solutions**

built by RX Austria & Germany



Mit der Kampagne „Daiber macht's“ stellt das Traditionsunternehmen in Sachen Werbetextilien seinen Namen in den Vordergrund. Dahinter stehen die Neuheiten der beiden Eigenmarken der JAMES & NICHOLSON und myrtle beach, die funktionelle Corporate Fashion, wärmende Workwear, Crossover Styles und noch mehr Farbkombinationen umfassen.

Neue Kollektionen bieten Komfort und (Wetter-)Schutz

Wärmende Workwear und neue Farben



Die Allweather Jacket (JN1179/JN1180) gibt es zusätzlich zu Neongelb/Schwarz in den Farben Neongrün/Schwarz und Neonorange/Schwarz.



JN864_JN878
Das zweite Neuheiten-Duo bilden die Ladies'/Men's Padded Hybrid Vest (JN1863/JN1864) und die Ladies'/Men's Padded Hybrid Jacket (JN1865/JN1866).

Un unserer Januarausgabe hatten wir bereits modische Neuheiten in sportiven wie klassischen Looks aus den Daiber-Kollektionen für Freizeitbekleidung vorgestellt. In diesen Bereich fällt auch ein weiteres Neuprodukt, das vielseitig einsetzbar ist: das Ladies'/Men's Functional Polo (JN721/JN722). Es besticht mit Seitenschlitzen und Kontraststreifen an Kragen und Armbündchen, die dem professionellen Erscheinungsbild ein gewisses Extra verleihen. Dabei garantiert das pflegeleichte Polo-Shirt durch seine Atmungsaktivität und Feuchtigkeitsregulierung einen hohen Tragekomfort.

Professionell und praktisch: Workwear 2024

Auch im Bereich Workwear wird es neben der gefütterten Arbeitshose (JN1861) weitere Neuheiten geben. Besonders praktisch sind die robuste Hybrid Workwear Vest (JN1867) und Hybrid Workwear Jacket (JN1868) aus zweilagigem Softshell-Material mit wärmender Sherpa-Innen-seite. Sie sind wasser- und schmutzabweisend und mit mehreren Taschen sowie Reflexelementen bestens für die Arbeit geeignet. Beide wird es in Schwarz und Navy geben. Dadurch lassen sie sich ideal mit den bestehenden Workwear-Artikeln kombinieren. Das zweite Neuheiten-



Das Basic-T wird um vier freundliche, frühlingshafte Pastelltöne ergänzt. Hier: Jade-green.

Im Bereich Workwear wird es die Knitted Workwear Fleece Jacket – Strong – (JN861/JN862) ab 2024 einfarbig in Schwarz



Duo bilden die Ladies'/Men's Padded Hybrid Vest (JN1863/JN1864) und die Ladies'/Men's Padded Hybrid Jacket (JN1865/JN1866). Beide Varianten sind vollständig mit sorona@AURA wattiert, was sie gleichzeitig wärmend und atmungsaktiv macht. Das integrierte elastische Futter und die beweglichen Bündchen ermöglichen zudem maximale Bewegungsfreiheit.

Die Palette des Basic Polo (8009/8010) wird dar um eine fünfte Farbe, Soft-pink, erweitert.

Accessoires für jedes Wetter

Das Produktportfolio im Bereich Headwear und Accessoires wird im neuen Jahr ebenfalls erweitert. Neu dazu kommt die hochwertige 6 Panel Cap (MB6247) aus glänzendem Gewebe in den Farben Schwarz, Navy und Silber. Dank gestickten Luflöchern, einem gefütterten Schweißband und einem verstellbaren Clipverschluss ist ein angenehmer Tragekomfort garantiert. Damit eignet sich die Cap optimal für sonnige Tage. Auch für die kältere Jahreszeit hat myrtle beach aus dem Hause Daiber die passenden Produkte: Doppelt gestrickt mit Elasthananteil bietet die Winter Beanie (MB7405) einen angenehmen Tragekomfort. Als klassische Strickmütze lässt sie sich nicht nur vielseitig kombinieren, ihr Kontraststreifen verleiht der One-size-Mütze auch einen besonderen Look. Die neue Coarse Knitted Beanie (MB7406) überzeugt ebenfalls mit

einem modischen Kontraststreifen. Beide Artikel sind in vier verschiedenen Farbkombinationen erhältlich. Wer auch bei niedrigen Temperaturen sportlich unterwegs ist, findet mit der Running Beanie (MB7123) die passende Kopfbedeckung. Die sportliche Laufmütze ist atmungsaktiv und schnelltrocknend, isoliert die Wärme aber trotzdem optimal. Durch ihre angeraute Innenseite lässt sie sich bequem tragen. Dasselbe gilt für das neue Running Headband (MB7124), das dank breitem Stirnband ideal vor Kälte schützt. Bei extremen Wetterbedingungen bietet der Storm Hat (MB7404) einen Rundumschutz vor Kälte und Frost. Die funktionale Sturmhaube mit längerer Halspartie hält die Wärme, ist zugleich aber auch atmungsaktiv. Alle, die lieber drinnen bleiben, können es sich mit der neuen Microfibre Fleece Blanket XL (JN1907) in den Maßen 180 x 130 cm gemütlich machen. Dank dekorativer Verpackung mit Banderole eignet sich die flauschige Fleecedecke zudem perfekt als Werbegabe.

Farben für klare Signale

Neben den Produktneuheiten präsentieren die Daiber-Eigenmarken JAMES & NICHOLSON und myrtle beach auch eine erweiterte Farbauswahl. So wird das Basic-T (8007/8008) um vier freundliche, frühlingshafte Pastelltöne ergänzt: Vanilla, Light-blue, Soft-grey und Jade-green. Die Palette des Basic Polo (8009/8010) wird dar um eine fünfte Farbe, Soft-pink, erweitert. Im Bereich Workwear wird es die Knitted Workwear Fleece Jacket – Strong – (JN861/JN862) ab 2024 einfarbig in Schwarz und Navy geben. So auch den Men's Knitted Workwear Fleece Half Zip – Strong – (JN864). Für mehr Sichtbarkeit im Arbeitsumfeld werden die Signal-Workwear Jacket (JN1854) sowie deren Softshell-Variante (JN1856) um die Farbkombination Neongelb/Schwarz ergänzt. Die Allweather Jacket (JN1179/JN1180) wird es zusätzlich zu Neongelb/Schwarz in den Farben Neongrün/Schwarz und Neonorange/Schwarz geben. Den Abschluss macht die 6 Panel Sandwich Cap (MB024), die in der Farbkombination Schwarz/Gelb erhältlich sein wird. <

Brand.it hat sich als Spezialist von Handy- und Tablet-Hüllen mit Logo-Aufdruck weltweit einen Namen gemacht. Seit Januar 2023 als Tochter des Unternehmens mbw ist Brand.it damit nun auch Mitglied im CHOICE-Unternehmensnetzwerk unter dem Schirm der JCK Holding. Wir stellen das Produktportfolio an dieser Stelle ausführlicher vor.

Für besten Schutz und werbestarke Sichtbarkeit

Handy- und Tablet-Hüllen nach Maß

Brand.it



Die Premium Handyhüllen aus der Black Series Reihe sind für alle gängigen iPhone-Modelle erhältlich.

der 12. Generation. Sie ermöglicht die magnetische Anbringung von Zubehör wie drahtlosen Ladegeräten oder Geldbörsen. Die Hülle besteht aus strapazierfähigem PC-Kunststoff und schützendem TPU Silikon Material. Die glänzende Oberfläche kann mit dem ghewünschten Logo oder individuellen Grafiken im UV-Druckverfahren veredelt werden.

Kompostierbare Handyhülle

Als umweltfreundliche Alternative zur Standardhülle bieten Brand.it kompostierbare Handy-Hüllen aus PBAT-Bio-Kunststoff und Bambusfasern. Dank dieses ausgeklügelten Materialmixes kann diese Schutzhülle innerhalb von 18 bis 24 Monaten vollständig kompostiert werden. Diese nachhaltige, biologisch abbaubare Hülle kann mit einer einfarbigen Lasergravur oder im UV-Digitaldruck personalisiert werden.



Black Series Reihe

Die Premium Handyhüllen aus der Black Series Reihe von Brand.it sind für alle gängigen iPhone-Modelle erhältlich. Mit einer sanften Mikrofaser Innenseite, flexiblem TPU und dem kantigen Design bieten sie Schutz und Griffigkeit. Die Hüllen können mit individuellen Logos oder Grafiken im digitalen UV-Druckverfahren veredelt werden. Brand.it Hüllen verleihen Handys oder Tablets eine einzigartige Identität und vermitteln Schutz, Stil und Umweltbewusstsein.

Umweltfreundliche Alternative: kompostierbare Handy-Hüllen aus PBAT-Bio-Kunststoff und Bambusfasern.

Die MagSafe-Hülle

Die MagSafe-Hülle von Brand.it ist voll kompatibel mit den neuen iPhone-Modellen ab

www.brandit-protection.com

PSI JOURNAL THEMENPLAN 2024

| Monat | Produktthema 1 | Produktthema 2 | Redaktions-schluss | Druckunterlagen-schluss |
|-----------------|--|---|--------------------|-------------------------|
| Januar 2024 | Messeneuheiten PSI 2024 | | 11.11.23 | 18.11.2023 |
| Februar 2024 | Fußball EM Special: Sport, Fitness, Gesundheit | Ostern, Garten, Hobby und Handwerk | 15.12.23 | 19.01.2024 |
| März 2024 | Getränke, Trinkgefäße, Tischkultur, Haushalt | Bürobedarf, Schreibgeräte, Kalender | 24.01.24 | 09.02.2024 |
| April 2024 | Grüne, ökologische und nachhaltige Produkte | Taschen, Reisegepäck und Lederwaren | 19.02.24 | 08.03.2024 |
| Mai 2024 | Fashion, Workwear, Caps und Accessories | Express und Last-Minute Produkte, Streuartikel | 18.03.24 | 10.04.2024 |
| Juni 2024 | Wellness, Kosmetik und Beauty | Schutz- und Hygieneartikel, Arbeitssicherheit | 19.04.24 | 10.05.2024 |
| Juli 2024 | Weihnachten, Präsentsets und Sonderanfertigungen | Spielzeug und Plüschprodukte | 22.05.24 | 10.06.2024 |
| Aug./Sept. 2024 | Ökologische und nachhaltige Produkte, Veganes | Schokolade und Süßes | 24.06.24 | 09.08.2024 |
| Oktober 2024 | Camping, Outdoor, Schirme, Werkzeug und Messer | Produkte für Mitarbeiter-Incentives, -Onboardinggeschenke | 19.08.24 | 10.09.2024 |
| November 2024 | Elektronik, Digitales und Smartphone-Accessories | Reise, Auto, Fahrrad, Verkehr und Sicherheit | 20.09.24 | 10.10.2024 |
| Dezember 2024 | Marken, Klassiker und Vintage | Made in Europe/GSA (Germany, Switzerland, Austria) | 18.10.24 | 08.11.2024 |
| Januar 2025 | Messeneuheiten PSI 2025 | | 11.11.24 | 18.11.2024 |

DRUCKUNTERLAGEN (PDF, 300 dpi) an: PSI Journal – Anja Späker
 E-Mail: psi.media@rxglobal.com oder via RX Upload Portal
<https://share.rxglobal.com/message/new>
 Bitte registrieren Sie sich vor dem Upload.
 PSI Empfänger der Downloadnachricht ist anja.spaeker@rxglobal.com

Unser Tipp!
 Druckunterlagen erstellen, aber Sie wissen nicht wie?
 Unser Grafik-Leitfaden hilft Ihnen weiter:

INSERENTENVERZEICHNIS | LIST OF ADVERTISERS

| PSI No. | Inserent Advertiser | Seite Page | PSI No. | Inserent Advertiser | Seite Page |
|---------|--------------------------------|--------------------|---------|-------------------------------------|--------------|
| 41859 | BIC GRAPHIC EUROPE S.A. | 002+003, U4/OBC | 42332 | Pagani Pens SA - Prodir | 001 |
| 45452 | CD-LUX GmbH | U2a/IFCa, U2b/IFCb | | PSI 2024 - Thank you | 087 |
| 41369 | elasto GmbH & Co. KG | 035 | | PSI 2025 | U3/IBC |
| 42819 | Gustav Daiber GmbH | 009 | | PSI Journal Topic Plan 2024 | 081 |
| 45666 | Halfar System GmbH | 031 | | PSI Media Guide | 075 |
| 41545 | JUNG since 1828 GmbH & Co. KG | 065 | | PSI Product Presentations – Winners | 028+029 |
| 47464 | Karlowsky Fashion GmbH | 007 | 42487 | REFLECTS GMBH | 039 |
| 47814 | Lupenmaxx GmbH | 071 | | RX Deutschland GmbH | 076+077 |
| 47814 | Minibeachflag Inh. Jordy Pompe | 043 | 41848 | uma Schreibgeräte Ullmann GmbH | Titel/Cover |
| 43410 | Mister Bags GmbH | 004+005, 063 | | | |



Maximaler Minimalismus

Schreibgeräte sind komplexe technologische Objekte, die sich stetig weiterentwickelt haben. Manchmal allerdings tendiert Evolution auch zur Einfachheit – wie beim neuen DS11 von Prodir. Der DS11 ist **ein perfektes, minimalistisches Meisterstück** für alle Unternehmen, die sich 2024 das Motto „Keep it simple“ auf ihre Fahnen schreiben wollen. Er besteht aus nur zwei Teilen. Der Mechanismus kommt ohne separate Feder oder Komponenten aus und ist ganz organisch Teil des Gehäuses: ein intelligentes, geschlossenes System. Mit zwei großzügigen bedruckbaren Flächen auf Clip und Gehäuse eignet sich der DS11 für prägnante Markenbotschaften, die direkt auf den Punkt kommen. Der DS11 repräsentiert einen kompromisslosen Minimalismus: So bleibt Nachhaltigkeit eine zentrale Botschaft der Unternehmen, die dieses Schreibgerät für ihre Kommunikation wählen. Wie alle Prodir-ABS-Schreibgeräte wird er in den Farben Schwarz und Weiß aus 100% recyceltem ABS und in allen anderen Farben aus 50% recyceltem ABS hergestellt. Die zweiteilige Struktur reduziert zudem den Bedarf an Komponenten, was zu weiteren Einsparungen bei Material und Beschaffung führt. Und durch die einzigartige bleifreie Floating Ball®-Mine von Prodir mit einer Schreibspitze aus Edelstahl und einer schadstoffarmen Tinte, wird der nachhaltige Charakter des Schreibgeräts weiter optimiert. Erhältlich ist der DS11 in 10 ausgewählten matten Farben und ab 500 Stück als Designer's Choice in der Farbe des Jahres 2024, Red Earth. Weitere Sonderfarben sind ab 10.000 Stück erhältlich.

Christoph Schnug, der den DS11 mit seiner Firma Studio C entworfen hat, sagt über das neue Design: „In den letzten Jahren haben wir uns bei unseren Designs für Schreibgeräte auf radikal innovative Materialien konzentriert. Aber in diesem Jahr wollten wir mit der Grundstruktur des Stiftes selbst experimentieren. Dabei erwies sich das Bestreben, den Minimalismus zu maximieren, zu einem ganz eigenen Impuls für Innovation. Indem wir uns der Herausforderung stellten, einen aus nur zwei Teilen bestehenden Kugelschreiber zu entwerfen, mussten wir die Art und Weise, wie wir Schreibgeräte herstellen, ganz neu denken. Ich finde, das Ergebnis spricht für sich. Ich freue mich, dass wir zusammen mit der Entwicklungsabteilung von Prodir ein völlig neues Konzept für einen Kugelschreiber entwickeln konnten. Er dürfte nicht nur viele der gegenwärtigen Prodir-Kunden zufriedenstellen, sondern auch die Aufmerksamkeit neuer Geschäftskundensegmente auf sich ziehen, die ein einfaches, geradliniges Kommunikationsmittel suchen.“

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



Osterleckereien mit Graspapier

Nachhaltige Produkte liegen im Trend der Zeit – das gilt auch für die süßen Oster-Werbemittel von CD-LUX. Daher sind ausgewählte Produkte auf Wunsch aus **Karton mit 25% Graspasern** verfügbar. Durch den Einsatz von Graspapier können im Bereich der CO₂-Emissionen deutliche Einsparungen erzielt werden. Im Vergleich zu Zellstoffen weist Graspapier einen um fast 75% verbesserten CO₂-Wert auf. Auch der Wasserverbrauch in der Produktion ist deutlich reduziert. Zudem ist der Karton recyclingfähig und biologisch abbaubar. Süße Gaben aus Graspapier sind nicht nur gut für die Umwelt, sondern machen dank ihrem naturnahen Look gerade für die Frühlings- und Ostertage einen guten Eindruck. Durch ihre einzigartige Optik und Struktur bleiben sie beim Empfänger lange in Erinnerung. Der neue CD-LUX Katalog „Frühling & Ostern 2024“ steht ab sofort als Print- und Onlineversion zur Verfügung. Muster, Gratis-Layoutvorschläge und Angebote gibt's ganz unverbindlich beim Unternehmen.

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



Sommerliche Farbenvielfalt

Sommerstimmung vermitteln die BIC® 4 Colours® Gradient Kugelschreiber von BIC Graphic Europe. Diese Kugelschreiber strahlen in den lebendigen Farbtönen eines sommerlichen Sonnenuntergangs und **vermitteln Frische** und eine Explosion bunter Energie. Perfekt für diejenigen, die ihren Kreationen die warme, erfrischende Stimmung der Jahreszeit verleihen möchten. Ausgerichtet auf die Unterhaltungsbranche, die Spielwaren- und die Textilindustrie, verleihen sie jedem Projekt eine einzigartige Note. Mit den Stiften haben Anwender die perfekte Ergänzung für spielerisch gestaltete Produkte oder textile Kreationen, verspricht der Hersteller.

PSI 41859 • BIC GRAPHIC EUROPE S.A.
Tel +49 69 22223000 • info.germany@bicworld.com
www.bicgraphic.eu



Becher wird zum Hochstapler

Der Oxford-Becher (290 ml) von Avant ist der erste Becher im Angebot des Herstellers, der für die Bildung von Sets durch Stapeln eines Bechers auf dem anderen gedacht ist. Er hat eine einfache und moderne Form und bietet **eine große Werbefläche**. Dabei können Kunden auch einen großen Aufdruck platzieren, indem sie ihn durch drei teilen und so auf den Bechern platzieren, dass er sich zu einem großen Aufdruck anordnet. Die Tassen sind in 35 Farben erhältlich, auch matte Farben sind im Angebot.

PSI 49413 • AVANT Fabryka Porcelitu
Tel +48 815116550 • office@avant.pl
www.avant.pl

Polos mit dem „Grünen Knopf“

Umweltbewusstsein war noch nie so wichtig wie jetzt, weshalb sich L-Shop dafür entschied, die ersten „Grüne Knopf“-Polos mit ins Sortiment aufzunehmen. Die nachhaltigen Poloshirts Modern-Flair, entwickelt von Karlowsky®, sind mit dem Grünen Knopf, dem Global Recycled Standard sowie dem STANDARD 100 by OEKO-TEX Zertifikat ausgezeichnet. Ihr Materialmix aus recyceltem Polyester und Baumwolle verspricht nicht nur **außerordentliche Strapazierfähigkeit** und Pflegeleichtigkeit, sondern eignet sich auch hervorragend für diverse Veredelungstechniken. Der hohe Stretch-Anteil im Material sorgt zudem für maximale Bewegungsfreiheit und macht die Shirts vielseitig einsetzbar, sei es in der Küche, im Service, im Gesundheitswesen, in der Wellness-Branche oder in der Reinigung. Der leicht taillierte Schnitt, der gestrickte Polokragen mit Necktape und die farblich akzentuierten drei Knöpfe verleihen dem Shirt eine stilvolle Optik. Die Waschbarkeit von bis zu 95 °C (weiß) bzw. 60 °C (farbig) ermöglicht eine gründliche Reinigung und macht sie damit geeignet für den professionellen Einsatz in Arztpraxen, Restaurants, Baumärkten oder Gartencentern.

PSI 47464 • Karlowsky Fashion GmbH
Tel +49 3 92 04 - 9 12 80 • info@karlowsky.de
www.karlowsky.de



Ausdruck von Vielseitigkeit

Mit den neuen Kugelschreibern BIC® 4 Colours® Bicolor stellt das Unternehmen Schreibgeräte mit lebhaften, glänzenden Oberflächen und einem abstrakten Bicolor-Design vor. Damit definieren diese Kugelschreiber die **Essenz der künstlerischen Ausdrucksweise** neu, sagt der Hersteller. Maßgeschneidert für Branchen, die Innovation suchen, von der Unterhaltungsbranche bis hin zur pharmazeutischen und technologischen Industrie, heben die 4 Colours® Bicolor Kugelschreiber alltägliche Aufgaben zu inspirierten Kreationen empor, heißt es in einer Stellungnahme von BIC Graphic Europe.

PSI 41859 • BIC GRAPHIC EUROPE S.A.
Tel +49 69 22223000 • info.germany@bicworld.com
www.bicgraphic.eu

Geschütztes Mini-Wallet

Superklein und sehr markant kommt das neue Slim Wallet Deluxe von Zito Lifestyle daher. Die Minigeldbörse im preisbewusstem Sapphire Leder punktet in Sachen **Funktionalität, Design und Qualität**. Es passt in jede Hosen- oder Anzugtasche und trägt nicht auf. Ein komfortables Münzenfach auf der Rückseite ermöglicht die Aufnahme von Münzen, Banknoten können ohne zu Falten aufgenommen werden. Selbstverständlich ist dieses Miniwallet mit RFID Schutz ausgerüstet, um 7 bis 14 wertvolle Karten vor Spionage zu schützen. Mit einer individuellen Prägung lässt sich der Werbewert weiter erhöhen.

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



PSI 2024: Qualität, Politik, Geschichte

So kann 2024 gerne weitergehen: Die PSI 2024 hat alles gehalten, was wir erwartet hatten – und sogar mehr. Drei Tage lang haben wir uns in Düsseldorf getroffen, vernetzt, inspirieren und begeistern lassen. Und das Erstaunliche: Trotz Demos der Landwirte und bundesweitem Streik der Bahn an zwei Messe-Tagen hatte die PSI 500 Besucher mehr als im Vorjahr in Düsseldorf begrüßen können. Messe-Insider wissen, dass es ohne Streik und Demos nochmal 1.000 und mehr Besucher gewesen wären. Das spricht sehr für die Qualität und Bedeutung dieser Messe

Es zeigt auch, dass die PSI eindrucksvoll ihren Status als Europas Leitmesse für die Werbeartikelwirtschaft weiter ausgebaut hat. Mit 567 Ausstellern und 11.003 Besuchern aus 69 Ländern haben wir das hohe Niveau von 2023 übertroffen. Ein besonderer Dank an dieser Stelle an die Teilnehmer und Gäste des diesjährigen Partnerlands, den Niederlanden, die viele Produkte, Trends und neue Perspektiven in die Messehallen brachten.

Was ist mir besonders aufgefallen? Die Messe hat einmal mehr demonstriert, warum der persönliche Kontakt und die direkte Kommunikation für unsere Branche unverzichtbar sind. Beides liegt ganz einfach in der Natur des Menschen – und wir sind nun einmal keine digitalen Wesen.

Dazu gehört auch, Sie wissen es selbst: Werbeartikel muss man erleben, ansehen und anfassen. Neben Lippen und Zunge liegen die meisten Sinnesrezeptoren eben in den Fingern. Wenn sich Schönes in Haptik und Qualität bestätigt, dann ist das Ziel erreicht.

Gut war auch zu erleben, dass sich Aussteller und Besucher in diesem Jahr sehr viel Zeit füreinander genommen haben. Nahezu verschwunden sind die Sammel-Trolleys im Messebild, deutlich angestiegen ist die Zahl der Fachgespräche, das profundere Interesse an Produkten, an Qualität und Wirkung. Von Ausstellern und Besuchern hat man zu dieser Entwicklung nur Positives gehört.

Noch einmal zum Thema Kommunikation: Als Branche müssen wir nicht nur miteinander und mit den Kunden kommunizieren, sondern auch den ständigen Kontakt zur Politik suchen. Und so bot die PSI als Dialog-Plattform nicht nur Raum für geschäftliche Begegnungen, sondern auch wichtige politische Gespräche. MdB Markus Herbrand (FDP und Obmann der Fraktion im Finanzausschuss) und MdB Manfred Todtenhausen (FDP und Mitglied im Wirtschaftsausschuss) waren in Düsseldorf und zeigten sich beim traditionellen Messerundgang beeindruckt von Präsentation und Qualität der Produkte. In Gesprächen mit Unternehmern erfuhren sie auch sehr anschaulich, wo der Branche der Schuh drückt. Themen, die sie mit in die Partei und Ausschüsse nehmen werden.

Eines meiner persönlichen Highlights war das MoPA – unser „Museum of Promotional Articles“, das durch die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Werbeartikel führte und zeigte, wie lebendig, innovativ und zukunftsorientiert unsere Branche ist. Beim Thema MoPA geht mein besonderer Dank an Steven Baumgaertner, der diese Ausstellung mit viel Zeit und Mühe zusammengetragen hat. In Zusammenarbeit mit ihm konnten wir präsentieren, wie Industrie, Marketing und kulturelle Einflüsse den Werbeartikel seit seinem Auftauchen in der Werbeszene geprägt haben. Dafür gab es viele Komplimente, sogar von Düsseldorfs Oberbürgermeister Dr. Stephan Keller, der das MoPA am Abend vor der Messe eröffnete.

Es war mir eine große Freude. Wir sehen uns.

Petra Lassahn

Petra Lassahn
Director PSI

9–11
JAN
24

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

Messegelände Düsseldorf



Wir sagen
Danke
für eine überwältigende
PSI 2024



scan me

PSI 2024
in
Bildern

Die europäische Leitmesse
der Werbeartikelwirtschaft

PSI

Built by
RX
In the business of
building businesses

SAVE THE DATE

Das Treffen
der Branche.

Save the
date.

Die europäische Leitmesse
der Werbeartikelwirtschaft

Built by
PSI **RX**

In the business of
building businesses

Impressum

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

**Verlegt exklusiv für die Werbeartikel-Wirtschaft von
PSI Promotional Product Service Institute**
RX Deutschland GmbH
Johannstraße 1, 40476 Düsseldorf
Tel.: +49 211 90191-0
Telefax: +49 211 90191-180
Internet: www.psi-network.de

Herausgeber: Petra Lassahn

Geschäftsleitung: Rachel Travers, Michael Köhler, Ivo Sklenitzka

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

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

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

Chef vom Dienst: Martin Höchemer

Objektleitung | Director Media Solutions: Anja Späker

Anzeigenverkaufsleitung: Marlene Ramos

Cross Media Sales

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

Sales Manager: Assunta Ferrazzo, assunta.ferrazzo@rxglobal.com
Adrian Papke, adrian.papke@rxglobal.com
Fabio Santos, fabio.santos@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 (verantw.), 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

Vielfältige Werbeklassiker

Werbeartikel aus den Bereichen Bürobedarf, Schreibgeräte und Kalender spielen eine zentrale Rolle in der Welt des Marketings. Diese Produkte bieten nicht nur praktischen Nutzen im Arbeitsalltag, sondern dienen auch als effektive Werbeträger. Die Vielfalt dieser „Promotionsklassiker“ reicht von bedruckten Kugelschreibern über individualisierte Notizbücher bis hin zu Kalendern mit Unternehmenslogo. Durch ihre Alltagstauglichkeit und Sichtbarkeit am Arbeitsplatz schaffen sie eine nachhaltige Präsenz und tragen maßgeblich zur Markenbindung bei. Unsere Produktauswahl dokumentiert einmal mehr die vielseitigen Möglichkeiten und den Mehrwert aus diesen essenziellen Segmenten für jede erfolgreiche Marketingstrategie. In unserer zweiten Produkttribrik stellen wir Neuheiten der Themengruppe „Getränke, Trinkgefäße, Tischkultur, Haushalt“ vor.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der März-Ausgabe 2024 des PSI Journals, die sich den Themenkreisen „Grüne, ökologische und nachhaltige Produkte“ sowie „Taschen, Reisegepäck und Lederwaren“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens 19. Februar 2024 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

PSI 2024 – vital wie eh und je

Die PSI 2024 und alle ihre Protagonisten haben einmal mehr bewiesen, dass diese Messe für die europäische Werbeartikelwirtschaft unverzichtbar ist. Trotz Bahnstreik und Bauernblockaden war sie stärker besucht als im Vorjahr. In der Märzausgabe des PSI Journals blicken wir traditionell noch einmal auf den Verlauf dieser Leistungsschau und liefern einen bunten Querschnitt von Stimmen, Stimmungen und Eindrücken einer quicklebendigen Branche.

Digitaldrucklösungen für die Branche

Der international renommierte Vertreter der Druckbranche Inkups Europe präsentierte auf der zurückliegenden PSI Messe seine spezialisierten Digitaldrucklösungen für die Werbeartikelindustrie. Am Stand des Unternehmens gab es verschiedene Drucker in Aktion zu bestaunen. Inkups nahm außerdem an der Sonderpräsentation „Ready for the Museum“, teil, bei der der Produktionsprozess von Werbeartikeln demonstriert wurde.



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



BIC® SUPER CLIP ORIGIN

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: „Hier ist er.“

ORIGIN BIOBASED

WRITING INSTRUMENT
PRODUCT
OF THE YEAR



 bpma

PRODUCT
AWARDS
2023-24



Hergestellt
in Europa



Hergestellt und
bedruckt in BIC-Fabriken



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