

PS1 JOURNAL

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

März 2024

63. Jahrgang

Anzeige

Lust auf Süße Werbung

**Kreieren Sie
Ihren eigenen
Trend**

in Form, Farbe
& Geschmack!

**delicious
edition 2024**

VEGANE Schwarzwälder
Kirsch-Küsschen



BAREN[®]
COMPANY

Die Fruchtgummi-Marke der ...

**Süße
Werbung**

www.suesse-werbung.de



RECYCLED PET *meets* **GUMON!**



**SIEHT GUT AUS
UND FÜHLT SICH NOCH
BESSER AN.**

Spürbar anders - erleben Sie selbst,
wie angenehm Nachhaltigkeit sein kann.

Bestellen Sie jetzt Ihr kostenloses Informationspaket
unter: sales@uma-pen.com | Code PSI324



uma-pen.com/rpet

PSI JOURNAL

Düsseldorf · G-30212

PSI Journal

Internationales Magazin
für Werbeartikel

März 2024

63. Jahrgang



PSI 2024 Highlights und Messefeeling pur

**cyber-Wear
Haspa BGM**

Großes Potential für eine
gemeinsame Zukunft

Product Guide

Getränke, Trinkgefäße,
Tischkultur, Haushalt
Bürobedarf, Kalender,
Schreibgeräte

**Fruit of the Loom
News 2024**

Inkcups Europe
Digitaldrucklösungen für die
Branche



RECYCLED PET
meets
GUMON!



**SIEHT GUT AUS
UND FÜHLT SICH
NOCH BESSER AN.**

Spürbar anders - erleben Sie selbst,
wie angenehm Nachhaltigkeit sein kann.

Bestellen Sie jetzt Ihr kostenloses Informationspaket
unter: sales@uma-pen.com | Code PSI324



uma-pen.com/rpet

www.psi-network.de



Editorial

Brexit – ja und?

Die PSI 2024 war an Internationalität kaum zu überbieten. Aussteller aus 29 Nationen, Besucher aus 69 Ländern. Und das, bei großflächigen Streiks mit Straßenblockaden der Landwirte und einem bundesweiten Streik der Lokführer ab dem zweiten Messtag. Besonders für ausländische Messegäste sicher ein zusätzlicher Organisationsaufwand bei An- und Abreise. Trotzdem dieses großartige Ergebnis. Dabei sind es nicht nur die Zahlen, die beachtlich sind. Internationalität war auch überall zu hören und förmlich zu fühlen. Die Sprachenvielfalt war enorm. Und die Stimmung war dementsprechend kommunikativ, freudig und leicht.

Nur die Kolleginnen und Kollegen aus UK waren leicht eingetrübter Stimmung – kam mir zumindest so vor. Unter die Freude, nach Covid mal wieder diese spannende Branche international zu erleben, mischte sich bei ihnen wohl doch das Gefühl: so ganz sind wir nicht mehr dabei. Ja, die PSI ist die führende Messe in Europa, sieht man das geografisch, dann ist das UK natürlich auch dabei, wie andere Länder, die nicht in der EU sind. Aber aus dem politischen Zusammenschluss EU hat sich das Königreich mit dem Brexit seit 2021 endgültig verabschiedet. Folglich waren auch weniger Messegäste von der Insel in Düsseldorf und es findet deutlich weniger Handel statt. Dabei hat sich nach dem absoluten Chaos der ersten Brexit-Jahre einiges gebessert. In UK und EU-Europa wissen die Akteure zunehmend mit der neuen, immer noch oft schwierigen, Situation umzugehen.

Wenn Lieferanten aus Deutschland neu ins Geschäft mit Ziel UK einsteigen wollen, so bieten die Industrie- und Handelskammern sicher eine erste und gute Informationsquelle. In anderen europäischen Ländern finden sich sicher ähnliche Institutionen. Es gibt auch überall spezialisierte Export-Unternehmen, die im Netz leicht zu finden sind. Sie informieren, können aber auch Prozesse begleiten. Auf jeden Fall lohnt es sich, dass UK und Europa wieder entdecken, was man aneinander haben könnte und sicher auch kann. Nach einem deutlichen Abschwung erholt sich der Waren- und Dienstleistungshandel langsam, aber stetig. Trotzdem gilt: War Großbritannien noch vor dem Brexit fünftwichtigster Handelspartner Deutschlands und ganz vorne auch bei anderen Europäern, so ist das Königreich jetzt nicht einmal mehr unter den Top Ten zu finden. In den Niederlanden dürfte das anders aussehen. Da ist man, wie man hört, diesbezüglich besser aufgestellt. Doch: Es gibt eine gute Chance für die Mutigen, die sich jetzt auf den Weg zu einem Markt machen, der froh ist, wenn sich neue Player zeigen und bekannte wieder mehr Fahrt aufnehmen.

In diesem Sinne

Manfred Schlösser | Chefredakteur PSI Journal

Ihre Meinung dazu: schlösser@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

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

Die beste
Sommer-Stimmung



BIC® 4 COLOURS® BICOLOR

Ein Metallic-Look mit
künstlerischer Note

TRENDS & BRANDS	6
MARKTFORSCHUNG	10
PSI 2024	
Treffpunkt PSI 2024: Hier ist die Branche zuhause	12
PSI Product Presentations Votings: Exklusive Bühne für Produkthighlights	22
PSI Jubilare feierlich geehrt: Auszeichnungen für treue Mitglieder	27
PRODUCT GUIDE	
Getränke, Trinkgefäße, Tischkultur, Haushalt	32
BRANCHE	
Unternehmen, Ereignisse, Märkte	44
News 2024 bei Fruit of the Loom: Frisches Colour-Update und stylische Looks	50
PRODUCT GUIDE	
Bürobedarf, Schreibgeräte, Kalender	52
UNTERNEHMEN	
Inkcups Europe: Digitaldrucklösungen für die Branche	64
cyber-Wear/Haspa BGM: Großes Potential für eine gemeinsame Zukunft	66
PRODUCT GUIDE	
Innovative Produkte	70
MYPSI	
Merchandise World: Kontinuierliches Wachstum „PSI on Tour“ vor Ort	76
MEINUNG	78
VORSCHAU – IMPRESSUM	80



Made in Germany!

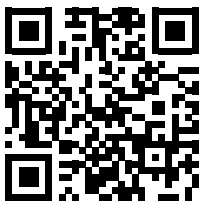


Deutsche Handwerkskunst trifft auf Nachhaltigkeit: Unsere neue Premiumtasche **Ludwig**!

In der heutigen Zeit, in der Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung immer größere Bedeutung gewinnen, ist es entscheidend, Produkte zu wählen, die nicht nur umweltfreundlich sind, sondern auch einen positiven Einfluss auf die Gesellschaft haben. Genau hier setzt unser neues Taschenmodell **Ludwig** an – er verkörpert höchste Qualität, nachhaltige Materialien und wird von talentierten Menschen in Inklusionswerkstätten hergestellt.

Was macht unseren **Ludwig** so einzigartig? Zunächst einmal stammt er aus deutschen Manufakturen und jede Tasche wird mit großer Sorgfalt gefertigt. Ein weiterer besonderer Aspekt ist die Produktion in Inklusionswerkstätten. Diese Werkstätten bieten Menschen mit Beeinträchtigungen die Möglichkeit, aktiv am Arbeitsleben teilzunehmen und ihre Fähigkeiten voll auszuschöpfen.

Ludwig ist somit nicht nur ästhetisch ansprechend und funktional, sondern setzt ein Zeichen für Inklusion. Dank der hohen Grammatur von 220 g/m² ist unser **Ludwig** strapazierfähig und ein langfristiger Begleiter im Alltag. Er bietet mit einer Größe von 38 x 42 / 7 cm ausreichend Stauraum für alle wichtigen Dinge und ist dabei angenehm zu tragen.



Entdecken Sie unseren Ludwig!

www.misterbags.de



Treffpunkt PSI 2024 12

Europas Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft hat 2024 erneut gezeigt, dass sie ein Branchentreffpunkt erster Güte ist und konnte damit den Erfolg des Vorjahrs noch toppen. Jede Menge Innovationen, optimistische Stimmung und gute Laune sorgten einmal mehr für das typische PSI-Messefeeling. In dieser Ausgabe kommen Unternehmen zu Wort, die nicht nur zur Messe selbst Stellung nehmen, sondern auch erzählen, was sie der Branche bieten, was sie bewegt und wie sie in die Zukunft blicken. Und selbstverständlich haben wir wieder besondere Momente eingefangen und Neues entdeckt.

Digitale Branchenlösungen 66

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



Großes Potential für eine gemeinsame Zukunft 68

Anfang Dezember sprach sich in der Werbeartikelwirtschaft herum, was schon im November über die Bühne gegangen war: cyber-Wear, einer der größten Fullservice-Anbieter in Europa, hatte mit der Hamburger Haspa BGM einen der führenden Eigenkapitalinvestoren mit an Bord genommen. Wieso und weshalb, wollten wir wissen.



Tethered Caps

Zunehmend begegnen uns im Alltag Plastikflaschen mit am Flaschenhals fest verbundenen Deckeln. Und auch an Getränkekartons sieht man immer häufiger die Lass-mich-dran-Deckel. Nicht ohne Grund. Die sogenannten Tethered Caps werden gemäß einer EU-Richtlinie ab 3. Juli 2024 Pflicht. Sie sollen EU-weit für mehr Recycling und weniger Plastikmüll in den Meeren sorgen. Müllzählungen an den Stränden

Europas haben unter anderem viele lose Verschlüsse zutage gefördert. (zdf.de, „Warum bei Cola & Co. der Deckel fest ist“)

Für noch mehr Umweltfreundlichkeit sorgen natürlich auf Nachhaltigkeit ausgerichtete Flaschen, mit denen sich zusätzlich werblich punkten lässt. Das gilt für unsere und weitere Beispiele im PSI Product Finder.

Natürliche Verbindung

Glasflasche TUCANA
(mit Naturkorkbezug und
Bambus-Schraubverschluss)
The Brand Company, S. L.
www.thebrandcompany.net
PSI 46304

Glas und Edelstahl treffen Farbe

Retumbler-myToulon Glass
REFLECTS GmbH
www.reflects.com
PSI 42487



AUSREICHEND TRINKEN

- TRINK- ODER MINERALWASSER IN REICHWEITE STELLEN.
- REGELMÄßIG VOR UND ZU DEN MAHLZEITEN TRINKEN.
- KINDERN UND JUGENDLICHEN GEEIGNETE GETRÄNKE MITGEBEN.
- AUF AUSFLÜGEN, SPAZIERGÄNGEN, BEIM EINKAUFSSUMMEL IMMER WASSER DABEIHABEN.
- TRINKRATION JEWEILS FÜR DEN TAG BEREITSTELLEN.

QUELLE: BZFE.DE, „WASSER: GESUND TRINKEN“



daiber

ANNA REIFT*

* in ihrer Rolle als Geschäftsführerin und trägt die Corporate Fashion von Daiber. Professionell und ganz nach ihren individuellen Bedürfnissen. Jedes Kleidungsstück ist ein Begleiter für das ganze Berufsleben.

Daiber und Du. Ein Leben lang.

Erfahre hier,
wie es mit Anna
weitergeht:



Tragende Rolle

Rucking ist der Fitnessrend der Stunde. Dabei handelt es sich um das Gehen, Wandern oder Laufen mit einem Gewichtsrucksack. Je nach gewünschter Intensität wird langsamer oder schneller, mit mehr oder weniger Gewicht im Rucksack gelaufen. Sinn der Übung soll es sein, Körperfett zu verbrennen sowie Knochen und Muskulatur zu stärken. Nicht nur beim Rucking lassen sich Gewicht, Größe und Fassungsvermögen des Rucksacks variieren. Allgemein unterscheidet man zwischen Kleinst- (bis 10 Liter), normalen (bis 20 Liter), einfachen Trekking- und Mehrtages- (bis 40 Liter), Trekking- und Wander- (bis 70 Liter) und Reiserucksäcken (ab 70 Liter) – und alle natürlich in unterschiedlichen Materialien. Auch als Werbeartikel erfreuen sich Rucksäcke – nicht nur dank reichlich Werbefläche – einer großen Beliebtheit. Über die beiden von uns vorgestellten Beispiele hinaus gibt es eine umfangreiche Auswahl im PSI Product Finder.

Angenehme Rückenlage

Rucksack aus abwaschbarem Papier
XPROM –
B&W Media-Service
www.xprom.de
PSI 43959



Nachhaltig tragfähig

RPET-Rucksack aus Filz
Axpól Trading Sp. z o.o
www.axpol.com.pl
PSI 46204



Bewusst pausieren

Ob mit Rucking oder anderweitig unterwegs: Eine in jeder Hinsicht nachhaltige Pause ist – auch unter werblichen Aspekten – lohnenswert.

Amuse Zero Waste Lunchbox Grau

(aus 100 Prozent recyceltem Kunststoff aus eigenen Produktionsabfällen, BPA-frei, 100 Prozent lebensmittelecht, mit personalisierbarem Gummiband aus recycelten Jeans)
Deonet BV
www.deonet.com
PSI 46660



KARLOWSKY®
INNOVATIVE WORKWEAR EST. 1892

NACHHALTIGE UND BEQUEME KASACKS IN 6 TRENDFARBEN

ZERTIFIZIERT UND NACHHALTIG
Besonders leichter Stoff sorgt für angenehmen Tragekomfort | aus recyceltem Plastik | vielseitig einsetzbar | perfekt für Veredelungen geeignet

KURZARM
SCHLUPFKASACK ESSENTIAL FÜR HERREN
KS 65
KS 66

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

Global Recycled Standard
certified by Control Union, G. 131813
GlobalRecycling.org

Jetzt bei
FALK&ROSS
l-shopteam
textile partner

95° **BIS 5XL**

*nur bei L Shop erhältlich

Marktforschung

1,182 Mrd.

Britische Pfund setzte die Werbeartikelwirtschaft 2023 auf den Britischen Inseln um. Das entspricht einem Plus von 4,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Damit hat der Markt erstmals den vorpandemischen Höchstwert von 1,17 Milliarden Pfund (2019) übertraffen. Die Werbeartikelwirtschaft auf den Britischen Inseln zählt mittlerweile so viele Lieferanten und Händler wie nie zuvor. Zu diesem Ergebnis kommt der Market Report 2023 von Sourcing City.

Prognose: 2,6% Wachstum weltweit

Wirtschaftsexpertinnen und -experten aus aller Welt erwarten für das laufende Jahr eine Wachstumsrate von durchschnittlich 2,6 Prozent. Das geht aus dem Economic Experts Survey hervor, einer vierteljährlichen Umfrage des ifo Instituts und des Instituts für Schweizer Wirtschaftspolitik. Für die Eurozone sind die Befragten mit 1,5 Prozent pessimistischer. Insbesondere Deutschland (0,6 Prozent) bleibt Sorgenkind. Auch die Expertinnen und Experten in Österreich (0,9 Prozent) und der Schweiz (1,3 Prozent) äußern sich eher verhalten. Nur für Großbritannien (0,5 Prozent) und Schweden (0,4 Prozent) erwarten die Teilnehmenden ein geringeres Wachstum als für Deutschland. Stärkere Zuwächse werden für Spanien (2,0 Prozent), Polen (2,8 Prozent), Irland (2,8 Prozent) und Island (3,3 Prozent) erwartet. Weltweit rechnen besonders Befragte aus Afrika und Asien (je 3,6 Prozent) mit hohen Wachstumsraten. ifo.de



Großartige Verbindung:
**Next-Gen
& Werbeartikel**

Laut einer gemeinsamen Studie von ASI Research und Springboard Market Research steht die Gruppe der 16- bis 30-jährigen Amerikanerinnen und Amerikaner Werbeartikeln sehr wohlwollend gegenüber. So gaben 70 Prozent der Befragten an, dass qualitativ hochwertige Werbeartikel einen positiven Einfluss auf ihre Wahrnehmung des jeweiligen Unternehmens haben. Auch in puncto Nachhaltigkeit wächst der Anspruch: 71 Prozent erwarten von einem Artikel, dass er umweltfreundlich ist, 69 Prozent setzen auf Fairtrade, 53 Prozent auf Bio und jeder Zweite (49 Prozent) wünscht sich einen lokalen Ursprung. asicentral.com, "Exclusive Research: Next-Gen Perceptions of Promo"

10%

Nachhaltigkeit bestimmt zehn Prozent vom Umsatz. Der „Nachhaltigkeitsumsatz“, also der Umsatzanteil, der vom Nachhaltigkeitsimage einer Marke bestimmt wird, gewinnt zunehmend an Bedeutung. Einer Studie der Marketingagentur Biesalski und des Green Network zufolge liegt dieser Anteil bereits durchschnittlich bei **rund zehn Prozent**. Damit ist dieser Aspekt fast genauso wichtig wie Preis, Sympathie oder Attraktivität. Bei einer vergleichbaren Studie von 2016 waren es gerade einmal fünf Prozent.

absatzwirtschaft.de, „Marketing für den Tipping Point“

-29,7 PUNKTE ERNÜCHTERNDES KONSUMKLIMA

Das Jahr 2024 ist für die Verbraucherstimmung in Deutschland sehr enttäuschend gestartet: Sowohl die Konjunktur- und Einkommenserwartung als auch die Anschaffungsneigung zeigen spürbare Einbußen. Das Konsumklima ist um 4,3 Punkte gegenüber dem Vormonat gesunken (von revidiert -25,4 auf -29,7 Punkte). Dies zeigen die Ergebnisse des GfK Konsumklimas powered by NIM für Januar 2024. Der Rückgang der Verbraucherstimmung falle auch deshalb so stark aus, weil die Sparneigung zu Jahresbeginn spürbar angestiegen sei. Ein schlechterer Wert für das Konsumklima wurde zuletzt im März 2023 mit -30,6 Zählern gemessen. gfk.com



Nachhaltige Fragezeichen

Die meisten britischen Verbraucherinnen und Verbraucher verstehen oft in der Geschäftskommunikation verwendete Umweltbegriffe nicht. Das ergab eine von Consulter Fleet Street und Trajectory Partnership durchgeführte Umfrage. Während drei Viertel der Befragten die Begriffe „Nachhaltigkeit“ oder „nachhaltig“ in Bezug auf Unternehmen schon einmal gehört haben, weiß nur ein Viertel genau, was sie bedeuten. Die meisten verstehen auch nicht, was sich hinter als „grün“ bezeichneten Produkten verbirgt. Am wenigsten bekannt: der Begriff „Kreislaufwirtschaft“. Ihn kennen nur vier Prozent. Im Gegenteil dazu: „recyclbar“. Hier wissen acht von zehn Befragten, worum es geht. Ähnlich hoch sind die Umfragewerte bei „Einwegplastik“.

presstext.com, „Marken und Kunden reden aneinander vorbei“



Treffpunkt PSI 2024

Hier ist die Branche zuhause

Europas Leitmesse der Werbeartikelwirtschaft hat 2024 erneut gezeigt, dass sie ein Branchentreffpunkt erster Güte ist und konnte damit den Erfolg des Vorjahrs noch toppen. Jede Menge Innovationen, optimistische Stimmung und gute Laune sorgten einmal mehr für das typische PSI-Messefeeling.

Gut gefüllte Hallen, angeregte Gespräche und fundierte Beratung – die PSI 2024 hat wieder einen kraftvollen und positiven Start ins neue Werbeartikeljahr markiert. Vielseitig und voller Highlights präsentierte sie sich als kommunikative und inspirierende Plattform einer bunten und kreativen Branche. Engagement und Ideenreichtum haben mit dem MoPA sogar das erste Museum entstehen lassen, das die Geschichte des Werbeartikels visuell und inhaltlich aufbereitet. Das von cyber-Wear konzipierte und umgesetzte Projekt war ein vielbesuchter, informativer Anziehungspunkt der Messe. Das fulminante Comeback der PSI Night als einer der Fixpunkte der PSI zeigte, dass die Branche gern in exklusivem Ambiente fei-

ert und diese Party nicht missen möchte. Innovationskompetenz und Professionalität, Internationalität und freundschaftliches Miteinander – das alles macht die PSI so einzigartig und unersetzlich. Aussteller aller Größenordnungen und Besucher aus aller Welt finden in der PSI ihre traditionelle Heimat.

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

>>

Alles für unterwegs: Edel, funktional, sicher

Alexander Lange, Eurostyle

Was im Alltag praktisch ist, soll auch sicher sein, und das sind sie, die neuen Kartenetuis und Börsen mit RFID-Ausleseschutz von Eurostyle. Da sie auch noch schick und hochwertig sind, ist die Nachfrage groß, was auch auf der PSI zu spüren war, so Alexander Lange. Besonders gefallen hat uns auch die Bike-Serie aus naturbelassenem Rindleder. Aus diesem robusten Leder gibt es nicht nur Fahrradtaschen, Flaschenhalter und andere Accessoires, sondern auch Grillschürzen, die mit ihrem rustikalen Look und guten Schutzeigenschaften bestechen. Wen es in die Ferne zieht, der ist mit dem schicken, strapazierfähigen Voll-Alu-Reisegepäck von Eurostyle bestens bedient, das mit Doming oder Gravur veredelt werden kann. „Wir spüren

hier eine positive Aufbruchsstimmung, auch wenn wir die Frequenz der Vor-Corona-Zeit nicht erreichen. Ob der Markt überhaupt wieder auf dieses Niveau kommt, bleibt fraglich“, so Lange zur aktuellen Lage. Jedenfalls war das Team auf der PSI gut gelaunt und hoch motiviert.



CHOICE Gruppe

CHOICE-Unternehmensschwestern luden zum Sektempfang

Ein schon fester Brauch und schöner Abschluss des zweiten Tages im Messegeschehen ist der Empfang für die Fachpresse am Gemeinschaftsstand der CHOICE-Unternehmensschwestern Daiber, FARE, Halfar, mbw und SND. Auch diesmal wieder signalisierte der weithin sichtbare Messeauftritt der Spezialisten: Die CHOICE-Familie agiert unter einem gemeinsamen Dach – und das nicht nur sinnbildlich, sondern auch ganz konkret. Jeder Partner hat seinen eigenen Bereich, den er individuell mit Produkten und Botschaften bespielt. Dabei gibt es überall Verbindungen zu den anderen, Durchgänge und Durchblicke öffnen den Stand zur Vielfalt der werbestarken wie nachhaltigen Erzeugnisse der fünf Protagonisten: Textilien, Taschen, Gute-Laune-Produkte, Schirme und Porzellan fanden hier erneut die ideale Bühne für den internationalen Werbemittelhandel. Nach zwei arbeitsreichen und gleichsam erfolgreichen Messtagen war die Stimmung entsprechend gelöst und so stieß man in vertrautem Kreis und regem Austausch relaxt miteinander an. Der anschließende CHOICE-Schwesternabend im Düsseldorfer Szenelokal EigelStein rundete diesen Tag entsprechend ab.



Positiver Start ins neue Jahr

Tobias Gottwald und Peter Backes, Mister Bags

Für Mister Bags ist die PSI super gelaufen, freut sich Peter Backes kurz vor Messeende. „Wir starten sehr positiv ins neue Jahr, auch wenn sich die allgemeine wirtschaftliche Situation zurzeit nicht so gut darstellt. „Der kreative Spezialist für Sonderanfertigungen im Bereich nachhaltige Textilprodukte überzeugt seit Jahren mit seinem klaren Nachhaltigkeitskonzept rund um hochwertige Baumwolltaschen. Die Nachfrage nach nachhaltigen Taschen ist ungebrochen, wie auch diese PSI wieder zeigte. „Unsere neuartige Motivprägung, die Baumwolltaschen einen aufmerksamkeitsstarken 3D-Effekt verleiht, ist auch hier super angekommen. Das sieht toll aus und ist ein werbewirksames haptische Erlebnis“, präzisiert Tobias Gottwald, der Gründer von Mister Bags.



Geballte Kompetenz in Sachen Werbeartikel: Die Geschäftsführer*innen der ausstellenden CHOICE-Unternehmensschwestern (v.l.): Silke Eckstein (SND), Jan Breuer (mbw), Volker Griesel (FARE), Armin Halfar, Kathrin Stühmeyer-Halfar (Halfar) sowie Kai Gminder, Christof Kunze (Gustav Daiber).



Klaus Dittkrist, Cargo Seal, (l.) und Patrick Burwitz, Helloclearance, beraten Unternehmen in Fragen zu Logistik und Zoll.

Qualifizierte Beratung zu Zoll und Marktkonformität

Patrick Burwitz, Helloclearance, in Zusammenarbeit mit PSI Logistikpartner Cargo Seal

Das Hamburger Logistikunternehmen Cargo Seal, das auf Importe aus China und Fernost spezialisiert ist, unterstützt PSI Mitglieder mit individuellen Logistiklösungen, passgenauem Angebot und persönlicher Beratung. Der professionelle Rundum-Service umfasst den gesamten Lieferprozess. In Zusammenarbeit mit seinem Kooperationspartner Helloclearance bietet Cargo Seal jetzt auch qualifizierte Beratung in den Bereichen Zoll und Marktkonformität. Auf der PSI erläuterte Patrick Burwitz, Geschäftsführer von Helloclearance, was er für Unternehmen tun kann: „Wir beraten vor allem Firmen, die in die EU importieren oder auf dem europäischen Markt verkaufen möchten und regeln für sie das Inverkehrbringen und die Zollabfertigung. Dabei arbeiten wir eng mit Spediteuren zusammen, bei denen die Probleme zuerst ankommen, wenn der Zoll eine Sendung ablehnt und die Marktüberwachung eingreift. Leider fehlt es bei Importeuren oft am nötigen Know-how, um mit den damit einhergehenden Komplikationen umzugehen. Vielen ist auch gar nicht bewusst, dass sie Verstöße begehen. Auch hier auf der PSI sind wir Ausstellern begegnet, auf die das zutrifft und die froh über unsere Tipps waren. Zusammen mit Cargo Seal möchten wir Unternehmen für diese Probleme sensibilisieren.“

Halfar System

Abschied nach 30 mal PSI Messe

30 Mal PSI – darauf blickt Petra Siekmann zurück anlässlich ihrer Verabschiedung in den Ruhestand. Allein bei Halfar System war sie über 18 Jahre tätig: Im Jahr 2005 von Senator (zuvor rou bill) zu Halfar gewechselt, hat sie beim Bielefelder Taschenhersteller nach kurzer Zeit die Exportleitung übernommen. Bei der diesjährigen PSI verabschiedeten sich die Auslandspartner der Halfar System GmbH gebührend von ihrer langjährigen Ansprechpartnerin. Beim abendlichen Get-together im Düsseldorfer Lokal EigelStein wurde unter dem herzlichen Applaus der Halfar-Kollegen angestoßen und auch die eine oder andere Anekdote aus der „aktiven“ Zeit von Petra Siekmann zum Besten gegeben. „Mit viel Fachkenntnis, Zuverlässigkeit, perfekten Fremdsprachenkenntnissen und nicht zuletzt ihrem feinen Humor hat Petra Siekmann erfolgreich ihre Kunden betreut“, so Geschäftsführerin Kathrin Stühmeyer-Halfar. Große Einigkeit herrschte darüber, dass man Petra Siekmann vermissen werde, ihr andererseits den bevorstehenden aktiven Ruhestand gönne. Ende Januar folgte die emotionale Verabschiedung intern bei Halfar – bei einem ausgiebigen gemeinsamen Frühstück mit Unternehmensleitung und zahlreichen Kollegen und Kolleginnen aus allen Abteilungen. Geschäftsführer Armin Halfar dankte Petra Siekmann für die lange und sehr gute Zusammenarbeit. Er erinnerte nicht zuletzt an viele gemeinsame Pkw-Fahrten zur PSI mit immer guten und teils persönlichen Gesprächen. Für kompetente Nachfolge ist gesorgt: Marco Lemkemeyer hat die Teamleitung in den vergangenen Monaten sukzessive übernommen.



Bei der diesjährigen PSI in Düsseldorf verabschiedeten sich die Auslandspartner der Halfar System GmbH gebührend von ihrer langjährigen Ansprechpartnerin Petra Siekmann. (Rechts Armin Halfar und Kathrin Stühmeyer-Halfar.)



Märchenhafte Nudelvielfalt

Dr. Corinna Schreieck,
Gutting Pfalz nudel

Über 1000 Nudelmotive sind schon produziert worden, und das Märchen von 1001 Nudel wird ständig weitergeschrieben. 250 Standardformen, viele Farben, Geschmacksrichtungen und natürlich individuelle Nudeln nach Kundenwunsch, das ist so einzigartig und originell wie das Pfälzer Unternehmen selbst. „Unsere erste Nudel war eine Traube, die ja in unserer südpfälzischen Landschaft zuhause ist. Der Weg dahin war nicht einfach und es dauerte etwa zwei Jahre, bis wir mit dem Ergebnis zufrieden waren. Aber damit haben wir uns als Motivnudel-Spezialist positioniert und es macht viel Spaß, auch ausgefallene Kundenwünsche umzusetzen. Tatsächlich gibt es sogar eine Nudel in Form eines Einhebelmischers eines bekannten Sanitärlieferanten“, sagt Inhaberin Corinna Schreieck. Sie freut sich über die vielen Besucher, die neugierig ihre Nudelgalerie am Messestand inspizieren und viel Spaß dabei haben. „Die Danke-Nudel, die wir zur Corona-Zeit entwickelt haben, ist immer noch hoch im Kurs. In den Gesprächen merke ich, dass es noch immer einen großen Bedarf an Neuem, an Ideen und Begegnungen gibt.“

Starker Jahresauftakt für zwei starke Marken

Daniel und Stefanie Jeschonowski, Senator und Kahla

„Die PSI ist für uns ein inspirierender Jahresauftakt, den wir hier an unserem neuen Stand erfolgreich gestalten. Mit den Kontakten sind wir sehr zufrieden, alle Mitarbeiter sind ständig im Gespräch. Daher ist unser Rebooking sehr wahrscheinlich. Schön zu sehen, dass die Branche ungeachtet der sich wandelnden wirtschaftlichen Entwicklung ein gesundes Selbstverständnis zeigt“, fasst Daniel Jeschonowski seine Eindrücke zusammen. Mit Senator und Kahla hat das Familienunternehmen zwei starke Marken unter seinem Dach, die für Made in Germany stehen und auf lange Tradition zurückblicken (Senator seit 1920, Kahla seit 1844). Dass die beiden Marken eigenständig und gleichwertig nebeneinanderstehen, kam in der gelungenen Standgestaltung klar zum Ausdruck. „Wir haben die Markenkerne klar herausgearbeitet. Während Senator für bezahlbares Porzellan in guter Qualität mit vielseitigen Veredlungsmöglichkeiten in der eigenen Druckerei steht, deckt Kahla als renommierte Marke das hochwertige Segment ab“, so Jeschonowski.

„Kahla haben wir Schritt für Schritt neu aufgebaut und konsolidiert. Darauf sind wir ebenso stolz wie auf das solide Ergebnis, das Senator erwirtschaftet hat“, ergänzt Stefanie Jeschonowski, die ihrer anspruchsvollen Rolle im Unternehmen und ihren familiären Aufgaben gleichermaßen perfekt gerecht wird.



Disrupt Sports

Spieltrieb geweckt

Immer wieder einfallreich sind die Ideen auch „kleinerer“ Aussteller, Besucher auf ihren Stand und ihr Angebot aufmerksam zu machen. So auch das britische Unternehmen Disrupt Sports Ltd aus Bristol, das mit einem umfangreichen Sortiment an individualisierbaren Sport-, Spiel- und Fitnessgeräten aufwartet. Dazu zählen beliebte Artikel wie Surf- oder Paddelbretter, Snow- und Skateboards, Yogamatten, Spieletische oder auch Fahrräder. Eyecatcher und Anziehungspunkt am Stand war ein Basketballkorb, der den Spieltrieb vieler Besucher weckte und bei dem die Teilnehmer mit guter Trefferquote attraktive Give-aways ergattern konnten.



Noch nachhaltiger mit EMAS

Edeltraut Syllwasschy und
Theresa Vetter, Klio

Neuer Messestand, neuer Auftritt, EMAS-Zertifizierung – Klio startet durch und das war auf der PSI nicht zu übersehen. Dafür hat der deutsche Schreibgeräte-Hersteller im vergangenen Jahr hart gearbeitet. Seit Jahren schon liegt der Fokus auf Nachhaltigkeit und dafür hat Klio mit dem EMAS-Umweltmanagement-Gütesiegel der Europäischen Union jetzt den Beweis in der

Tasche. „EMAS geht weit über eine ISO-14001-Zertifizierung hinaus und ist eines der anspruchsvollsten Umweltmanagement-Systeme überhaupt. Entsprechend aufwendig waren die Dokumentation und die Umsetzung der hohen Anforderungen“, sagt Geschäftsführerin Edeltraut Syllwasschy. Inzwischen haben Recycling-Produkte einen Anteil von über 45 Prozent des Sortiments – Tendenz steigend. „Recycling-Modelle werden aktiv nachgefragt, deswegen bieten wir immer mehr Modelle auch aus Recycling-Materialien an“, so Theresa Vetter, die als Marketing-Leiterin auch das neue Katalog-Erscheinungsbild mitentwickelt hat: „Mehr Bilder, neues Konzept, damit wollen wir uns emotionaler und nahbarer präsentieren.“ Mit der Messe war Edeltraut Syllwasschy im Großen und Ganzen zufrieden, „aber natürlich kein Vergleich zu unseren großen, vollen Ständen von früher mit Catering und allem, was dazugehört.“ Dass sich viele Parameter des wirtschaftlichen Umfelds verändert haben und diese Boomzeiten der Vergangenheit angehören, ist Konsens bei den meisten Ausstellern, die sie erlebt haben.

Generationenwechsel auch auf der PSI

Matthias Huff, Macma

Die PSI gehört einfach dazu – das sagt auch Matthias Huff, der sich auf der Messe ganz entspannt auf die Kundenpflege konzentriert hat. Denn der Generationenwechsel ist jetzt in vollem Gange und alle Schlüsselpositionen von Macma und Easy Gifts sind von den jüngeren Familienmitgliedern besetzt. Sie alle waren selbstverständlich auch auf der Messe im Einsatz. In diesem Jahr soll der Übergabe-Prozess ohne Umstrukturierungen abgeschlossen werden. „2023 war ein Rekordjahr für uns. Viele Kunden, die uns in der Coronazeit getestet haben, konnten wir inzwischen überzeugen. Wichtige Faktoren dabei sind sicher unsere Schnelligkeit dank automatisierter Prozesse, große Lagerkapazität und ein hoher Anteil an Online-Geschäft“, berichtet Huff. Auch in Sachen Nachhaltigkeit ist Macma vorangekommen: „Wir verzichten auf Verpackungen, wo immer es möglich ist, vor allem nach der Veredlung und wenn die Ware nur kurze Wege zurücklegen muss.“ Zudem sollen der Export verstärkt und die Veredlungskapazitäten weiter ausgebaut werden.



Vom ersten Werbe-Würfelzucker zum modernen Online-Shop

Fritz Haasen, Hellma Gastronomie-Service GmbH



Kleine Portion – große Wirkung: Unter diesem Stichwort bietet Hellma gebrandete Portionspackungen für Hotellerie und Gastronomie an. Dazu gehört alles rund um die Tasse und das Frühstücksbuffet, etwa Zuckersticks oder -sachets, Schokoladentäfelchen, Gebäck, Konfitüre, Honig und Mäliherzen. Fruchtgummi, Snacks und Gewürze komplettieren das stetig wachsende Sortiment werbewirksamer Markenprodukte im Kleinformat. Hellma-Produkte können Kunden auch in einem neuen, komfortablen und übersichtlichen Online-Shop selbst gestalten und jederzeit online bestellen. „Wir setzen auf Exklusivpartnerschaften großer Marken, die vor allem im Gastro- und Hotelsegment ihre volle Werbewirkung entfalten“, erklärt Geschäftsführer Fritz Haasen. „Hellma ist Pionier in diesem Bereich, denn wir haben vor rund einem Jahrhundert den ersten Werbe-Würfelzucker auf den Markt gebracht“, ergänzt Teamleiter Ralf Kupfer, der gleich noch einen Superlativ bereithält: „Und wir sind der einzige Aussteller, der durchgehend im Gusto-Bereich ausstellt. Die PSI ist ein bewegter Jahresauftakt, wo wir unsere News vorstellen und unser Angebot erklären können.“ Das gut gelaunte Hellma-Team ist ganz seiner Meinung.

Die PSI war ein voller Erfolg

Daan Kwaspen, Deonet

„Wir hatten viele gute Gespräche mit internationalen Kunden aus Skandinavien, Benelux, Deutschland, Österreich und der Schweiz. Insbesondere das Interesse an unseren Premiummarken wie JBL, Tefal, Duracell, Kodak, Dolce Gusto sowie Segway war enorm“, so das Messefazit von Daan Kwaspen. Insofern war die PSI

2024 für Deonet und seine Partner aus der Markenartikelindustrie, die ebenfalls vor Ort waren, ein voller Erfolg.



Handgefertigte Pralines für Genuss und Wertschätzung

Ilona Feder und Kristin Reinhard, DreiMeister

Am Stand des über 50 Jahre bestehenden Traditionsunternehmens Drei Meister konnte man ausschließlich handgefertigte Trüffel, Pralinen, Tafelschokolade mit vielen kreativen Dekoren sowie Gebäck und Popcorn aus eigener Herstellung sehen und probieren. Qualität, die man sieht und schmeckt, in hochwertiger Verpackung, individuell und vielseitig



gestalt- und veredelbar – perfekt für einen süßen Gruß zu jedem Anlass. Was zeichnet DreiMeister-Produkte aus? „Natürliche Zutaten, handwerkliche Fertigung, eigenes Design und immer neue Ideen für die Werbebranche – die hohe Qualität unserer Produkte und die kreativen, außen und innen bedruckbaren Verpackungen vermitteln Wertschätzung und bleiben in Erinnerung“, sagt Kristin Reinhard. Für den deutschen Hersteller war es bereits die

15. PSI, auch Ilona Feder kennt die PSI schon 10 Jahre: „Wie immer sind wir zufrieden, haben gute Gespräche und genügend Kontakte. Wer zu uns kommt, ist wirklich interessiert. So macht Messe Spaß.“



Gute Laune herrschte am Stand des Schweizer Marken-Herstellers SIGG beim traditionellen Promoswiss-Apéro.

Promoswiss

Apéro-Laune bei SIGG

Laut Wikipedia ist ein „Apéro“ ein gesellschaftlicher Brauch in Frankreich, der Schweiz und Luxemburg sowie teils auch im südbadischen Raum, der Genuss und Geselligkeit verbindet. Im Falle des traditionellen Apéro des Verbandes der Schweizerischen Werbeartikelindustrie Promoswiss auf der Düsseldorfer PSI 2024

geht es dabei auch um den Austausch zwischen Branchenkollegen und -kolleginnen. Treffpunkt der Schweizer Verbandsmitglieder und ihrer Gäste war diesmal der Stand der SIGG Switzerland Bottles AG, dem traditionsreichen der legendären Hersteller der Swiss-made Traveller-Flasche aus Aluminium, der sich mit seiner innovativen wie nachhaltigen Kollektion nun erstmals in die Ausstellerliste der Messe einreichte. Als verlässlicher Partner bietet man der Branche neben dem Kerngebiet der in 18 verschiedenen Formen und Größen erhältlichen Alu-Trinkflaschen auch Trinkflaschen aus Glas, Edelstahl und Kunststoff sowie Lunchboxen aus Aluminium und Edelstahl an. Promoswiss-Präsident Urs Germann begrüßte die Gekommenen und lud bei ortstypischem Altbier, Wein, Sekt und Fingerfood zu lockerem Get-together und entspanntem Networking, nicht ohne auf die beiden Promoswiss-Veranstaltungen im Herbst aufmerksam zu machen: das PSF Forum am 25. sowie den Touch-Werbeartikeltag am 26. September in der vertrauten Umweltarena Spreitenbach nahe Zürich.



Freuen sich über einen prima Messetag (v.l.): SIGG Director Marketing René Abegg, Urs Germann und José Martinez (SIGG).

Die PSI ist Herzensangelegenheit

André Mertens, Mid Ocean Germany

Wir sind positiv beeindruckt von der PSI 2024. Die Teilnahme ist nicht nur ein Muss, sondern eine Herzensangelegenheit für uns. Hier treffen wir unsere Kunden und bei allen herrscht eine tolle Stimmung. Es macht Spaß hier zu sein. Gerade unseren Kunden aus Deutschland sind nachhaltige Produkte wichtig. Man geht zunehmend weg von billigsten hin zum zu nachhaltigen und wertigen Werbeartikeln. Auch wir gestalten unser Sortiment nachhaltiger. Rund die Hälfte unseres Sortiments wird Nachhaltigkeitskriterien gerecht und wir bauen dies weiter aus. Hierfür verfolgen wir mehrere Ansätze: Zum einen produzieren wir Textilien aus Textilresten und ein wesentlicher Teil unserer Textilsérie Sol's wird aus Garnen hergestellt, die im Rahmen der Seaqual-Initiative aus Ocean-Plastic gewonnen werden. Ein weiterer Ansatzpunkt ist die zunehmende Produktion



innerhalb der EU. Derzeit sind 30 Prozent „made in EU“. Besonders nachgefragt wird unsere Textil-Serie Sol's, die wir seit 2021 im Sortiment führen. Wir erhalten viel Resonanz darauf und werden den Fokus in 2024 verstärkt darauf richten.

Schäfer Promotion GmbH

PSI TV Studio 2024 in Miniaturformat

Eine Idee der kreativen Art auf eines ihrer ganz besonderen Produkte aufmerksam zu machen, hatten die Spezialisten der Schäfer Promotion GmbH während der PSI Messe. Wie Julia Carolin Schäfer, Sales Director der Schäfer Toy Company, einem Teil der Schäfer Unternehmensgruppe, berichtet, entstand durch Anregungen aus der Lektüre des PSI Journals und via soziale Kanäle die Idee, das in Nachbarschaft zum PSI Forum befindliche PSI TV Studio, in dem cyber-Wear CEO Steven Baumgaertner Aussteller zu ihren Neuheiten interviewte, mit Klemmbausteinen der Schäfer-Eigenmarke Brixies Plus im Miniaturformat nachzubauen. Auf Anfrage stellte Steven Baumgaertner die Aufmaße zur Verfügung und das Studio wurde maßstabgerecht im Kleinen zusammengebaut. „Wir fanden das Konzept eines Studios während der PSI mit der Chance, den Ausstellern die Möglichkeit einer Präsentation über diesen Kanal zu geben und ihre Produkte zu bewerben, „äußerst spannend“, so Julia Carolin Schäfer. „Mit unserem Nachbau möchten wir der Werbemittelbranche die Möglichkeiten des grenzenlosen Bauens mit Brixies Plus näherbringen und damit die eigene Fantasie anregen. In der Welt der Klemmbausteine sind fast keine Grenzen gesetzt und jeder Artikel, ob groß oder klein, lässt sich wunderbar mit unseren Brixies Plus Steinen umsetzen, egal ob Bus oder Bahn, Fahrzeuge wie Lkw oder Pkw, Landmaschinen, Werkzeuge oder andere industriell gefertigte Produkte. Wir erstellen gerne ein Modell ganz nach den Vorstellungen unserer Kunden. Sonderanfertigungen gibt es bereits ab 1.000 Stück und unser Team berät gerne über die Möglichkeiten, auch aus dem Wunschprodukt einen Eyecatcher zu machen.“



Das PSI TV Studio: Original (oben) und (made by Brixies Plus-)Kopie.



Viel Betrieb am neuen Stand

Stefan Fleischmann, Sanders Imagetools

An unserem neuen Stand haben wir pausenlos zu tun und freuen uns, dass auch unsere neuen Kräuterbäder in vollfarbig bedruckbarer, nachhaltiger Verpackung so gut ankommen. Worüber wir uns noch freuen und worauf wir stolz sind, ist unsere neue Website – ein wichtiges Projekt, das wir im letzten Jahr umgesetzt haben. Sie ist bereits in der Testphase und wird im Frühjahr online gehen. Das Händlerportal bietet Fachleuten viel Mehrwert, denn sie

können etwa Präsentationen und Angebote erstellen und die Marge berechnen.



Positive und optimistische Stimmung

Patrick Döring, Myrix

Die Stimmung hier auf der Messe empfinde ich als positiv und optimistisch. Unsere Notizbücher kommen gut an, sowohl die einfachen, günstigen als auch die hochwertigen Varianten. Beide sind individuell nach Kundenwunsch gestaltbar. Das gilt auch für unseren Bestseller, das Tribook 3 in 1, das aus drei austauschbaren Einzelheften besteht. Wie sich der Markt 2024 entwickeln wird, ist noch nicht absehbar, zu unsicher ist das Umfeld. Feststeht, dass wir Spaß am Geschäft haben und wir hoffen, dass es weiterhin gut läuft.

Secrid B.V.

Bleibende Werte für die Hosentasche

Einer der kreativen „Neuen“ auf der PSI 2024 war das Unternehmen Secrid B.V. aus dem offiziellen Messe-Partnerland, den Niederlanden. Klein, aber fein und mit einem Gogomobil-Minitransporter als Eyecatcher, der die hochwertigen Minibörsenmodelle adäquat zur Schau stellte, präsentierte sich der Stand des Familienunternehmens. Qualität, Design und Nachhaltigkeit sind die Kennzeichen der Premium-Produkte, die personalisiert nun auch im Werbeartikelmarkt reüssieren. Der Name SECRID und die damit verbundenen Produkte genießen mittlerweile nahezu Kultstatus. Mit dem Motto „SECRID – A better world starts in your pocket“ sind die Stärken der Erzeugnisse des niederländischen Unternehmens treffend umschrieben, denn alles dreht sich um Alltagsaccessoires im Taschenformat, einer idealen Kombination aus Industriedesign und Mode. Hergestellt werden sie zu 100 Prozent in den Niederlanden mit hoher Rücksicht auf Qualität, Mensch und Umwelt. Neben ihrer bereits weltweiten Präsenz im Fach- und Einzelhandel eignen sich die kleinen und feinen Aufbewahrungsmöglichkeiten perfekt als Werbegaben, die präzisionsgraviert eine äußerst langlebige Wirkung entfalten. Im Hinblick auf die Werbeartikelindustrie bietet SECRID maßgeschneiderte Lösungen. Unternehmen können ihre eigenen Designs, Logos oder persönlichen Botschaften präzise auf dem Aluminiumgehäuse des Cardprotectors gravieren lassen, um auf diese Weise hochwertige Werbegaben zu kreieren. Dies ermöglicht es Unternehmen, ihre Markenpräsenz zu stärken und Kunden sowie Mitarbeiter mit nicht nur nützlichen, sondern auch äußerst stilvollen Produkten zu beeindrucken.



Ein Messegefühl wie früher

Sebastian Tatzel, XD Connects

„Die PSI Messe fühlt sich an wie früher! Von morgens bis abends war Betrieb auf unserem Stand. Ein tolles Gefühl und ein Stück weit wieder Normalität. Was sich jedoch ändert, sind die Themen, mit denen die



Fachbesucher auf uns zukommen“, so beurteilt Sebastian Tatzel das Messegeschehen. Dass besonders Produkte aus einem nachhaltigen Material-Mix oder Recycling-Materialien hoch im Kurs stehen, kann er nur bestätigen. „Wir als XD Connects bieten wie viele weitere Aussteller passende Werbeartikel hierzu an. Hier zeigt sich, wie schnell und flexibel unsere Branche ist, um Lösungen für bestimmte Trend-Themen zu finden.“

Als Fachmesse von internationalem Format unverzichtbar

Xavier Canton, burger pen AG

In diesem Jahr war es bei uns am Stand deutlich zu spüren, dass viele ausländische Kunden aus Angst vor einem möglichen Verkehrschaos fernblieben. An den drei Tagen verzeichneten wir einen Rückgang der Besucherzahlen um 22 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Trotzdem ist für uns die PSI als einzige Fachmesse von internationalem Format unverzichtbar. Als Spezialist für Kunststoffe lag unser Fokus insbesondere auf dem Thema Nachhaltigkeit, konkret auf 100 Prozent Post-Consumer-Recycling und natürlichen Füllstoffen. Unsere neueste Entwicklung kam sehr gut an: Pearl®, ein neuer Kunststoff aus 100 Prozent recyceltem Post-Consumer-Material und natürlichem Austernmaterial. Die Kunden verstehen, dass unsere Schreibgeräte aus ausrangierten Gefrierschränken, Monitor- oder Computergehäusen hergestellt werden und akzeptieren, dass dieses Material nur in Weiß, Grau oder Schwarz erhältlich ist. In Kombination mit unserem Oyster-Material entsteht zusätzlich ein sanfter Beige Ton. Die Werbemittelbranche wird für uns als Schweizer Hersteller wieder attraktiver. Das Thema Glaubwürdigkeit wird immer wichtiger. Importierte Produkte geraten aufgrund ihrer teilweise fragwürdigen Qualität und des erheblichen CO2-Fußabdrucks durch lange Transportwege zunehmend ins Abseits. Nach und nach verstehen immer mehr Menschen, dass „billig“ weder mit Nachhaltigkeit noch mit angemessenen Sozialstandards vereinbar ist.



Innovativer Problemlöser im Textilsektor

Tayfun Deren, TM Trendmoden

Mit dem Textil- und Wirtschaftsingenieur Tayfun Deren ist uns auf der PSI ein Textilfachmann begegnet, dessen Leistungsspektrum und technische Expertise uns besonders beeindruckt haben. TM Trendmoden steht seit über 35 Jahren für Sonderanfertigung hochwertiger Textilien, in einem einzigartigen Baukastensystem, in vielen erstklassigen Stoffqualitäten, die auf Wunsch nach Pantone, HKS oder RAL eingefärbt werden können. Ob Workwear, Promotional Textiles oder Sportswear – auch kleine Mengen werden individuell unter nachhaltigen Bedingungen (mit Solarstrom) in der Türkei produziert. Auf seine jüngste Eigenentwicklung, ein funktionales, leichtes und anschniegsames Double Face-Material ist Deren besonders stolz: „Der Stoff besteht innen aus feiner Bio-Baumwolle, außen aus einer speziellen rPET-Faser. Das verleiht ihm hervorragenden Tragekomfort, denn die Feuchtigkeit wird aufgenommen und rasch nach außen transportiert. Bei 60 Grad waschbar und bügelfrei ist er zudem besonders hygienisch und pflegeleicht.“ Die Polos, T-Shirts und Sweatshirts aus diesem innovativen Material sind in acht Standardfarben zu haben und können in verschiedenen Verfahren veredelt werden, sogar Details nach Kundenwunsch sind machbar. TM Trendmoden hat sich als kompetenter Problemlöser in der Textilbranche einen Namen gemacht.



PSI Product Presentations luden zum Voten ein

Exklusive Bühne für Produkthighlights

Ob Newcomer oder bereits erfolgreicher Topseller, Sonderanfertigung oder lower impact: Die PSI Product Presentations waren auf der PSI 2024 einmal mehr eine exklusive Produktschau.

Den Produkthighlights der PSI eine besondere Bühne geben: Zu diesem Zweck hatte PSI bereits 2019 die PSI Product Presentations aus der Taufe gehoben. Die exklusive Produktschau richtete ihr Hauptaugenmerk auf vier Aspekte: Bestseller, Sonderanfertigung, Lower impact und Newcomer/Start-up. Entscheidend war, ob das Produkt entweder aktuell besonders erfolgreich ist, eine verantwortungsbewusste Alternative zu vergleichbaren Pro-

dukten bietet, zum ersten Mal auf der PSI 2024 präsentiert oder individuell auf Kundenwünsche und -bedürfnisse abgestimmt hergestellt wurde. Mit der Platzierung in den Reihen der PSI Product Presentations waren die Produkte nicht nur Blickfang direkt im Eingangsbereich Nord, sondern auch im Rennen um die Gunst der Besucher. Denn diese waren aufgerufen, für ihre Lieblingsartikel im Rahmen der kuratierten Produktshow zu voten. Wir stellen die Sieger der einzelnen Kategorien vor.

KATEGORIE Bestseller

Simply Best GmbH
Lotus Grill

In der Kategorie „Bestseller“ konnte der nachhaltige und transportable Holzkohlegrill „Lotus Grill“ die meisten Besucherstimmen auf sich vereinigen. Die vermeintlich einfache Idee hat eine große Wirkung: Über einen eingebauten Lüfter, der die Kohle mit Frischluft versorgt, ist der Grill bereits nach drei bis vier Minuten einsatzbereit. Der Lotus Grill kann wahlweise mit Batterien oder USB-Kabel betrieben werden. Durch die Reduzierung der Holzkohle ist der Grill nach Unternehmensangaben ressourcenschonend.



KATEGORIE Sonderanfertigung

Römer Wein und Sekt GmbH

Geschenkartikel: ROMINOX® Key Tool

Der Schlüssel (-Anhänger) zum Werbeerfolg! Die praktischen ROMINOX-Multitools sind kleine leichte Alleskönner für den Schlüsselbund! Sie bestehen aus robustem Werkzeugstahl und sind inklusive Funktionsbeschreibung sowie individualisierbarer Kartonverpackung erhältlich. Im Rahmen der PSI Product Presentations wurden mit den Caparol Elefanten (inklusive Lackdosenöffner), einem LIDL-Einkaufswagen (inklusive Einkaufswagenlöser) und dem Elring-Ersatzteil-Jeep als alltagstauglichem Multifunktionswerkzeug für unterwegs hundertprozentig kundenindividuelle Sonderproduktionen vorgestellt. Eine Auswahl, die auch das Fachpublikum zu überzeugen wusste.



KATEGORIE Newcomer/Start-up

Micro Mobility Systems D GmbH

Micro Ride On Luggage Eazy

In der Kategorie „Newcomer/Start-up“ sammelte der „Micro Ride On Luggage Eazy“ die meisten Besucherstimmen. Der Koffer-Trolley-Buggy aus dem Repertoire der Micro Mobility System D GmbH kombiniert nicht nur drei Funktionen, sondern ist dem Unternehmen zufolge auch das „absolute Must-have unter den trendigen Reiseaccessoires“. Der clevere Reisebegleiter lässt sich in nur wenigen Sekunden vom herkömmlichen Trolley in ein praktisches Kindertransportmittel verwandeln. Für Spielspaß und Unterhaltung der Kleinen sorgt die individuell gestaltbare Vordertasche, die mit witzigen Velcro-Stickern beklebt werden kann. Zudem kann der Micro Ride On Luggage Eazy problemlos als Handgepäck oder Einkaufswagen genutzt werden. Das überzeugte auch das abstimmende PSI-Fachpublikum.



KATEGORIE Lower impact

SIGG Switzerland Bottles AG
Traveller Alu

„Die klassische Traveller Bottle von SIGG hat Geschichte geschrieben, die Traveller MyPlanet gestaltet die Zukunft“, verkündet SIGG selbstbewusst und aus Überzeugung und beschreibt die Trinkflasche als „Revival dank Recycling“: 100 Prozent des Aluminiums sind recycelt und der Verschluss basiert auf erneuerbaren Materialien. Entwickelt und produziert in der Schweiz (und dies laut Unternehmensangaben klimaneutral seit 2022) spielt die Traveller MyPlanet auch weiterhin ihre gewohnte Stärke aus: eine gegen Fruchtsäure resistente Innenbeschichtung, frei von Chemikalien und konsequent auslaufsicher. Damit punktete die Trinkflasche in der Kategorie „Lower impact“ auf ganzer Linie.



Wer noch einmal alle Exponate der PSI Product Presentations ansehen möchte, kann hier online schauen.



Der ideale Start ins Jahr

Dennis Dennig, JUNG since 1824

Wir sind sehr zufrieden mit der Rückkehr zur PSI. Sie ist der ideale Start ins Jahr und immer ein guter Indikator für die Stimmungslage in der Branche. Gerade in diesem Jahr hatten wir neben unserem neuen Markenauftritt auch ein neues Konditionsmodell mit im Gepäck. Durch die Messe konnten wir vielen unserer Kunden diese Themen im persönlichen Gespräch näherbringen. Nach der PSI blicken wir sehr positiv auf das Jahr 2024. Weiterhin wird das Thema Nachhaltigkeit ein wesentlicher Trend sein, der sich auch in 2024 fortsetzt.

Herstellungskompetenz eindrucksvoll präsentiert

Peter Kasper, Jenny Mangold, Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG

Die PSI 2024 war für Kalfany Süße Werbung ein voller Erfolg. Es ist uns erneut gelungen, unsere Herstellerkompetenz eindrucksvoll zu präsentieren. Unsere Möglichkeiten im Bereich der individuellen Fruchtgummi-Herstellung (vegan und klassisch) sowie unsere zahlreichen Neuheiten haben die Besucher begeistert. Echte Publikumsmagnete waren unsere Candy-Bar, die Show-Produktion und unsere Innovations-Ecke. Deutlich zu beobachten ist der weiterhin stark wachsende Bedarf nach veganen Fruchtgummis, den wir sehr gut und flexibel bedienen können. Weitere Trends, die sich mittlerweile im Markt etabliert haben, sind nachhaltige Verpackungen. Hier konnten wir eine neue und innovative Papierverpackung für unverpackte Lebensmittel in unserer Innovations-Ecke präsentieren. Diese Neuheit werden wir im Laufe des Jahres bis zur Marktreife entwickelt haben und unseren Kunden anbieten können. Außerdem konnten wir mit unseren Teebären® das erste Fruchtgummi in Papierverpackung vorstellen. Trotz zahlreicher Herausforderungen durch diverse Streiks und Autobahnblockaden, durften wir sehr viele Besucher an unserem Stand begrüßen. Die Gespräche waren durchgehend positiv. Unsere Partner sehen mit Zuversicht in die Zukunft, unabhängig von den jeweiligen Märkten/Regionen. Unser Resümee der PSI 2024 ist absolut positiv. Der Stand für 2025 ist bereits reserviert.



Unsere Plattform für die Kontakte nördlich des Allgäus

Kai Steinhauser, ADOMA GmbH

Die PSI ist wie schon seit Mitte der 90er-Jahre unsere Plattform für die Kontakte nördlich des Allgäus. Einfach Pflicht und dieses Jahr mit sehr viel Zuversicht auch seitens der Besucher. Im nächsten Jahr werden wir dann mit einem größeren Stand vertreten sein. Als Mehrwegpionier mit Einführung der Mehrwegbecher Ende der 1980er-Jahre in Kooperation mit einem großen amerikanischen Brausekonzern waren wir damals der Zeit voraus. Jetzt aber sind die Voraussetzungen für eine Umsetzung im Markt gegeben und ADOMA bietet dazu folglich ein breites Portfolio gemäß diversen Wünschen bis hin zu biobasiert und bioabbaubar (aber Mehrweg!) – ganz nach dem Gusto und den Ansprüchen der Kunden unserer Wiederverkäufer. Wir starten mit einem durch die Messe bestätigten guten Gefühl ins Jahr 2024 und wollen das derzeit durchaus schwierige Umfeld durch Innovationskraft und Schnelligkeit mit guten Ideen „umdrehen“. Das hat das A-Team aus dem Allgäu schon seit 45 Jahren so erfolgreich geschafft – dann doch auch dieses Jahr!



Trend zur Nachhaltigkeit geht weiter

Sebastian Mager, Ätzkunst GmbH & Co. EMKA KG

Wir hatten überdurchschnittlich viele Kontakte, speziell der erste Messetag war gut. Der letzte Messetag bzw. Industrietag war im Vergleich zum letzten Jahr leider etwas schlechter besucht. Wir hatten im Vergleich zur letzten Messe mehr internationale als nationale Besucher, was auch eine Folge der Bauernproteste und des Bahnstreiks sein dürfte. Den Trend zur Nachhaltigkeit hatten wir vermehrt bei den deutschen Kunden gespürt, bei den internationalen Kunden wird dies nicht ganz so priorisiert, so unser Eindruck. Dennoch haben wir ein sehr erfreuliches Feedback für all unsere neuen Awards erhalten, sowohl im Acrylglas, Kristallglas als auch Holzbereich. Der allgemeine Trend zu Nachhaltigkeit wird sicherlich weitergehen, wenn auch unter den Gesichtspunkten eines höheren Kostendrucks und kleinerer Budgets bei vielen Unternehmen. Andererseits merken wir, dass der Fokus vieler Kunden auf wertigen und guten Produkten liegt. Eine EU-Produktion erfährt wieder eine höhere Wertschätzung als früher. In Zukunft zählt auch Beständigkeit und nicht nur der beste Preis, wenngleich es nach wie vor ein preissensitives Umfeld ist.



Branche zeigt positive Grundeinstellung

Armin Rigoni, Heri-Rigoni GmbH

Die Messe war in diesem Jahr vom ersten Tag an gut besucht. Mit einer Quote von 30% Erstkontakten sind wir sehr zufrieden. Unser Ziel Stammkunden zu treffen haben wir ebenfalls erreicht. Insgesamt hatten wir Besucher aus 31 Ländern am Stand. Die größte Gruppe waren Besucher aus den Niederlanden. Schon im zweiten Jahr nach der Pandemie, zeigt sich die PSI-Messe stabil und das ist gut so. Als Jahresstart ist die PSI die einzige wahre Veranstaltung, wenn man neben einer großen Zahl von inländischen Besuchern auch das International Publikum treffen möchte. Störend sind die unkoordinierten Besucher aus der Industrie. Hier hat das PSI die Hausaufgaben immer noch nicht gemacht. Nachdem es auch in diesem Jahr wieder nicht geklappt hat, die Industriekunden nur am Donnerstag und nur registriert über einen Händler auf die Messe zu lassen, sollten man den Versuch als gescheitert ansehen und den Industriekunden keinen Zutritt mehr gewähren. Schade drum. Bei den Produktweiterungen haben wir besonders darauf geachtet, dass die Produkte diesen Ansprüchen entsprechen: Klimapositiv – ökologisch verträglich – kreislaufwirtschaftlich – ohne Greenwashing. Auf der PSI Messe wurde uns eindrücklich bestätigt, dass unsere Produkte dem Trend der Zeit entsprechen. Die seit Jahren gefragten Artikel unserer Serie werben&wachsen standen neben Streuartikeln und Stempelprodukten im absoluten Fokus. Die Investitionsbereitschaft der vielen Aussteller und der große Zuspruch an Besuchern aus dem In- und Ausland bei der Messe zeigen die positive Grundeinstellung der Branche. 2024 weiter dazu beitragen, zur alten Stärke zurückzukehren. Wir als verlässlicher Hersteller mit Produktion in Deutschland und Europa stehen bereit, dieses Wachstum mitzutragen.



Tobra GmbH

Ein Herz für fleißige Bienen

Nachhaltigkeit ist und bleibt eines der Top-Themen auch im Bereich haptischer Werbung. Einige Unternehmen wie die tobra GmbH aus Roth im Hunsrück haben sich auf ökologisch verantwortungsvolle Produkte spezialisiert. In der „ecoline“ des Unternehmens, die am Stand auf der PSI präsentiert wurde, zählen die sogenannten „Flowerballs“ zu „Rennern“. Die Samenkugeln, die hauptsächlich einheimische Sorten für pollen- und nektarreiche Pflanzen enthalten, fördern die Wiesenflora und ziehen dadurch Bienen, Wildbienen, Schmetterlinge und andere Nützlinge an. Die kleinen Umwelthelfer gibt es auch in Form von Herzen. Die werbewirksame FSC® zertifizierte Kartonverpackung wird in Deutschland mit Hilfe von Solarenergie und Wasserkraft produziert. Für die Kugeln und Herzen wird Biosaatgut verwendet, das zusammen mit Tonpulver und Erde ebenfalls in der hauseigenen Produktion gemischt und geformt wird.



Jacqueline Behr und Thomas Braun präsentieren die Flowerballs und Flowerhearts.

Networking ist das A und O

Marcus Sperber, elasto GmbH & Co. KG

Die PSI hat dieses Mal wieder gezeigt, dass sie die unangefochtene europäische Leitmesse ist. Für uns war es ein äußerst erfolgreicher Start ins neue Jahr mit einem gut besuchten Messestand und intensiven sowie vielversprechenden Gesprächen. Was ich daraus mitnehme? Networking ist das A und O, Nachhaltigkeit und „Made in Germany“ stehen weiterhin im Fokus.

Als elasto starten wir souverän ins Jahr 2024 auch mit Hoffnung, dass die Politik nun die Rahmenbedingungen für einen stabilen Werbemittelmarkt schafft.



für einen stabilen Werbemittelmarkt schafft.

Mehr als zufrieden – auch die Kunden

Bettina Püllenbergh, i.p.a. cosmetics

Mehr als zufrieden mit der diesjährigen PSI zeigt sich Bettina Püllenberg, die am Stand von Manfred Nieder und Joep Raanhuis unterstützt wurde. „Wir hatten alle viel zu tun, zumal der Beratungsbedarf für unser vielseitiges, ausgereiftes Sortiment von Kosmetik- und Wellnessprodukten hoch ist. Die Stimmung war gut, auch ist uns die Qualität der Besucher und Gespräche positiv aufgefallen. Wir sind nächstes Jahr wieder dabei“, so Püllenberg. Wer auf hochwertige Gesichts- und Körperpflege in Apothekenqualität Wert legt, der findet bei i.p.a. cosmetics eine Riesen-Auswahl an Produkten auf natürlicher Basis, die reinigen, duften, pflegen und schützen. Handgeschöpfte Olivenölseife, feste Dusche, Handcremes und Handmasken, aber auch verschiedene Teemischungen sind im Programm. „Kreativ und nachhaltig verpackt sowie vielseitig veredelbar, werden unsere Produkte zu Werbebotschaftern, die gute (Körper-)Gefühle vermitteln“, sagt das i.p.a. Team einstimmig.



Branche und Politik im Gespräch:

Unternehmer stellen klare Forderungen

Der größte Teil der Unternehmenschaft verfügt nicht über eine nachhaltig prägende Erfahrung mit der Politik oder gar in der Politik. Gott sei Dank hat die Werbeartikelwirtschaft Unternehmer, die sich seit vielen Jahren im politischen Umfeld für die Interessen der Branche einsetzen. Einige von ihnen hatte die PSI jetzt zur dritten Gesprächsrunde mit maßgeblichen Politikern eingeladen. Politische Gesprächspartner auf der PSI 2024 waren Markus Herbrand, Bundestagsabgeordneter der FDP und Obmann seiner Fraktion im Finanzausschuss, und

FDP-Abgeordneter Manfred Todtenhausen, Mitglied im Wirtschaftsausschuss des Bundestags. In einer guten Stunde kam alles auf den Tisch, woran die Branche seit Jahrzehnten arbeitet. Ganz oben die Forderung, endlich den Status des Geschenks für den Werbeartikel abzuschaffen und ihn als vollwertiges, hochwirksames Instrument der Werbung anzuerkennen. Solange dies nicht passiert, sollen wenigstens die Aufzeichnungspflicht ab 10 und die Höchstabschreibungsgrenze von 35 Euro quasi hilfswise inflationsbereinigt massiv angehoben werden. Seit über 15 beziehungsweise 10 Jahren ist dies nicht passiert. Beide Abgeordneten stellten sich nicht nur dieser Diskussion, sie zeigten Verständnis und sagten auch zu, die Argumente der Branche mit in Partei und Ausschüsse zu nehmen.

Im Rahmen einer Gesprächsrunde während der PSI formulierten Werbeartikel-Unternehmer, was sie von der Politik erwarten. Markus Herbrand hörte gut zu und versprach, ihre Forderungen mit in die Gremien zu nehmen.



PSI-Jubilare feierlich geehrt

Auszeichnungen für treue Mitglieder

Für die treuen Mitglieder ist das PSI zum unverzichtbaren Netzwerk für bestehende und neue Kundenkontakte und die PSI Messe zu Beginn des Jahres zum traditionellen Forum für neue Produkte und Trends sowie zum Gradmesser fürs neue Werbeartikeljahr geworden. Auf der Messe nun wurden die Jubilare darunter feierlich geehrt.



ler, die dem PSI seit vielen Jahren die Treue halten. Und diese Treue wurde an diesem Nachmittag gebührend gewürdigt.

Beeindruckende Zahlen

Die Zahlen allein beeindruckten und sind Aufweis für die zuvor erwähnten Aspekte: 2024 sind es insgesamt 133 Jubilare, die es zusammen auf stolze 4.405 Jahre Mitgliedschaft im PSI bringen. Sie alle haben zu einer großartigen Entwicklung der Branche beigetragen, was eine besondere Anerkennung verdient. Die Einladungen und Urkunden wurden vorab verschickt und die Liste der Jubilare unter anderem im PSI Journal sowie in den PSI Online News veröffentlicht (siehe dort). Auch diese Liste lässt keinen Zweifelkommen, dass das PSI von Anfang an Unter-aller Welt zusammenbrachte.

Dank für Treue und Vertrauen

Zu ehren galt es Mitgliedschaften für 25, 30, 40 und 50 Jahre. Natürlich konnten nicht alle ausgezeichneten Unternehmen mit Vertretern vor Ort im Forum der Halle 10 erscheinen. Nichtsdestoweniger groß war die Freude aller anwesenden Geehrten über die Treuenadeln, die Petra Lassahn und RX Deutschland-Geschäftsführer Michael Köhler den Repräsentanten der Jubilare überreichten. „Teil einer Community sein zu sein heißt, gemeinsame Ziele gemeinsam leichter zu erreichen. Im PSI haben wir bis heute viel erreicht und wollen – ganz klar – noch mehr erreichen“, so Petra Lassahn, die sich für die Treue und das Vertrauen der langjährigen Mitglieder bedankte und darum bat, zusammen mit dem PSI auch weiterhin die Zukunft der Branche gestalten zu helfen. <



PSI-Direktorin Petra Lassahn und RX Deutschland-Geschäftsführer Michael Köhler überreichten den anwesenden Jubilaren Treuenadeln für 25, 30, 40 und 50 Jahre Mitgliedschaft.



it seiner über 60-jährigen Geschichte repräsentiert das PSI und sein Netzwerk Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Werbeartikels – wie es PSI-Direktorin Petra Lassahn bei der traditionellen Ehrung der PSI-Jubilare am ersten Messetag verdeutlichte. Und das PSI hat für seine Mitglieder nichts an seiner Attraktivität verloren – im Gegenteil, denn das Netzwerk schafft auch ein besonderes Gemeinschaftsgefühl. Das beweisen die zahlreichen Lieferanten und Händ-

25

Wir sagen DANKE für Ihre Treue!

Wir freuen uns sehr, dass folgende PSI Mitglieder so viele Jahre die Werbeartikelwirtschaft als Teil des PSI Netzwerks begleiten.

Dazu gratulieren wir allen herzlich!

Mitglied-Kategorie	PSI Nr.	Jubilar
Distributor	9638	AS Werbemittelservice e.K. Alexa Schröder, Germany
Distributor	9542	Aspekte GmbH, Germany
Distributor	9442	Baxevanidis SA, Greece
Distributor	9628	BAXX PROMOTION A/S, Denmark
Distributor	9703	Bleckmann GmbH, Germany
Distributor	9381	Brandon AB, Sweden
Distributor	9708	Company 4 Marketing Services GmbH, Germany
Distributor	9369	comTeam AG cadolino® – Lacoray®, Switzerland
Distributor	9769	Die Tragtasche AG by zhp, Switzerland
Distributor	9524	Fitzke Werbetechnik GmbH, Germany
Distributor	9376	HEF Group OY, Finland
Distributor	9624	Heine Werbung, Germany
Distributor	9682	Holger Hardt GmbH, Germany
Distributor	9529	IDEA Werbewelt – Inh. Elke Mühlh, Germany
Distributor	9440	KY Mediatuote-Mediaprodukt RS kb Mediatuote ky, Finland
Distributor	9763	LB-Werbung – Bernd Lange, Germany
Distributor	9443	LKD 1992 d.o.o., Croatia
Distributor	9650	M & S - das Werbeteam – Uwe Meier, Germany
Distributor	9627	M.I.C.R. S.A., Switzerland
Distributor	9565	Merlino Pubblicità Srl, Italy
Distributor	9829	M-Konzept GmbH, Germany
Distributor	9744	Neuner Werbemittel & Versand GmbH & Co. KG, Austria
Distributor	9585	Raisch Werbemittel GmbH, Germany
Distributor	3846	Repac Gesellschaft für Dienstleistung, Warenhandel und Logistik mbH, Germany
Distributor	9793	reprom GmbH, Switzerland
Distributor	9774	RHEINWALT GmbH – Trade & Promotion, Germany
Distributor	9775	Solution GmbH, Germany
Distributor	9831	Success Promotion GmbH, Switzerland
Distributor	9452	Tuapeka Gold Print Ltd, New Zealand
Distributor	9689	Werbemittel Müller GmbH, Germany
Distributor	9396	Werbemittel u. Präsente Elmar Schroers – Vom Werbeartikel bis zum hochwertigem Präsent, Germany
Distributor	9537	WOTI Promotions (division of B.I.T. Netherlands B.V.), The Netherlands
Supplier	44802	Aréka S.A., France
Supplier	44703	Bleckmann GmbH, Germany
Supplier	44950	C.I.F.R.A., S.L., Spain
Supplier	44886	DreiMeister Spezialitäten GmbH & Co. KG, Germany
Supplier	44736	ELITE Srl, Italy
Supplier	44928	Hans Kniebes GmbH, Germany
Supplier	44954	happyROSS GmbH, Germany
Supplier	44885	Heinrich Sieber + Co. GmbH + Co. KG Fabrizio World of Bags, Germany
Supplier	44730	House of Excellence P/S, House of Watches, Denmark
Supplier	44746	idea-company – Helmut Frenzer, Germany
Supplier	44740	Impliva B.V., The Netherlands
Supplier	44898	INGLI SWEDEN Jaan Ingel AB, Sweden
Supplier	44894	Intermed Asia Ltd., The Netherlands
Supplier	44833	Mahlwerck Porzellan GmbH, Germany
Supplier	44883	Norsk Dekor A/S, Norway
Supplier	44722	PROMOTION PETS GmbH, Germany
Supplier	44724	Promowolsch GmbH & Co. KG, Germany
Supplier	44741	RASTER R. NOWAK i S-KA SP.J., Poland
Supplier	44940	RICOLOR MK-Haushaltswaren – Thomas Mayr-Kiessling, Germany
Supplier	44818	Step Yazim Gerecleri Ve Kalip Sanayi Ticaret Limited Sirketi, Turkey
Supplier	44803	Ulrich Ripkens Graph. Betriebe, Germany

Web
www.aswerbemittelservice.de
www.aspektgmbh.de
www.baxevanidis.gr
www.baxxpromotion.com
www.bleckmann-gmbh.de
www.brandoncompany.com
www.company4.de
www.cadolino-werbearikel.ch
www.dietragtasche.ch
www.fitzke.net
www.hef.fi
www.heine-werbung.de
www.ballon-werbung.de
www.idea-werbewelt.de
www.mediatuote.fi
www.lkd1992.hr
www.ms-daswerbeteam.de
www.merlinopubblicita.com
www.m-konzept.de
www.neuner-werbemittel.com
www.raisch-werbemittel.de
www.repac.com
www.reprom.ch
www.rheinwalt.eu
www.solution-cologne.de
www.success-promotion.ch
www.pentrends.co.nz
www.werbemittel-mueller.com
www.werbemittel-schroers.de
www.wotpromotions.nl
www.areka.com
www.bleckmann-gmbh.de
www.cifra.es/b2b
www.dreimeister.de
www.elite-it.com
www.hanskniebes.de
www.happyross.de/wm
www.taschen-sieber.de
www.watches.dk
www.idea-company.de
www.impliva.nl
www.inglisweden.com
www.intermedasia.com
www.mahlwerck.de
www.norskdekor.no
www.promotion-pets.com
www.promowolsch.de
www.raster.eu
www.ricolor.de
www.steppen.com.tr
www.ulrichripkens.com

2530

Mitglied-Kategorie	PSI Nr.	Jubilar
Distributor	7064	3PR Profil Project Promotiona AB, Sweden
Distributor	7413	Abakus Riesa Gesellschaft für Werbemittel und Verkaufsförderung mbH, Germany
Distributor	7341	B&I WERBUNG sales communication GmbH, Germany
Distributor	7354	B&S Werbeservice GmbH, Germany
Distributor	7030	BREMEL HANDELSHAUS GmbH, Austria
Distributor	7004	Dr. Pfützner & Sohn Vertriebs-GmbH, Germany
Distributor	7298	Equinox Concept SA, Switzerland
Distributor	6976	Falcon Werbung & Produktion Inh. Falko Behncke, Germany
Distributor	7065	Galaxi Reklam AB, Sweden
Distributor	7028	Heiner Möller Werbegeschenke GmbH, Germany
Distributor	7367	Ines Amann Creative Werbemittel, Germany
Distributor	6988	ipm Werbemittel GmbH, Germany
Distributor	7335	L.P. Westman & Co AB, Sweden
Distributor	7340	LSI-Reklam AB, Sweden
Distributor	7410	M & AD BVBA, Belgium
Distributor	7383	Magenta Werbemittel Inh. Andrea Westerheide, Germany
Distributor	7426	MAINOSLAHJA-TEAM OY, Finland
Distributor	7070	Marke Creative Merchandise Limited, The United Kingdom
Distributor	7009	memo AG, Germany
Distributor	7217	Merkur Werbemittel Sonnentag GmbH, Germany
Distributor	6959	MOBAG med-online Beteiligungs AG, Germany
Distributor	7321	neue produkte Ing. Manfred Huber, Austria
Distributor	7202	Permatrend AG, Switzerland
Distributor	7303	Petra Hampl Werbeartikel, Germany
Distributor	7314	Plan Concept GmbH, Germany
Distributor	7061	Profilera I Sverige AB reepler, Sweden
Distributor	7249	PROFO i Malmö AB, Sweden
Distributor	7113	ProMix Gifts KFT, Hungary
Distributor	7406	R + S Präsente e.K. Claudia Schlunder-Preis, Germany
Distributor	7011	Sachsen-Pen e.K. – Martin Roland, Germany
Distributor	7121	Sve Profilgaver AS, Norway
Distributor	7197	Ten Kate Textiel B.V., The Netherlands
Distributor	7136	Vieider GmbH, Austria
Distributor	7010	Werbemittel Rüppner GmbH & Co. KG, Germany
Distributor	7320	WEWA Promotion GmbH, Germany
Distributor	7399	Wizard GmbH, Germany
Distributor	7245	WJ Business Partner AS, Norway
Supplier	43387	Abraham Dürninger & Co. GmbH – Textildruck, Germany
Supplier	43604	Aleide - Innovationen Inh. Ines Ritter, Germany
Supplier	43606	Club Cawatte Crefeld GmbH, Germany
Supplier	43551	DaloLindén Motala/Värnamo AB, Sweden
Supplier	43508	eitel plastic GmbH, Germany
Supplier	43420	EuroSCHIRM by EBERHARD GÖBEL GmbH + Co. KG, Germany
Supplier	43576	HOLTSCH Medizinprodukte GmbH, Germany
Supplier	43481	Initial Incentives LTD, The United Kingdom
Supplier	43540	Intraco Trading bv, The Netherlands
Supplier	43358	KLEEN-TEX INDUSTRIES GMBH, Austria
Supplier	43473	MAICA GmbH Corporate Fashion, Germany
Supplier	43478	MASGUANT, S. L., Spain
Supplier	43445	P & S Porzellan Maria Neubauer e.K., Germany
Supplier	43614	PROMO SERPENTIGRAFF, S.A., Spain
Supplier	43416	Schneider Schreibgeräte GmbH, Germany
Supplier	43385	Veloflex Carsten Thormählen GmbH & Co. KG, Germany

Web
www.3pr.se
www.meinabakus.de
www.werbeartikel-katalog.de
www.bs-werbeservice.de
www.bremel.at
www.werbeturbine.de
www.equinoxconcept.ch
www.falcon-reklame.com
www.galaxi.se
www.moeller-werbegeschenke.de
www.ines-amann.de
www.ipmgruppe.de
www.westman-co.se
www.mad-group.com
www.magenta-werbemittel.de
www.mainoslahjateam.fi
www.markecreativemerchandise.com
www.memo-werbeartikel.de
www.merkur-werbemittel.de
www.bade.de
www.permatrend.com
www.hampl-werbeartikel.de
www.werbeartikel.tv
www.reepler.com
www.profoab.com
www.promixgifts.hu
www.sachsen-pen.de
www.sveprofilgaver.no
www.tenkatetextiel.nl
www.vieider.at
www.rueppner.de
www.werbeartikel-wewa.de
www.wizard-hamburg.de
www.wj.no
www.duerninger.com
www.aleide.de
www.club-cawatte.de
www.eitel-plastic.de
www.euroschirm.com
www.holtsch-med.com
www.brandedmerchandise.hideagifts.com
www.intraco.nl
www.kleen-tex.eu
www.maica.de
www.masguant.com
www.werbetassen.de
www.promoserpentigraff.com
www.schneiderpen-promotion.com
www.veloflex.de

Wir sagen DANKE für Ihre Treue!

Wir freuen uns sehr, dass folgende PSI Mitglieder so viele Jahre die Werbeartikelwirtschaft als Teil des PSI Netzwerks begleiten. Dazu gratulieren wir allen herzlich!

Mitglied-Kategorie	PSI Nr.	Jubilar
Distributor	1341	Arno Rombach Gegenständliche Dauerwerbeträger, Germany
Distributor	1407	ARTOZ-PAPIER AG, Switzerland
Distributor	1353	CECOP S.A., France
Distributor	1562	COURTEC S.A., Switzerland
Distributor	1494	DAN-Reklame A/S, Denmark
Distributor	1642	Lesmar Ltd, The United Kingdom
Distributor	1463	MELAGO S.A., Switzerland
Distributor	1470	PASCHEN GMBH, Germany
Distributor	1450	Raff Werbemittel GmbH & Co. KG, Germany
Distributor	1580	Raiffeisen Schweiz Genossenschaft EINKAUF WERBEMATERIAL, Switzerland
Distributor	1600	Ritilux S.A., Luxembourg
Distributor	1617	RM schreiben + werben GmbH, Germany
Distributor	1514	Russ-Werbung Inh. Mirjam Russ, Austria
Distributor	1491	Thomas Derhaschnig e.U, Austria
Distributor	1305	Walter Pauger Werbeartikel GmbH & Co. KG, Austria
Distributor	1478	WER GmbH, Germany
Distributor	1460	Winterhoff Werbung GmbH & Co. KG, Germany
Supplier	41683	etc hauck geschenckverpackungen Helmut Hauck, Germany
Supplier	41615	Geiger-Notes AG, Germany
Supplier	41614	KM ZÜNDHOLZ INTERNATIONAL Karl Müller GmbH, Germany
Supplier	41617	MAGNA sweets GmbH, Germany
Supplier	41680	METRICA SPA, Italy
Supplier	41690	Philipp Holle KG Papierverarbeitung und Werbeartikel, Germany
Supplier	41576	Spontex Industrieprodukte – MAPA GmbH, Germany
Supplier	41647	Tengler Match eine Abteilung der Tengler Druck GmbH, Germany
Supplier	41594	Walz GmbH & Co.KG, Germany

Web

www.artoz.ch
www.cecop.com

www.dan-reklame.dk
www.lesmar.com
www.melago.ch

www.raff-werbemittel.de
www.raiffeisen.ch
www.ritilux.lu
www.werbeartikel-owl.de
www.russ-werbung.at
www.nowak.co.at
www.pauger.at
www.wer-gmbh.de
www.winterhoffwerbung.de
www.etc-hauck.de
www.geiger-notes.ag
www.kmmatch.com
www.magna-sweets.de
www.metrica.it
www.holle-werbeartikel.de
www.werbeschwamm.com
www.tengler.de
www.walz-ulm.de

Mitglied-Kategorie	PSI Nr.	Jubilar
Distributor	3548	August Hörmann e.K. Inh. Andy Keck, Germany
Distributor	3542	Bela-Werbung Bernd Laarmann e.K. Spezialist für Werbeartikel, Germany
Distributor	3618	Bühler Promotion GmbH, Germany
Distributor	3544	Dicke + Partner GmbH, Germany
Distributor	3573	Ets(n) Sobelma SPRL, Belgium
Distributor	3598	Loha-Werbemittel AG, Germany
Supplier	40723	dom Polymer-Technik GmbH, Germany
Supplier	40684	ESKESEN A/S, Denmark
Supplier	40714	Karl Meisenbach GmbH & Co. KG, Germany
Supplier	40703	TOGU GmbH, Germany
Supplier	40717	Toppoint B.V., The Netherlands

Web

www.hoermann-verpackung.de
www.bela-werbung.de

www.buehler-wip.de
www.dickenet.com
www.sobelma.be
www.lohaag.de
www.dom-pt.com
www.eskesen.com
www.meisenbach-pen.de
www.togu.de
www.toppoint.com

Die europäische Leitmesse
der Werbeartikelwirtschaft

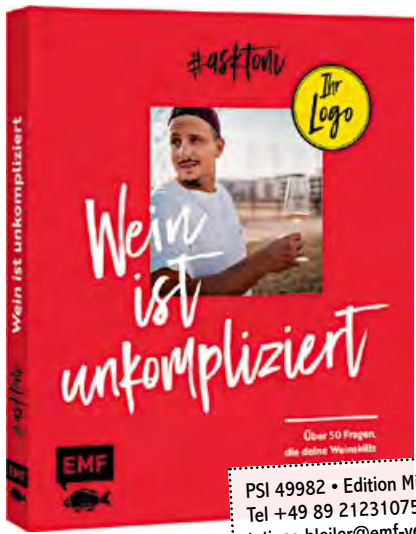


Built by
RX
In the business of
building businesses





Essen und Trinken hält Leib und Seele zusammen – so lautet ein altes geflügeltes Wort. Und die Produkte dieses Themenkreises sind nicht nur **schöne wie nützliche Hilfsmittel** hierbei, sondern verhelfen zudem zum bleibenden Werbeerlebnis.



PSI 49982 • Edition Michael Fischer GmbH
Tel +49 89 212310750
tatjana.bleiler@emf-verlag.de
www.emf-verlag.de

Ein Weinguide der besonderen Art

Wein haftet ein Hauch von Exklusivität an und kaum jemand traut sich, wie im Buch „Wein ist unkompliziert“ aus der Edition Michael Fischer (EMF), die grundlegenden Fragen zu stellen: Wo liegt der Unterschied zwischen Orts-, Guts- und Lagenwein? Muss Wein eigentlich immer „atmen“, bevor man ihn trinkt? Und in welcher Anbauregion gibt es den besten Wein? Top-Sommelier Toni Askitis richtet sich an junge Weininteressierte. Er beantwortet alle Fragen einfach, zugänglich und frei von der Leber weg. Umfang, Design und Ausstattung des Buchs passt der EMF-Verlag gerne an die Vorstellungen und Wünsche der Kunden an.

Natürlicher Schutz auf dem Tisch

Kleinlederwaren des italienischen Unternehmens RO-WE stehen für eine breite Kollektion von hilfreichen und nützlichen Accessoires. So halten runde Untersetzer aus Leder den Tisch frei von Flecken und Kratzern und transportieren gleichzeitig durch einen Blind- oder Digitaldruck Werbebotschaften und Logos an den Empfänger. Die Untersetzer haben einen Durchmesser von neun Zentimetern für viel Werbefläche. Das für diese Produkte verwendete Leder ist pflanzlich gegerbt und stammt aus der Toskana.



PSI 47430
RO-WE SNC DI Brusaterra Roberto & C.
Tel +390444946914 • info@rowe.it
www.rowekeyholders.com

MEHR BRANCHENBEZUG
durch sicht- und fühlbare Strukturen

Die Branchen Ihrer Kunden direkt sichtbar und sogar fühlbar auf Bechern darstellen? Unsere Strukturen machen das möglich! Ergänzt um ein Innen-, Henkel- oder Bodendekor ergibt sich daraus für Sie ein schier unerschöpfliches Akquise-Tool. Sprechen Sie uns an. Wir geben Ihnen die passenden Ideen zu Ihren Kundenthemen.

Telefon 061 83/80 08-0

SND
PorzellanManufaktur



MEHR IDEEN
www.snd-porzellan.de/
struktur



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

Heißes gut im Griff

Kaffee oder Tee bleiben mit dem Troika Cup-Uccino deutlich länger heiß. Der Becher besteht zu 75 Prozent aus recyceltem Edelstahl und hat ein Fassungsvermögen von 300 ml. Die vakuumgezogene Doppelwandisolierung sorgt dafür, dass das Lieblingsgetränk unterwegs lange warmhält. Der lebensmittelechte Isolierbecher mit Deckel aus BPA-freiem Kunststoff ist nicht nur umweltfreundlich, sondern auch stilvoll und praktisch zugleich in drei verschiedenen Farben verfügbar. Der Deckel ist schwappstabil, Becher und Deckel sind zudem spülmaschinengeeignet.



Stilvolle Ordnung im Haushalt

Für stilvolle Ordnung im Haushalt sorgen die Vorratsdosen aus Weißblech von der Dosenspezialist GmbH in vielen Formen und Größen. Weißblech garantiert nicht nur optimale Haltbarkeit, sondern auch hygienische Frische für Lebensmittel. Ab 100 Stück können die Dosen individuell graviert werden, während ab 2000 Stück vollflächige Kundendesigns Realität werden. Die Vorteile von Weißblech, wie Nachhaltigkeit und Recyclebarkeit, treffen auf die praktische Vielseitigkeit von Vorratsdosen – die perfekte Kombination für jeden Haushalt.



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

Deftig würzen mit Stil

Ein elegantes Set aus Pfeffer- und Salzmillie mit Ständer der Marke Vanilla Season stellt Multibrands Viersen unter dem Namen SABARI vor. Die Millien bestehen aus dunklem Akazienholz mit Edelstahlapplikationen. Das Mahlwerk ist aus Keramik. Die Millien werden mit einer Unterstellplatte aus Akazienholz geliefert. Diese verhindert eine Verschmutzung der Tischunterlage nach dem Mahlvorgang. Geliefert wird das Set in einer klimaneutralen Vanilla Season Geschenkbox. Als Veredelungsmöglichkeit wird eine Laserung empfohlen.



PSI 47996 • Multibrands Viersen GmbH c/o
iMi Partner A.S.
Tel +49 2162 9184970
info@multibrands-shop.com
www.multibrands-shop.com



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

Stickerei seit über 35 Jahren

Hochwertige und robuste Tischdecken von Klam, die direkt am Unternehmensstandort mit feinsten Stickereien veredelt werden, eignen sich besonders für den anspruchsvollen Gastronomiebedarf. Klam greift auf eine über 35jährige Erfahrung im Bereich der Premium-Stickerei zurück und versteht sich bestens darauf, Initialen, Logos oder Statements zu inszenieren. Beratung zur optimalen Stickpositionierungen, ansprechenden Farbkombinationen und der passenden Materialauswahl sind hier selbstverständlich.

Grillen, Chillen, gute Laune

Die Sommerzeit lockt mit Grillabenden und entspannten Momenten im Kreise von Freunden und Familie. Für die richtige Ausstattung in dieser Grillsaison bietet die Firma mbw® eine sehenswerte Lösung an. Die attraktive BBQ-Themenwelt präsentiert eine Fülle an Werbeartikeln wie Gummienten, Plüschtiere und Anti-Stress Geschenke. Bekannte Figuren wie Herr Bert® oder die Schnabels® Quetscheenten lassen sich dabei individuell als Träger für Brand oder Slogan nutzen. Plüschtiere und Quetscheenten mit einem coolen BBQ-Look sind originelle Alternativen zum herkömmlichen Mitbringsel.



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



PSI 49006 • Mart Ceramic sp. z o.o.
Tel +48 122 700930 • mart@mart.com.pl
www.mart.mugs.com

Trinkgefäß im Retro-Look

Die Form ist von traditionellen Emaille Bechern inspiriert und macht diesen stilvollen Porzellanbecher von Mart Ceramic zum idealen Trinkgefäß für alle, die einen Retro-Look suchen. Der geschwungene Rand und der bequeme Griff sorgen für außergewöhnlichen Trinkkomfort. Es ist auch ein Camp-Teeset erhältlich, das ein Metallsieb und einen Porzellandeckel enthält. Die Tassen gibt es in 24 Farben, die Ränder können in jeder Farbe bemalt werden. Die Dekoration mit Keramikdekoren ist spülmaschinen- und kratzfest. Hergestellt werden die Becher aus cremeweißem New Bone China Porzellan.



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

Skandinavisches Design to go

Eine neue Serie von Thermotrinksflaschen und Thermobechern stellt Reflects mit der Retumbler-Ortado Familie vor. Die Serie überzeugt durch Funktionalität und skandinavisches Design. Alle Artikel sind aus hochwertigen, recycelten Materialien gefertigt und mit einer feinen Pulverbeschichtung ausgestattet. Die doppelwandigen Flaschen und Becher bieten mit Vakuum-Isolierung eine optimale Isolierleistung. Sie bestehen aus recyceltem Edelstahl und recyceltem Polypropylen-Kunststoff und bieten jeweils ein Füllvolumen von 500 ml und 750 ml. Das gewisse Etwas: Der Korkdeckel mit Metallhenkel erleichtert das Tragen. Das Design-Highlight vom Ortado-Office ist sein robuster Griff aus Buchenholz. Beide Varianten sind per Lasergravur, Tampondruck oder UV-Druck veredelbar.

Frischedrinks von Booster bis Glamour

Als Spezialist für Werbegetränke liefert Römer Drinks alle Arten von flüssigen Erfrischungen vom natürlichen Mineralwasser aus Deutschland über diverse schmackhafte Dosengetränke (Energy Drinks, Sportgetränke, Apfelspritzer, Secco, Latte Macchiato) bis hin zu exklusiven Sektvarianten in verschiedenen Flaschenfarben (Secco, Cuvée, Champagner, Riesling Goldflocken) in Premium-Markenqualität. Dazu gibt es innovative und patentierte Produkte wie umweltfreundliche Water-Dropz oder Fairtrade Bio Werbe-Kaffee und -Tee im originellen Brühbeutel. Alle Getränke bieten mit einem Eigenetikett eine hervorragende und spritzige Werbemöglichkeit.

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



TIPP



NEU



CD LUX



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

NEU



TIPP



NEU



**Süße
Werbemittel
in Premium-
Qualität!**

www.cd-lux.de

NEU



NEU



NEU



NEU





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



Zweites Leben für Kaffee

Mit dem Metmaxx®CremaExtensaPureCoffee Becher stellt Spranz ein ganz besonderes Trinkgefäß vor. Upcycling at its best verspricht der Anbieter, denn es handelt sich hier um High Class Drinkware aus recyceltem Kaffeesatz Kunststoff mit einem Anteil von >35 Prozent und hochwertigem 18/10 Edelstahl innen. Der Becher ist doppelwandig thermoisoliert und hält etwa eine Stunde warm sowie drei bis vier Stunden kalt. Die aufmerksamkeitsstarke Window Werbefläche macht ihn zum Hingucker.

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



Maritim und auffallend anders

Mit seiner ovalen Form und maritimen Tauen als Henkel ist der Kork-untersetzer von Gabriele Bühring ein besonderer Blickfang auf jedem Esstisch. Groß genug, um ganze Backbleche und Auflaufformen sicher auf dem Tisch zu platzieren, punktet der Untersetzer zusätzlich durch seine Dicke von zwei Zentimetern. Hergestellt wird der Untersetzer aus natürlichem und teilweise recyceltem Korkgranulat in einem kleinen portugiesischen Familienbetrieb. Als Veredelung wird eine Lasergravur in kleinen Stückzahlen empfohlen. Größere Auflagen werden individuell bedruckt. Auch Sonderformen nach Kundenwunsch sind möglich.



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



Tierisch gut versorgt

Treue Begleiter sind unsere besten Freunde auf vier Pfoten: Um unsere Katzen und Hunde kümmern wir uns liebevoll und da darf auch die Ernährung nicht zu kurz kommen. Eine Vielzahl von Trinkgefäßen für Haus, Arbeit und unterwegs bietet Condedi dazu an. Vom Premium Napf Woody aus Mangoholz und Edelstahl über die Näpfe der Reihe „Antique“ in feinem antikem Design, und Hundenäpfe aus Edelstahl mit festem schwarzem Gummiring bis hin zu Näpfen der „Heavy Premium“ Produktreihe reicht die Palette. Die Veredelung der Edelstahlnäpfe erfolgt per Gravur während Coco & Barnie per Druck die Werbebotschaft übermitteln.

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

Immer gut isoliert

Der Pacama Thermobecher von ANDA Present ist ein doppelwandiger Thermobecher aus recyceltem Edelstahl mit einem PP-Trinkdeckel. Das Besondere ist der farblich passende Trageriemen, der einen sicheren Transport des 430 Milliliter fassenden Bechers gewährleistet. Die Vakuum-Isolierung garantiert eine Isolierzeit (heiß) bis zu acht Stunden.



PSI 60675 • marcolor GmbH & Co. KG
Tel +49 6562 931260
kontakt@marcolor.de
www.marcolor.de

Saubere Idee

Auf der Suche nach „Sauberer Werbung“ helfen Geschirrtücher aus Baumwolle von marcolor. Die aus 100 Prozent Baumwolle bestehenden Küchentücher kommen im klassischen Format 50 × 70 cm zum Kunden. Bereits ab 100 Stück lassen sich die in Deutschland hergestellten Geschirrtücher mit dem eigenen Wunschemblem bedrucken. Die Bedruckung erfolgt dabei mittels hochwertigem Textilsiebdruck. Die Druckfarben sind vegan und palmölfrei und halten Waschgängen bis 60° stand.





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

Erdabbaubare Festivalbecher

Bei Global Innovations sorgen derzeit Produkte aus erdabbaubarem Material ohne Mikroplastik verstärkt für Aufmerksamkeit. Sie bieten den Kunden die Gelegenheit, einen echten Beitrag zur Nachhaltigkeit zu leisten, indem sie sich für dieses biologisch abbaubare Material entscheiden. Farbenfrohe Festival- und Trinkbecher können individuell durch Siebdruck oder CMYK-Druck gestaltet werden und sind spülmaschinenfest, wodurch sie eine lange Lebensdauer haben. Darüber hinaus bietet das Unternehmen eine Vielzahl weiterer Produkte aus diesem innovativen Material an.

Digitalisierung ist nicht alles

Die Digitalisierung schreitet voran aber für Arbeit und Haushalt dürfen es auch gerne noch manuelle Helfer sein. Diese sind im Programm von Promowolsch-the customer factory reichlich vorhanden. Gute Beispiele sind die zahlreichen unterschiedlichen Arten von Flaschenöffnern in der Standardvariante, in besonderen Formen oder auch themenbezogen als Bauhelm, Hobel, Würfel, Haus und mehr. Die Öffner lassen fast keine Wünsche offen. Und sind ebenso in diversen Größen mit Drehhilfeunterstützung im Programm, welche sich durch eine hervorragende Funktionalität und Haptik auszeichnen. Selbstverständlich kommt die Werbeanbringung per Druck nicht zu kurz. Ein- oder mehrfarbig – je nach Kundenwunsch.



PSI 44724 • PROMOWOLSCH -
The Customer Factory GmbH & Co KG
Tel +49 2942 570201
info@promowolsch.de
www.promowolsch.de



PSI 49025
Porzellanfabriken Christian Seltmann GmbH
Tel. +49 961 204141
n.lehner@seltmann.com
www.seltmann.com



Porzellan als Statement

Die Porzellanserie Nori von Seltmann Weiden steht für Vieles. Nori – die Alge – und hier insbesondere als Meeresalge, steht wohl für einen der größten Einflussfaktoren bei der Bindung des Kohlendioxids aus der Atmosphäre. Auch als zukünftiges Super-Food ist diese Alge im Gespräch. Im Zusammenspiel mit einer ansprechenden oder sogar inszenierten kulinarischen Ansprache zeichnet Nori eine interdisziplinäre Weltanschauung. Eine Veredelung ist ab 300 Teilen möglich, das Markenporzellan ist spülmaschinenfest und „Made in Germany“.

Bäriger Teegenuss

Die Frage nach einer Alternative zur Folie ist beantwortet: Die FSC®-zertifizierten Papierverpackungen von Kalfany Süße Werbung – umweltschonend aus 99 Prozent recycelbarem Frischfaserzellstoff. Seit diesem Jahr haben auch die Tee-Bären®-Fruchtgummi hier eine neue Verpackung gefunden. Diese innovativen Fruchtgummis lösen sich in heißem Wasser schon in kürzester Zeit auf, sodass ein aromatisch-süßes Heißgetränk entsteht. Kunden haben die Wahl zwischen den Füllvarianten Pfefferminz, Zimt-Orange, Ingwer-Zitrone, Himbeer Vanille und Fichte-Granatapfel.



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

YOUR UMBRELLA



RingOpener®

Zwei Schirm-Neuheiten, die Nachhaltigkeit und High-Tech vereinen und mit edlen Details ein schickes Erscheinungsbild abgeben.

www.fare.de/de/news



NEU Art. 7875



NEU Art. 5875



Öffnet/Schließt
durch Herunterziehen
des Rings



PSI 46095 • Lumitoys-GmbH
Tel +49 2331 3775450 • info@lumitoys.de
www.lumitoys.de

Alles andere ist kalter Kaffee

Die neuen Thermo Mugs der Lumitoys-GmbH sind ein praktischer Begleiter für unterwegs, der neben dem Warmhalten der Getränke natürlich auch das Logo des werbenden Unternehmens gekonnt ins rechte Licht setzt. Auf Knopfdruck leuchten Motiv oder Schriftzug auf und werden so zum absoluten Eye-Catcher. Die Anbringung erfolgt entweder invers per Laserung oder in EL-Technik. Mit dieser sind auch mehrfarbige Logos darstellbar. Die doppelwandigen Becher haben eine Kapazität von etwa 500 ml und werden in Einzelverpackung geliefert, die natürlich auch individuell bedruckt werden kann.

Bäckermeister auf Entdeckungsreise

Liebe geht durch den Magen, besonders, wenn kleine Bäckermeister ihre Backtalente entdecken. Die Backförmchen für Kids von der emotion factory aus Edelstahl, ohne Plastik, bieten nicht nur in der Weihnachtszeit Spaß am Backen. Die kindgerechten Symbole wie Drache, Bär, Delfin, Elefant und Traktor bringen spielerisch Freude in die Küche. Die spülmaschinengeeigneten Backförmchen sind im Single-Pack in einer umweltfreundlichen Papierverpackung erhältlich. Diese kann mit einer individuellen Werbebotschaft und auf Wunsch einem Backrezept gestaltet werden. „So wird jedes Backerlebnis zu einem bunten Abenteuer!“ unterstreicht Adrian Rigoni, Vertriebsleiter der emotion factory.



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



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

Schluck für Schluck ein Stück Natur

Die Wasserkaraffe aus dem Hause Spiegelau fasst einen Liter und wird mit einer 70 Millimeter Zirbenkugel verschlossen, die bereits ab 60 Stück mit individueller Lasergravur lieferbar ist. Die unbehandelte Zirbenkugel bereichert das Trinkwasser mit einem angenehmen Duft und Geschmack. Das stilvolle Design ist auf jedem Tisch ein Hingucker. Die Karaffe ist Spülmaschinen geeignet und kommt in einem hochwertigen, bruchsicheren Geschenkkarton zum Empfänger.

PSI Journal 3/2024

www.psi-network.de

www.psi-network.de

PSI Journal 3/2024



PSI 60604 • LARQ inc.
Tel +31 639762598
sales.international@livelarq.com
www.livelarq.com

Dreifach gut für unterwegs

Kunden haben die Wahl zwischen der Twist Top Bottle mit ihrem zweifarbigen Design, der Flip Top Bottle mit einem Flip-Top-Strohalm zum Trinken unterwegs und einem Karabiner für den einfachen Transport oder der kürzlich eingeführten Swig Top Bottle mit einem breiteren Ausguss für schnelle Schlucke von LARQ. Die doppelwandige Vakuumisolierung hält Wasser bis zu 24 Stunden lang kalt. Hergestellt werden alle drei aus hochwertigem 18/8-Edelstahl. Zudem sind sie Spülmaschinenfest und mit den intelligenten LARQ-Aufsätzen für die mobile Wasserreinigung oder -filtration kompatibel.



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

Bunter Sommer-Trinkgenuss

Einzigartigen Sommergenuss verspricht der Trinkbecher Retumbler-my-Mezzo des Kölner Werbeartikel-Multispezialisten REFLECTS®. Der einwandige Trinkbecher ist eine Weiterentwicklung des Thermobechers Retumbler-myBayamo und eignet sich perfekt für sommerliche Erfrischungen. Der 450-ml-Becher besteht aus recyceltem Edelstahl und hat eine Anti-Fingerprint-Beschichtung. Er ist mit einer Silikonmanschette in zahlreichen Farben kombinierbar. Ohne Manschette kann er gestapelt werden. Mit seiner großen und gut sichtbaren Logofläche eröffnet der Becher vielfältige Werbemöglichkeiten, die per Tampondruck oder edler Lasergravur zur Geltung gebracht werden können.

Werbeporzellan bietet Platz für Alles

Mit den hochwertigen Porzellanschalen der SND Porzellan Manufaktur erhalten Kunden nicht nur eine nachhaltige und langlebige Werbemittelidee, sondern gleichzeitig mehr Platz. Mehr Platz für leckeren Inhalt wie Müsli, Suppen, Salate und jegliche gesunde (oder weniger gesunde) Snacks. Und vor allen Dingen mehr Platz für Werbebotschaften, Logos und eine schöne Gestaltung – außen, innen und auf dem Boden. Kommt dann noch der Name des Beschenkten hinzu, wird's ganz besonders persönlich.



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



Bags by RIEDLE

Corinna Tanak
Bild: BAGS BY RIEDLE

Papiertaschenmacher baut Vertrieb aus

Seit Anfang November 2023 verstärkt Corinna Tanak (57) das Team von Bags By Riedle, Langenbrettach, als Fachberaterin im Außendienst. Sie ist seit 35 Jahren in verschiedenen Marketing- und Vertriebspositionen des Papiergroßhandels tätig und bringt ihren großen Erfahrungsschatz nun in ihre Aufgabe beim bekannten Anbieter von Papiertaschen als Werbeträger ein.

In dieser neu geschaffenen Funktion übernimmt sie die Betreuung von Werbe- und Produktionsagenturen sowie der Marketingverantwortlichen und Einkäufer in der Industrie. Mit diesem Schritt will das Unternehmen künftig noch gezielter auf Kundenwünsche eingehen und diese direkt zu den innovativen, hochwertigen Angeboten im Bereich nachhaltiger Taschenprodukte beraten. Mit ihrem fundierten Branchen Know-how und ihrer Leidenschaft für Papiere sieht sich Corinna Tanak bestens gerüstet für ihre neuen Herausforderungen: „Das gesamte Riedle-Team hat mich während meiner Einarbeitung toll unterstützt. Nun freue ich mich sehr auf den intensiven Austausch mit ‚meinen‘ Kunden, denen ich gern die Besonderheiten meiner Lieblingstaschen – zum Beispiel aus Apfel- und Graspapier – näherbringe.“

Weitere Informationen zum Unternehmen unter: www.riedle.de

Neuer Managing Director ernannt

Mimaki Europe, einer der führenden Hersteller von Tintenstrahldruckern und Schneidetechnologien, hat Takao Terashima zum neuen Managing Director ernannt.

Terashima begann seine Laufbahn bei Mimaki 1997 in der Forschungs- und Entwicklungsabteilung des Unternehmens. In den vergangenen 26 Jahren sammelte er umfangreiche Fachkenntnisse zum Technologieportfolio von Mimaki und über den entsprechenden Markt. Bei Mimaki hatte er mehrere leitende Positionen inne. Zuvor war er Senior General Manager der Asia Oceania Business Unit. Terashimas Werdegang bei Mimaki führte ihn über den japanischen Hauptsitz hinaus in mehrere Niederlassungen des Unternehmens, wo er unterschiedliche Zuständigkeiten hatte. Zwischen 2013 und 2017 war er vier Jahre lang Managing Director von Mimaki Singapur.

Terashima, der Takahiro Hiraki als Managing Director von Mimaki Europe ablöst, wird laut Unternehmensmitteilung „umfangreiche Branchenkenntnisse, analytisches Denken, geschäftliche und teambildende Fähigkeiten sowie ein umfassendes Wissen über das Unternehmen in die neue Rolle einbringen“.

„Ich freue mich, die Rolle des Managing Directors von Mimaki Europe zu übernehmen - und das in einem Jahr, das einen Meilenstein für die Branche darstellt. Zum Jahrestag des 20-jährigen Bestehens unserer Zentrale in Europa können wir mit Stolz auf die letzten zwei Jahrzehnte zurückblicken. Wichtig ist, dass wir uns auch in Zukunft an unseren Grundsätzen Innovation, Zusammenarbeit und Nachhaltigkeit orientieren, um unseren Kunden weiterhin hochwertige Lösungen zu bieten. Ich bin seit über 25 Jahren in diesem Unternehmen und in der Druckbranche tätig und möchte Mimaki in den kommenden 20 Jahren in die nächste Phase des Erfolgs führen.“

Weitere Informationen zum Unternehmen unter: www.mimakieurope.com

Mimaki Europe

Takao Terashima
Bild: Mimaki Europe

Silbernes Jubiläum mit Hindernissen

Die Werbemittelmesse München – kurz wmm – konnte am 17. Januar 2024 ihr „Silbernes“ begehen. Veranstaltungsort für die 25ste Auflage der süddeutschen Traditionsschau für die neusten Produkte und Trends haptischer Werbung war erneut die MOC Event Center Messe München. Die durch die Promo Event GmbH bewährte organisierte Veranstaltung vereint die 5 Trägeragenturen admixx GmbH, Company 4 Marketing Services GmbH, Hagemanngruppe, Holfelder GmbH sowie ipm-Gruppe. Eingeladen war ein Fachpublikum aus Industrie und Mittelstand. Leider hatte der Wettergott viele der potentiellen Besucher im wahren Wortsinn ausgebremst: An diesem Tage hatten schlechte Wetterprognosen und Blitzeis mehr als 300 Absagen zur Folge und verhinderten laut Veranstalter somit ein „Rekord-Jubiläum“.

Nichtsdestotrotz sei es „nach Meinung vieler Aussteller und auch Besucher eine oder sogar die schönste wmm“ gewesen: Hell, freundlich, einladend mit tollen Ständen und ausgesprochen guter Stimmung. Und trotz ungünstiger Witterung konnte die Promo Event GmbH einen lebhaften Besuch verzeichnen. Die Trägeragenturen bestätigen, dass alle wichtigen Kunden – wenn auch mit geringerer Personenzahl – gekommen seien. Auch die Aussteller zeigten sich mit der Resonanz zufrieden.

Zum Dank für ihre Teilnahme an der Jubiläumsmesse erhielten alle ausstellenden Lieferantenpartner eine Urkunde sowie eine Gold-Medaille. Geehrt wurde zudem der Mitgründer der Messe, Michael Hagemann, „für 25 Jahre TOP-Organisation“. Auch er bewertete das Jubiläum positiv: „Wir freuen uns trotz der wetterbedingten Umstände über so viel Nachfrage und das gezeigte Interesse an der Messe. Mit knapp 9.000 Anfragen nur am Messetag, wurde fast die identische Zahl wie im Vorjahr erreicht. Damit positioniert sich die wmm 2024 auch im Jubiläumsjahr wieder mit einem Spitzenplatz unter den Anwender-Messen.“ www.werbemittelmesse-muenchen.de



Werbemittelmesse München 2024

Trotz der schwierigen Wetterverhältnisse war die 25ste wmm gut besucht.
Bild: Promo Event GmbH

X-tec Systems baut Händlernetzwerk für DTF-Lösungen aus

Das Unternehmen X-tec Systems aus Kaarst bietet eine breite Palette an DTF-Lösungen. Dazu zählen die Maschinenreihen Piccolo, Zyklop II und Compact II, im DTF-UV Bereich die Piccolo UV, sowie Verbrauchsmaterialien wie Folien und Tinten, Transferpressen und anderes mehr für die Textilveredlung. Nun baut X-tec sein Händlernetzwerk für den europäischen Markt aus.

Als Vertriebspartner für Süd- und Ostdeutschland, Österreich und Kroatien konnten Geschäftsführer Bert Rademacher und Dieter Rath von X-Tec Systems den Siebdruckfachhändler Schlee gewinnen. Mit drei Standorten in Fürth, in Vierkirchen nördlich von München sowie in Mitwitz in Oberfranken und einem großen Service- und Technikteam deckt Schlee das Vertriebsgebiet in den süddeutschen, ostdeutschen und österreichischen Bundesländern sowie in Kroatien ab. Neuer Partner für Norddeutschland ist die Crossline Office Solutions GmbH mit Sitz in Norderstedt. Crossline erweitert sein Angebot in den Bereichen Bürokommunikation, Dokumentenverarbeitung, Kopierer, Drucker, Scanner, Großformatdrucker, Plotter und anderes mehr nun auch um DTF als neue Textildrucklösung. Das Vertriebsgebiet Bulgarien wird durch das Unternehmen Brother M&M OOD in Sofia betreut. In Ungarn und Österreich agiert zudem Brother Miklós Kft. mit Sitz in Budapest.

www.x-tec-web.de • www.schlee.cc • www.c-o-s.biz



X-tec Systems

Blick in den X-tec Showroom. Bild: X-tec

WorldStar Award für Verpackungslösung aus dem Schwarzwald

Nach der Auszeichnung mit dem Deutschen Verpackungspreis 2023 können sich die Verantwortlichen der Pohl-Scandia GmbH nun auch noch über einen WorldStar Award in der Kategorie „E-Commerce“ freuen. Die innovative Versandverpackung, die vom Verpackungsspezialisten Karl Knauer für das Schwesterunternehmen Pohl-Scandia entwickelt wurde, punktete – so die Jury – unter anderem durch ihre perfekte Passform für drei unterschiedliche Artikelgrößen, das optimierte Handling, das eine deutlich schnellere Kommissionierung der Ware ermöglicht und das nachhaltige, gut zu recycelnde Material.

In der Verpackung, die speziell für den Versand der handgefertigten Pralinen des Unternehmens „Pralinenbote“ entwickelt wurde, finden dank der cleveren Konstruktion mit integrierten Pufferzonen drei unterschiedliche Artikelgrößen perfekten Halt und Schutz. Da die Verpackung aus einem einzigen Teil besteht und sich mittels Klebestreifen einfach verschließen lässt, ist nicht nur der Lageraufwand geringer, sondern auch der Kommissionierungsprozess deutlich effizienter und schneller als bisher. Außerdem überzeugt die Verpackung auch noch, wenn sie beim Kunden angekommen ist: Sie besteht aus 100 % Recyclingfasern, besticht durch eine hochwertige, nachhaltige Optik und kann ohne Schere oder Messer geöffnet werden. Dies alles sorgt für ein Unboxing-Erlebnis, das man gerne wiederholt.

„Ich bin mir sicher, dass sich diese Verpackungsform in Zukunft durchsetzen wird, denn sie lässt sich beliebig skalieren und ist daher auch für andere Hersteller oder Produktgruppen interessant“, ist Jürgen D. Müller, Geschäftsführer der Pohl-Scandia GmbH, überzeugt.

Für den WorldStar Award sind nur Verpackungen zugelassen, die vorher einen wichtigen nationalen oder regionalen Preis gewonnen haben.

www.karlknauer.de

Karl Knauer / Pohl-Scandia

Gewinner des WorldStar Awards 2024: Die skalierbare Versandverpackung für das Unternehmen „Pralinenbote“.

Quelle: Karl Knauer KG.

FIBS®-Gelenkbänder erhalten German Design Award

Das auf Sonderanfertigungen spezialisierte Unternehmen FreeWings mit Sitz in Wien ist für seine Gelenktaschen der Marke FIBS® mit dem German Design Award „Special Mention“ 2024 in der Kategorie „Excellent Product Design – Sports, Outdoor Activities and Leisure“ ausgezeichnet worden. Die stylischen, praktischen wie funktionellen FIBS®-Gelenkbänder sind speziell für den Outdoor-Gebrauch kreiert. Bei diesen Bändern stehen verschiedene (auch ECO) Materialkomponenten, Farben und Veredelung zur Auswahl. Variabel in der Armlänge für die sichere Aufbewahrung von Geld, Karten, Medikamenten oder Handy und alternativ auch für den Gebrauch am Fuß oder Gürtel ist die Tasche universell einsetzbar. Die Jury überzeugte bei ihrer Entscheidung nicht zuletzt die klare, einfache Formensprache sowie die Vielseitigkeit in Farbe und Veredelung. Damit eignen sich die auffälligen FIBS®-Taschen auch optimal zur Inszenierung von Logos.

www.fi-bs.com

FreeWings



uma Schreibgeräte Ullmann

Freude über die erneute Auszeichnung (v.l.): Die uma-Geschäftsführer Jochen Ullmann, Peter Ullmann und Alexander Ullmann.

uma erneut unter den TOP 100 Innovatoren

Die uma Schreibgeräte Ullmann GmbH hat beim Wettbewerb TOP 100 zum dritten Mal das TOP 100-Siegel erhalten und zählt damit zu Deutschlands Top Innovatoren. Bei der Preisverleihung am 28. Juni 2024 im Rahmen des Deutschen Mittelstands-Summit in Weimar wird der Wissenschaftsjournalist Ranga Yogeshwar die Auszeichnung offiziell vergeben. Das TOP 100-Siegel, das an besonders innovative mittelständische Unternehmen vergeben wird, honoriert nicht nur den innovativen Output, sondern auch das gesamte Innovationspotenzial, das in einem Unternehmen steckt.

„Ein Kugelschreiber ist mehr als nur ein Schreibgerät“ – das konnte uma in den vergangenen Jahren immer wieder beweisen. Das Familienunternehmen hat sich als Herstellern von Schreibgeräten in der Werbemittelbranche weltweit etabliert und überzeugt durch außergewöhnliche, innovative und nachhaltige Werbeschreibgeräte. Der Schreibgerätespezialist reüssierte vor allem durch das verstärkte Einsetzen von recycelten und recycelbaren Materialien. So entwickelte man die erste und aktuell immer noch einzige Schreibgeräte-Serie aus recycelten PET Flaschen, welche komplett in Europa und klimaneutral produziert wird. In der Weiterentwicklung paaren die Schwarzwälder Innovatoren eine recycelte PET-Flasche als Kugelschreibergehäuse mit einer wertigen Metallspitze aus recycelten Aluminiumgetränkedosen. Das Konzept „Recycled“ transportiert in einem Schreibgerät langlebige Werbekommunikation und greifbare Nachhaltigkeit.

Durch weitere Modifizierungen gibt es nun neben dem klassischen Kugelschreiber auch einen Rollerball, einen Fineliner und einen Flüssig-Highlighter, die durch das rPET-Material nicht nur nachhaltig, sondern auch besonders flüssig schreiben. Das bei allen Schreibgeräten die Minen nachfüllbar sind, unterstreicht den Anspruch des Unternehmens auf Nachhaltigkeit.

Dass die rPET-Schreibgeräte gute Verkaufsargumente haben, zeigt nicht nur die hohe Nachfrage, sondern auch die stetige Weiterentwicklung. Innovative Ideen stecken in der uma DNA und fließen nicht nur in die Produktentwicklung. Ständig optimierte Prozesse, eingesetzter Technik, speziell im Bereich der Schreibgeräteveredelung und neue, zeitgemäße verkaufsunterstützende Maßnahmen für die uma Kunden sind die Basis für die Auszeichnung zum Top 100 Innovator.

„Wir sind seit 2019 ein klimaneutrales Unternehmen und verschreiben uns auch in der Entwicklung von neuen Modellen der Nachhaltigkeit. Es macht uns stolz, dass wir als Familienunternehmen in der dritten Generation nun zum dritten Mal nach 2019 und 2022 das TOP 100 Siegel tragen dürfen. Es bestätigt unser innovatives und zukunftsorientiertes Handeln“, erklärt Geschäftsführer Peter Ullmann.

www.uma-pen.com

Klimaneutral und voller Neuheiten: Der Hauptkatalog 2024 von Daiber

Rund 800 Artikel auf 580 Seiten: Der neue Hauptkatalog der Gustav Daiber GmbH ist ab sofort erhältlich. Darin stellt das Corporate-Fashion-Unternehmen auch die 40 Produktneuheiten aus der Kollektion 2024 ihrer beiden Eigenmarken JAMES & NICHOLSON und myrtle beach vor. Die Palette umfasst praktische Crossover Styles, gefütterte Workwear, modische Headwear und frische, frühlingshafte Farben. Ob Corporate Fashion oder Workwear – die Neuprodukte verbinden Funktionalität mit modernen Looks und lassen sich vielseitig im Job sowie nach Feierabend kombinieren. Die Mehrheit der Neuheiten ist bereits bestellbar. Die verbleibenden Produkte werden voraussichtlich bis Ende März auf Lager und ab dann verfügbar sein.

Passend zum Launch der Kollektion 2024 wird auch der Workwear Colour Selector um die Neuprodukte und Farberweiterungen ergänzt. Dieser Service von Daiber ermöglicht es, alle Workwear-Produkte einer Kollektion in den jeweils verfügbaren Farben übersichtlich darzustellen. Dadurch sind die Kombinationsmöglichkeiten für abgestimmte Corporate Fashion Outfits auf einen Blick ersichtlich.

Klimaneutrale Katalogproduktion mit zertifiziertem Umweltschutz

„Umweltverträgliches Handeln steht für uns an oberster Stelle. Das beginnt bei unseren Produkten, bei denen wir langlebige und vermehrt nachhaltige Materialien verwenden, und zieht sich durch alle Unternehmensbereiche bis hin zur klimaneutralen Produktion unserer Kataloge. Mit unserem Engagement für die Umwelt möchten wir unseren Teil zu mehr Nachhaltigkeit beitragen“, sagt Geschäftsführer Kai Gminder. Zusammen mit ClimatePartner gleicht Daiber daher auch in diesem Jahr die beim Druck des Hauptkatalogs entstandenen CO₂-Emissionen vollständig aus. Dazu unterstützt der Corporate-Fashion-Hersteller ein international zertifiziertes Klimaschutzprojekt zur Aufforstung in China. Auf einer Fläche von 43.600 Hektar unfruchtbarem Land werden dort Bäume gepflanzt, um sowohl die Luftqualität und Bodenstruktur zu verbessern als auch Erosionen zu verhindern. Die insgesamt kompensierten 114.000 Kilogramm CO₂ lohnen sich dank des Projekts gleich doppelt: Für jede eingesparte Tonne CO₂ pflanzt ClimatePartner zusätzlich einen Baum in Deutschland. Damit fördert Daiber den Umbau von strukturalarmen Waldbeständen und Monokulturen in widerstandsfähigere Mischwälder und leistet so im Ausland wie im Inland einen positiven, nachhaltigen Beitrag.

Ergänzend dazu hat Daiber für seinen neuen Hauptkatalog 100 Prozent FSC-zertifiziertes Recyclingpapier verwendet. Das FSC-Recycled-Kennzeichen gewährleistet, dass ausschließlich recyceltes Altpapier zum Einsatz kam. www.daiber.de



INSIEME mit neuer Vertriebspartnerschaft

Die nachhaltigen Naturkissenspezialisten von INSIEME aus Oberösterreich verstärken sich für den Marktausbau in Deutschland und den Niederlanden durch eine Zusammenarbeit mit Alexander Szirota. Mit der Markenvertretung „Asmaca.de“ unterstützt Szirota bereits Marken wie MOYU, ecobrand und Schusters Spezialitäten (Shrubl). Zukünftig übernimmt Alexander Szirota auch Insieme für den Werbeartikelhändler Bereich und hilft die Marktpräsenz zu steigern. Das Sortiment umfasst neben Naturkissen noch weitere Produkte wie Baumwolltaschen (All Over Full Colour Druck, vor dem Vernähen), Kochschürzen, Nackenkissen und vieles mehr. Start der Zusammenarbeit ist bereits bei den Veranstaltungen der GWW Newsworld 2024.

www.Asmaca.de • info@asmaca.de • www.Insieme.at



Die nachhaltigen Naturkissen von INSIEME sind für den Werbemittelhandel nun über Asmaca.de erhältlich.

dita moderna wird Teil von vertriebskick´

Gemeinsam wachsen, mehr erreichen und voneinander partizipieren – das ist das Ziel. In diesem Sinne freut sich der Werbeartikelhändler vertriebskick´ über bedeutende Verstärkung: die vierköpfige Belegschaft von dita moderna schließt sich dem Team von vertriebskick´ an. Mit insgesamt 38 Jahren Erfahrung bringt das Damen-Team wertvolle Expertise ein, von dem vertriebskick´ und vor allem auch die Kunden maßgeblich profitieren können. Beide Unternehmen verfügen über langjähriges Know-how und große Leidenschaft für die Werbeartikelbranche. „Diese gemeinsame Basis ist der perfekte Ausgangspunkt, um die vorhandenen Kompetenzen zu bündeln. Durch den Zusammenschluss profitieren die Kunden von einem noch breiteren und vielfältigeren Angebot“, so Klaus Baumhold, Geschäftsführer der vertriebskick´ gmbh. In der Zusammenführung der in Oberhausen ansässigen Unternehmen, die seit Jahrzehnten erfolgreich in der Werbeartikelbranche agieren, sieht Baumhold „einen Meilenstein in der Firmengeschichte von vertriebskick´. Durch die Zusammenführung entsteht ein noch leistungsstärkeres Team, gemeinsam werden wir unseren Kunden eine noch bessere und individuellere Beratung bieten können. Wir sind fest davon überzeugt, dass unsere vereinten Kräfte uns ermöglichen, in den Bereichen Kundenservice und Werbeartikelportfolio neue Standards zu etablieren. Es ist eine klare Win-Win-Situation.“

Seit dem 1. Januar 2024 arbeitet das Team von dita moderna unter neuer Flagge. In naher Zukunft soll zudem der Umzug in die Geschäftsräume von vertriebskick´ am Steigerhaus in Oberhausen-Osterfeld folgen. „Wir freuen uns auf die Zukunft und sind voller Tatendrang. Denn eines steht fest: Die Kombination aus zwei guten Dingen bringt etwas noch Besseres hervor“, erklärt Beate Skoupi, neues Teammitglied von vertriebskick´. www.vertriebskick.de



Die vier Damen von dita moderna verstärken das vertriebskick´-Team (v.l.): Beate Skoupi, Carmen Zwolanski, Klaus Baumhold, Andrea Skoupi, Heike aus der Wieschen.

Attraktiver Ausstellermix

Ein attraktiver Mix von Ausstellern aus allen Produktbereichen, zahlreiche Produktideen, ein informatives und unterhaltsames Rahmenprogramm: Die HAPTICA® live '24 am 13. März 2024 im World Conference Center Bonn (WCCB) gibt erneut Einblicke in die Vielfalt des Werbeartikelmarkts.

Laut des Veranstalters WA Media GmbH haben neben großen Importeuren auch wieder zahlreiche Spezialisten sowie namhafte Marken ihre Teilnahme zugesagt. Wie bereits 2023 wird es auch 2024 ein Newcomer-Areal geben, auf dem Start-ups Innovationen präsentieren. Ganz neu ist das Ausstellungsformat FACThibition, eine Infoausstellung, die mit Texten, Bildern, Videos und Produktbeispielen Know-how und interessante Fakten zu einem jährlich wechselnden Thema vermittelt. Die Premiere von FACThibition widmet sich dem sogenannten Ozeanplastik, das inzwischen im Werbeartikelmarkt weit verbreitet ist, setzt sich kritisch-informativ mit dem Material auseinander und liefert neben Zahlen und Fakten auch Produktbeispiele.

Passend zum Thema steht Marc Krebs, Mitgründer der Ozeanplastik-Initiative Tide Ocean, auf der Bühne des Vortragsforums. Dort gibt außerdem der Caravan-Riese Knaus Tabbert Einblicke in seine Arbeit mit haptischer Werbung, und die Berliner Agentur Brain'n'Dead verrät, wie sich die Zielgruppe der Heavy Metal-Fans marketingmäßig und mit haptischer Hilfe erreichen lässt. Die Best Practice Show schließlich bietet weitere Einblicke in die Werbeartikel-Praxis und präsentiert Kampagnenbeispiele mit gegenständlichen Botschaftern in der Hauptrolle. Der Besuch der „Erlebniswelt Haptische Werbung“ am 13. März 2024 ist kostenlos, lediglich eine Anmeldung über die Website der Veranstaltung ist erforderlich. www.haptica.live



Bild: WA Media GmbH 2023

Fruit of the Loom präsentiert vier neue Farben im Sortiment: Desert Sand, Cranberry, Mountain Blue und College Green. Die Kollektion wird weiters ergänzt um zwei neue Produkte für Groß und Klein: Iconic 195 Jersey Shorts und Kids Iconic 195 T. Wir stellen die Neuheiten hier ausführlicher vor.

Die News 2024 bei Fruit of the Loom

Frisches Colour Update und stylische Looks

Branche



Die neuen Iconic 195 Jersey Shorts sind ab Jahresanfang für stylisch-bequeme Unisex-Looks mit extra Beinfreiheit erhältlich.



Vier neue Farben

Neues Jahr, noch mehr Farbvielfalt bei Fruit of the Loom: Die Marke präsentiert zum Jahreswechsel vier neue Trendfarben, die bei ausgewählten T-Shirt Styles der Iconic Collection zum Einsatz kommen werden:

- Desert Sand: Der sanfte Beigeton erinnert an hellen Wüstensand und eignet sich perfekt für alle, die unaufdringliche Sandtöne lieben. Desert Sand lässt sich ideal mit klassischen Farben wie Schwarz und Weiß kombinieren, macht im Frühling aber auch mit auffälligen Farben eine extrem gute Figur.

- Cranberry: Intensiv und leuchtend – so lässt sich der Farbton Cranberry am besten beschreiben. Wer gerne ab und zu für einen modischen Hingucker sorgen möchte, der wird den neuesten Beerenton lieben.
- Mountain Blue: Der neue Farbton Mountain Blue überzeugt mit seiner starken Präsenz und setzt im Frühjahr insbesondere in Kombination mit Weiß farbliche Akzente.
- College Green: Der Grünton macht seinem Ruf als Farbe der Natur alle Ehre: So wirkt College Green beruhigend und intensiv zugleich. In Kombination mit hellen Farbtönen sorgt er für einen sportlich-coolen (Frühlings-) Look.

Ausgewählte T-Shirt-Styles der Iconic Collection sind ab Januar in den neuen Trendfarben sowie in weiteren Farben der bestehenden Farbpalette erhältlich. So gibt es das Ladies Iconic 195 T zukünftig in den neuen Farben Desert Sand und Cranberry. Das Pendant für Herren, das Iconic 195 T, ist ab Januar in allen neuen Farben sowie in den Pastelltönen Powder Rose und Soft Lavender verfügbar. Während das Iconic 150 T dann auch in den Farben Sage und Mineral Blue für noch mehr Abwechslung sorgt, begeistert das Kids Iconic 150 T ab 2024 in Sage und Powder Rose.

Stylish und bequem

Komplettiert wird die hochwertige Iconic Kollektion von Fruit of the Loom ab Januar 2024 von den neuen Iconic 195 Jersey Shorts im Unisex-Style: 100 % ringgesponnene Baumwolle und ein Stoffgewicht von 195 g/m² sorgen für exzellente Veredelungsergebnisse. Ein elastischer Tailband mit Kordel und seitlich angebrachte Taschen runden die optischen Vorzüge der Shorts perfekt ab. Erhältlich sind sie in einem Größenlauf von S bis XL sowie in insgesamt fünf klassisch-modernen Farben: White, Black, Deep Navy, Heather Grey und Mineral Blue.

Hochwertig und farbenfroh

Sie dürfen in keinem Frühjahrssortiment fehlen: Die Rede ist natürlich von hochwertigen T-Shirt-Styles aus 100 % gekämmter, ringgesponnener Baumwolle. Passend dazu erweitert Fruit of the Loom in 2024 seine Auswahl um das neue Kids Iconic 195 T. Das kurzärmelige T-Shirt überzeugt mit einem Stoffgewicht von 195 g/m². Es ist klassisch geschnitten und daher ein Unisex-Modell für Jungen und Mädchen. Ausgestattet mit einem Rundhalsausschnitt mit Baumwoll-Rippstrick und einem durchgehenden Schulter-zu-Schulter-Nackenband ist der Newcomer bei bis zu 60°C Grad maschinenwaschbar. Das T-Shirt ist in den Größen 104 bis 164 erhältlich und überzeugt auch



Links: Passt auch ganz gut generationsübergreifend zusammen: das Ladies Iconic 195 T und das Kids Iconic 195 T.



Jungen und Mädchen dürfen sich über das neue Kids Iconic 195 T freuen – für farbenfrohe Outfits in exzellenter Qualität.

farblich auf ganzer Linie – in den drei brandneuen Farben Cranberry, Mountain Blue und College Green sowie in White, Black, Deep Navy, Heather Grey, Red und Royal Blue aus der bestehenden Farbpalette.

Neuer Name, gleichbleibende Qualität

Neuer Name, gleichbleibende Qualität und Ausstattung: die Iconic Collection. Zur Vereinfachung und besseren Übersichtlichkeit fällt der Zusatz „Ringspun Premium“ bei folgenden T-Shirt-Styles der Iconic Collection weg: Iconic 195 T (ehemals Iconic 195 Ringspun Premium T); Ladies Iconic 195 T (ehemals Ladies Iconic 195 Ringspun Premium T); Iconic 195 Long Sleeve T (ehemals Iconic 195 Ringspun Premium Long Sleeve T). Zusätzlich wird aus dem Iconic 150 Classic Long Sleeve T durch eine Namensanpassung kurz und knackig das Iconic 150 Long Sleeve T. Qualität und Ausstattung aller umbenannten T-Shirts bleiben selbstverständlich gleich. <



Drei der vier neuen Farben: Cranberry, Mountain Blue und College Green,



Werbeartikel aus diesen Bereichen spielen eine zentrale Rolle in der Welt des Marketings. Die „Promotionsklassiker“ bieten nicht nur praktischen Nutzen im Arbeitsalltag, sondern dienen auch als effektive Werbeträger mit nachhaltiger Präsenz.



Innovative USB-Idee

Der USB-Stick aus dem Sortiment von Hikitec bietet zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten und kann mühelos an vielen Stellen integriert werden. Mit seiner ultradünnen Bauweise passt er perfekt in Mailings, Broschüren oder kann sogar als digitale Deckleiste in Schnellheftern und Ringordnern abgeheftet werden. Die Lochabstände gibt es sowohl im Standard als auch individuell wählbar. Mit Kapazitäten von 1 GB bis 128 GB schafft dieser innovative USB-Stick eine einfache Möglichkeit, digitale Inhalte, Informationen, Videos oder Präsentationen in jedes Dokument zu integrieren. Die Idee, digitale Daten einfach abheften zu können, überzeugt ebenso wie das Produkt durch seine hohe Qualität und Flexibilität. Ab einer Abnahme von 50 Stück können die Gehäusefarbe (PMS) ohne Aufpreis ausgewählt werden. Zudem lassen sich Logos und Beschriftungen nach eigenen Wünschen platzieren.

Neues Kalender-Einkaufsformat

Bis Ende April bietet B&W Import ein neues Kalender-Einkaufsformat an. In Form einer Ausschreibung können deutschsprachige Tischkalender in drei verschiedenen Ausführungen und zu attraktiven Einkaufspreisen erworben werden. Zum einen gibt es zwei kleinere Tisch-Stehkalender Midi im Format DIN-A5 mit sechsspaltiger Stundeneinteilung oder Tageseinteilung mit nützlichen Informationen zu den Mond-Gestirnen, zum anderen einen größeren Tisch-Stehkalender Maxi im Format DIN-A4. Die Kalender werden aus FSC Recycling zertifizierten Papieren und Karton gefertigt. Der Werbeartikel-Spezialist aus Österreich setzt damit eine Idee um, die das Marktangebot für Händler attraktiver gestaltet.



PSI 44362 • B&W Werbeartikel GmbH
Tel +43 421 429381
verkauf@bw-werbeartikel.at
www.bw-werbeartikel.at



Kleines Geschenk mit großer Wirkung

Karl Knauer ist einer der führenden Hersteller von Werbeprodukten aus Karton und Papier in Deutschland. Mit Sitz im Schwarzwald entwickeln, produzieren und bedrucken wir eine große Palette an vielseitigen Produkten.

www.karlknauer.de





Sauberer Sympathiegarant

Smartphones und Tablets sind aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Kusche-
lig und sauber setzen die Schmoozies® Displayreiniger von mbw® neue Maßstäbe.
Die kleinen, handlichen Kugeltiere mit einer Mikrofaser-Unterseite sind nicht nur
praktische Reinigungsutensilien für glatte Oberflächen wie Handydisplays und
Bildschirme, sondern überzeugen auch durch ihre dezente Größe von etwa sieben
Zentimetern im Durchmesser. Die Schmoozies® stehen in einer breiten Varianten-
Fülle zur Auswahl und eignen sich perfekt für Kundentermine, als Give-aways bei
Messen oder als Mitarbeiterpräsente. Mehrfach am Tag in die Hand genommen,
transportieren sie auf unaufdringliche Weise die gewünschte Botschaft oder das
Logo, angebracht an einer kleinen Werbefahne.



PSI 42020 • MBW Vertriebsges. mbH
Tel +49 4606 9402-0 • info@mbw.sh
www.mbw.sh

Praktischer Energiespender

Das innovative Produkt Practicable von Troika vereint die Funktio-
nen eines Flaschenöffners und eines Ladekabels in einem prakti-
schen Gerät. Egal, ob es sich um ein iPhone mit Lightning-Anschluss
oder ein Gerät mit USB-C handelt, beide Anschlüsse sind mit dem
Produkt kompatibel. Durch die Datenübertragungsfunktion können
nicht nur schnell mit maximal 60 Watt Geräte aufgeladen, sondern
auch problemlos Dateien übertragen werden. Das textilmantelte
Schnellladekabel ist optisch hochwertig, strapazierfähig und langle-
big sowie zudem mit Flaschenöffner für unterwegs ausgestattet.
Practicable ist matt, schwarz ausgeführt lässt sich zusammenklappen
und an der Tasche befestigen.



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



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

Clevere Box

Für Ordnung auf dem Schreibtisch der Mitarbeiter oder Kunden sorgt der
Rominox® Schreibtisch-Organizer Butler von Römer Lifestyle. Die clevere Box
hat drei Fächer, zwei größere für Bürozubehör wie Taschenrechner, Lineal
oder Schere und ein kleineres mit Deckel, das als herausnehmbare Ablage für
Büroklammern, Münzen und Co. dient. Die Ablage hat außerdem integrierte
Löcher, um die Lieblingsstifte griffbereit zu halten. Der Bambusholz-Organizer
verfügt zudem über eine große Gravurfläche und eignet sich daher perfekt als
nachhaltiges Werbegeschenk. Römer Lifestyle ist Mitglied der RömerFamilie
und bietet ein breites Sortiment an Lifestyle-Werbeartikeln aus den Bereichen
Raum und Ambiente, Kochen und Zubereiten, Travel und Outdoor, Tee, Kaffee
und Wein und vieles mehr. Alle Artikel sind ab einem Stück erhältlich.

Handwerkliche Qualität

Der Nürnberger Schreibgerätespezialist Hauser hat sein Portfolio
um die Produktgruppe Zimmermannsbleistifte erweitert. Der
praktische Begleiter im Handwerk erleichtert das Markieren auf
Oberflächen wie Holz, Metall oder Stein. Die Vielseitigkeit zeigt
sich in der Auswahl an Härtegraden, die eine Anpassung an
verschiedene Anwendungen ermöglichen. Individualisiert durch
Prägung oder Druck wird das Arbeitsgerät zum Werbebotschafter.
Hauser liefert seine Zimmermannsstifte mit Graphitmminen der
Härte HB und in neun Standardfarben. Ab 1.000 Stück sind auch
individuelle Pantonefarben und andere Härten erhältlich. Die
Standardlänge beträgt 240 Millimeter. Erhältlich sind die beiden
Formen oval und eckig-oval. Tauchkappen können mit oder
ohne Ring realisiert werden.

PSI 47570 • Hauser GmbH
Tel +49 911 9564960
info@hauser-writing.com
www.hauser-writing.com



Anziehend und ordnungsliebend

Mit dem Squeezies® Wackel-Schrauber Bert® von mbw kehrt Ordnung auf
dem Schreibtisch ein. Eine unterhaltsame Ergänzung, die Funktionalität, Spaß
und Stressabbau auf bemerkenswerte Weise vereint und verspricht, Arbeits-
plätze in produktive und angenehme Umgebungen zu verwandeln. Der Clou
des WackelBert® liegt in seiner Fähigkeit, ohne Füße auf jedem Schreibtisch
stabil zu stehen und dennoch für Ordnung zu sorgen. Sein Kopf ist mit einem
leistungsstarken Magneten ausgestattet, an dem Gegenstände mit metallischen
Oberflächen wie Stifte oder Büroklammern haften. Seine weiche, zusammen-
knautschbare und dennoch widerstandsfähige Beschaffenheit macht ihn zudem
zum perfekten Werkzeug für Stressbewältigung. Bauch sowie Rücken des
WackelBert® können mit individuellem Branding oder Slogan veredelt werden.



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



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

Nachhaltiger Highlighter

Schneider setzt auf Nachhaltigkeit mit innovativen Materialien. Ein herausragendes Beispiel ist der Textmarker Highlighter 180, der nun komplett aus umweltfreundlichen Komponenten besteht. Das Gehäuse besteht zu 90 Prozent aus Recyclingkunststoff, der innere Speicher und die Keilspitze aus Recyclingfasern und die Tinte ist aus biobasierten Rohstoffen. Dafür wurde das Produkt mit dem renommierten Umweltlabel Blauer Engel ausgezeichnet. Ideal für Schule, Studium oder Büro, bietet er mit seinem großen Tintenvorrat eine lange Nutzungsdauer und markiert mehr als 15.000 Worte pro Füllung. Zusätzlich zu den vier Leuchtfarben ist der Highlighter 180 auch in drei Pastellfarben sowie mit einem weißen Gehäuse erhältlich.

Reservieren leicht gemacht

Das ideale Instrument für Organisatoren sind trotz aller Digitalisierung Reservierungsbücher, die sowohl in der Gastronomie und Hotellerie als auch bei vielen zeitorganisatorischen Arbeiten wie Nagelstudios, Fitnesscentern, Seminarbetreibern oder Handwerkern großen Anklang finden. In die bei pth Mediaberatung erhältlichen Produkte aus dem Spurbuchverlag kann jeder sofort Termine eintragen oder sich eine Übersicht über den Tag verschaffen, ohne ein Programm aufmachen zu müssen. Sie bieten eine extrem einfache Verwaltung aller Termine. Die hochwertigen DIN A4 Reservierungsbücher sind perfekt auf die Bedürfnisse des Anwenders zugeschnitten. Die Bücher sind einzeln erhältlich. Auf Wunsch kann ab etwa 50 Exemplaren eine individuelle Gestaltung und ein eigenes Titelbild gewählt werden.



PSI 60711 • pth mediaberatung GmbH
Tel +49 954 41561
sl@mediaberatung.de • pth@spurbuch.de
www.mediaberatung.de
www.dasreservierungsbuch.de

Mediterrane Impressionen

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 bleibt die werbliche Individualisierung beim Kunden ganz sicher 365 Tage im Jahr im Blickfeld. Mediterrane Impressionen, ein exklusiver Weingarten Kalender 2025 aus dem Sortiment, ist ein Fest der Sinne und der Farben, eine Traumreise durch den gesamten Mittelmeerraum. Mit diesem Wandkalender im Format 48 x 46 Zentimeter ist Fernweh garantiert. Ab einer Mindestabnahmemenge von 50 Stück ist die Werbeanbringung auf dem Monatsblatt, die Einzelverpackung und individueller Versand weltweit optional möglich.



PSI 44546 • Athesia Kalenderverlag GmbH
Tel +49 89 693378-251
katharina.ader@athesia-verlag.de
www.athesia-werbekalender.de

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



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.“

– Anzeige –

Unsere grüne Handschrift

Klio-Eterna

Est. 1900

Mit Metallspitze

Made in Germany

Recycelte Kunststoffe

Hergestellt mit 100% Ökostrom

PSI 41108 • Staedtler SE
Tel +49 911 9365-0
Promotional.products@staedtler.com
www.staedtler-promotional.de

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

Zeitlose Eleganz

Wer klare Formen und zeitloses Design schätzt, hat an dem Druckkugelschreiber elance 421 45 von Staedtler besonders große Freude: Das edel anmutende Schreibgerät aus Metall überzeugt mit seiner geradlinigen Formgebung sowie der angenehmen Haptik und sorgt dank der austauschbaren blauen Großraummine für ein angenehmes Schreibgefühl. Der Schreibgerätespezialist mit Hauptsitz in Nürnberg präsentiert das neue Modell des beliebten Klassikers in insgesamt drei Farben: in Schwarz matt, Weiß glänzend oder Silber.

Kompakte Übersicht

Der preiswerte Tisch-Aufstellkalender Mini 3 green+blue von Geiger-Notes ist umweltfreundlich gestaltet und kommt im schreibtischtauglichen Format. Der dreieckige Pappaufsteller besteht aus Recyclingkarton und bietet großzügige Werbeflächen auf Vorder- und Rückseite. Das 3-Monatskalendarium besteht zu 100 Prozent aus Altpapier und trägt das Umweltzeichen Blauer Engel. Das Kalendarium ist deutsch-, englisch- und französischsprachig, in Hellgrau gehalten und verfügt über einen roten Datumsschieber, der sich ideal zum Hervorheben des aktuellen Datums eignet. Der Werbeeindruck in 4C-Qualität stellt sicher, dass die individuelle Botschaft präsent und unübersehbar ist.

Wachsende Bleistiftverpackung

Eine innovative Verbindung von Umweltbewusstsein, Kreativität und hochwertiger Schreibkunst von der emotion factory ist der Bleistift im Samenpapieretui. Ein Bleistift, dessen Etui nicht nur schützt und als idealer Werbebotschafter fungiert, sondern auch in einen blühenden Garten verwandelt werden kann. In Kooperation mit dem renommierten Markenhersteller Staedtler entsteht neben dem Bleistift, gefertigt nach höchsten Qualitätsstandards in Deutschland aus zertifiziertem, naturbelassenem Holz ein wahres Produkt-Highlight: das individuell bedruckbare Stecketui aus Samenpapier. Hier trifft Werbung auf Natur und Kreativität verschmilzt mit Umweltbewusstsein. Das Samenpapier enthält eine Vielzahl von Samensorten zur Auswahl, darunter eine Blumenmischung, Mohn, Margerite, Kräutermischung, Kopfsalat, Karotte, Basilikum und Kresse. Nach dem Gebrauch kann das Etui einfach eingepflanzt werden, und schon beginnt die magische Transformation von Verpackung zu lebendiger Natur.

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

Stylisher Organizer

Gerade im digitalen Zeitalter verwenden immer mehr Menschen wieder physische Organizer: Nicht nur Influencer leben das auf Social Media vor. Gabriele Bühring stellt mit ihrem Team individuelle Ringbinder und Organizer nach Kundenwunsch her. „Wir haben über 1000 verschiedene Werkzeuge, mit denen wir so gut wie jeden Kundenwunsch erfüllen können“ verspricht die Familienunternehmerin. Ob als Kleinserie mit 50 Stück oder Großauflage mit über 1000 Stück: Das Bühring-Team kann binnen weniger Wochen Sonderanfertigungen liefern und unterstützt bei der Gestaltung mit Mustern, Standskizzen und Visualisierungen.

PSI 60649 • VisunIQ GmbH
Tel +49 202 57414320 • info@visunIQ.com
www.visunIQ.com

Analog und interaktiv

Die VisunIQ Präsentationsmappe mit NFC-Technologie verbindet analoges Schreiben und Werben mittels NFC-Technik mit der interaktiven Welt. Dank integrierter NFC-Tags entsteht eine Kombination von haptischer Werbung und digitaler Information – eine elegante, moderne Möglichkeit, Kontaktdaten, die BusinessCard, Videobotschaften, Produkt- oder Imagefilme, Webseiten oder Social Media Seiten, Verkaufsunterlagen wie Produktkataloge etc. zu transportieren. Bei dem abgebildeten Muster bekommt der Kunde sein Immobilien-Exposé in einer exklusiven Mappe mit nach Hause. Über den eingebauten NFC-Tag gelangt er direkt auf die Website des Maklers. Über den NFC-Chip wird er auf die Website geleitet. Kunden bekommen eine Rechnung in der Mappe gesendet. VisunIQ produziert alle Arten von Präsentationsmappen und -ordnern nun zusätzlich auch mit NFC-Chips. In der Gestaltung der Produkte ist der Kunde vollkommen frei.

– Anzeige –

OUR SKILLS. YOUR DESIGN.



THE PROMO BAG

Legen wir los!

Lassen Sie sich jetzt von uns beraten und holen Sie ein individuelles Angebot ein!

Mail: kontakt@thepromobag.de



PSI 46405
Siplast Siegerländer Plastik GmbH
Tel +49 2732 59220 • info@siplast.de
www.siplast.de

Vielfältige Organisationstalente

Mit Know-how aus über 60 Jahren werden bei Siplast Büroartikel auf Basis von modernen Recycling-Werkstoffen in langlebige Alltagshelfer verwandelt. Das Unternehmen aus dem Siegerland entwickelt Give-aways wie Lineale oder Organisationstalente wie Ringbücher und Register aus Recycling-PP-Folien, die sich besonders als transparente Variante für spannende Designkonzepte eignen. Klemmbretter erstrahlen in völlig neuem Glanz, wenn die Grundlage Acrylglas ist. Besonders wenn der Werkstoff aus Recyclingmaterial besteht und eindrucksvoll veredelt wird.



PSI 42706
Kalfany Süße Werbung GmbH & Co KG
Tel +49 7643 801-0 • info@ksw24.com
www.ksw24.com

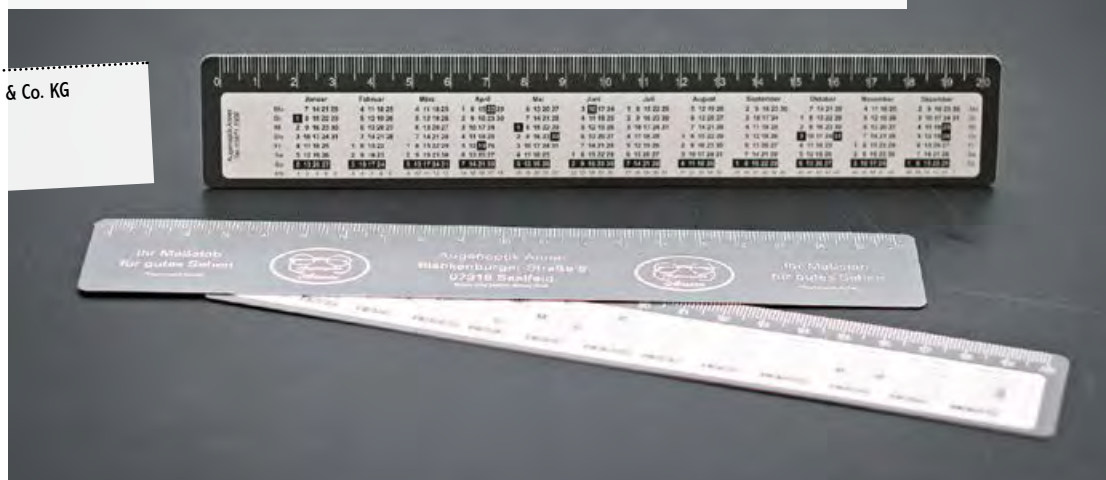
Events im Miniformat

Dieser individuelle Mini-Blister-Kalender von Kalfany Süße Werbung bietet 24 süße Werbekontakte. Denn so klein wie er ist, so attraktiv und smart ist er in jeder Hinsicht. Befüllt ist das Produkt mit Pulmoll-Pastillen in den Geschmacksrichtungen Limette-Minze, Orange-Kardamom, Beeren-Mix-Acai, zuckerfrei und zahnfreundlich sowie mit gesundem Vitamin C angereichert. Oder mit bunten Schokolinsen. Und neuerdings auch mit bunten Skittles® erhältlich: Ein knuspriger Zuckermantel umhüllt leckere Kaudragees mit bunten Fruchtgeschmacksrichtungen wie Apfel, Traube, Zitrone und Orange. Der kleine Renner im Blisterformat mit Aromaschutz macht stets allerbesten Eindruck. Außerdem besticht er durch seine Eignung für den Mailingversand sowie sein portogünstiges Format und Gewicht.

Flexibles Kalenderlineal

Ein Werbelineal mit aufgedrucktem Kalendarium auf der Rückseite hat marcolor im Angebot. Sowohl die Vorder- als auch Rückseite sind dabei individuell bedruckbar. Die Bedruckung erfolgt ein- und beidseitig, vollflächig mittels UV-Offsetdruck sowie bei kleineren Auflagen auch im UV-Digitaldruck. Gefertigt aus Polypropylen (PP) und PET, sind die Kalenderlineale robust und widerstandsfähig sowie biegsam, flexibel und leicht. Aufgrund des geringen Gewichts sind die Bürohelfer ideal geeignet als Mailingartikel. Neben Standardformen sind Sonderformen nach Kundenwunsch ebenfalls möglich. Komplett hergestellt in Deutschland. Die Mindestbestellmenge beträgt 500 Stück.

PSI 60675 • marcolor GmbH & Co. KG
Tel +49 6562 93126-0
kontakt@marcolor.de
www.marcolor.de



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



Modern und klassisch zugleich

Alles, was mitmuss, um im Raum nebenan bei einem Marathon-Meeting zu bestehen, zum Kunden zu fahren oder um spontan ins Homeoffice umzuziehen, passt in die beiden Organizer Modernclassic vom Taschenexperten Halfar®. Die beiden Filztaschen haben das Format, um Tastaturen, Thermoskannen, Telefone und viele weitere Büro-Utensilien zu transportieren. Dabei sind sie nachhaltig aus Recycel PES Filz hergestellt. Noch großzügiger dimensioniert und ist die XL Version. In diese passen auch große Computertastaturen und der Laptop. Und dank eines Deckels ist das Transportieren etwas diskreter. Sowohl das offene Modell als auch das geschlossene bieten ein ausgeklügeltes Fächersystem, abgestimmt auf das Office. Über eine Lasche lässt sich die Tasche sicher auf dem Beifahrersitz anschnallen. Als Werbetasche bieten die Organizer eine attraktive Fläche für Veredelungen, etwa per Stick.

Multifunktionales Mousepad

Tapis ist ein elegantes, multifunktionales Büro-Mousepad von Pierre Cardin aus textilem Recyclingmaterial. Das bei Multibrands Viersen erhältliche Mousepad enthält ein kabelloses 10 W-Ladegerät mit 5Vd/2A- sowie 9V/1,67 A-Eingängen und 5V/1A und 9V/1,1 A-Ausgängen, einen digitalen Notizblock und einen Stylus Stift (Magicpad), zwei Stiftschlaufen, ein Glas mit Hintergrundbeleuchtung zur Logo-Platzierung und einen zusätzlichen USB-Eingang zur Stromversorgung. Um das Mousepad zu nutzen, wird das im Lieferumfang enthaltene USB -C Kabel verwendet. Verpackt in einer Pierre Cardin Luxus-Box wird das Produkt mit einem Echtheitszertifikat versendet. Die Veredelung bietet sich auf der Durchleuchtenden Scheibe an, welche dann quasi durchleuchtet und somit immer bei Betrieb präsent ist.



PSI 47996 • Multibrands Viersen GmbH
Tel +49 2162 9184970
info@multibrands-shop.com
www.multibrands-shop.com

– Anzeige –

Mikrofaserlätcher
Made in Germany

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



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

PSI 40753 • Walter Medien GmbH
Tel +49 7135 104100 • kalender@walter.de
www.walter.de



Fantasievoll und surreal

Walter Medien präsentiert den brandneuen Jahresbegleiter KalenderIllusionen, welcher mithilfe von künstlicher Intelligenz kreiert wurde. Dieser Kalender versetzt die Zukunft der Bildgestaltung mit monatlich faszinierenden, surrealen Motiven in die Gegenwart und definiert die Grenzen zwischen Technologie und Kunst neu: Damit verschwimmen Realität und Fantasie auf verblüffende Weise miteinander. Die Verwendung von KI-generierten Tiermotiven verleiht dem Kalender eine unvergleichliche künstlerische Tiefe und Schönheit. Jedes Motiv ist ein Meisterwerk der digitalen Innovation. In diesem Kunstwerk erfährt die individuelle Firmenwerbung in jedem Fall höchste Aufmerksamkeit.



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

Leuchtende Individuen

Mit den Kugelschreibern der Lumitoys-GmbH geht dem Anwender ein Licht auf: Denn der neue Beamer Pen ist mit einer eingebauten Logo-Lampe ausgestattet, mit der das persönliche Logo vergrößert auf Wand oder Schreibtisch projiziert werden kann. Das Gehäuse des Kulis kann komplett individuell gestaltet werden, aber auch ein einfarbiges Äußeres mit Druck ist selbstverständlich möglich. Ein weiteres Highlight ist der Promo-Pen, bei dem das Logo ausgefräst und mittels LED einfarbig beleuchtet wird. Beide Kugelschreiber liegen gut in der Hand und vermitteln ein angenehmes Schreibgefühl. Für eine lange Nutzungsdauer sind Minen und Batterien austauschbar. Auf Wunsch ist die Lieferung in individuell bedruckter Einzelverpackung oder in einer Schmuckbox möglich.



PSI 41848
uma Schreibgeräte Ullmann GmbH
Tel +49 7832 797-0 • info@uma-pen.com
www.uma-pen.com

Umweltfreundliches Erfolgsmodell

Mit der neuen Generation der uma Recycelt Pet Pen Serie gehen die Erfolgsmodelle von uma in die nächste Runde und überzeugen mit neuer Haptik. Das recycelte PET-Material, das zu 100 Prozent aus PET-Flaschen besteht, bildet die Grundlage für die komplette, in Europa klimaneutral gefertigte Modellsreihe. Denn eine 0,5l PET-Flasche ergibt genau die Menge an Granulat, welches für die Herstellung eines Kugelschreibers benötigt wird. Durch die Ergänzung einer hochwertigen Softtouch-Oberfläche ist die nachhaltige Kombination nicht nur umweltfreundlich, sondern bietet Ihnen auch ein angenehmes Schreibgefühl und sorgt für besonders guten Halt. Der gummierte Schaft liegt perfekt in der Hand und bildet durch den Clip einen glänzenden Kontrast zur matten GUM-Optik. Die eingebaute uma Mine bietet müheloses Schreiben ohne zu kratzen. Die gewohnte Farbvielfalt der bisherigen Reihe wird mit insgesamt 19 Farben ergänzt.

Ökologisches Minenspiel

Reidinger setzt mit seinen Ökologisch verantwortungsvollen Bleistiften als Werbeträger nicht nur ein Statement für Nachhaltigkeit, sondern untermauert mit diesen Produkt auch seine Firmenphilosophie. Hergestellt aus FSC® zertifiziertem Holz, Made in EU und klimaneutral, spiegeln sie das Engagement für die Umwelt wider. Darüber hinaus bieten sie eine Plattform für Kreativität: Im Online-Konfigurator können die Schreibgeräte individuell gestaltet werden – gewählt werden kann aus einer beeindruckenden Palette an Farben und Ausführungen, die perfekt zu den Unternehmensfarben passen. Die hochwertig gebrandeten Bleistifte hinterlassen im Rahmen von Messen, Events oder als Dankeschön für Kunden einen bleibenden Eindruck.

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



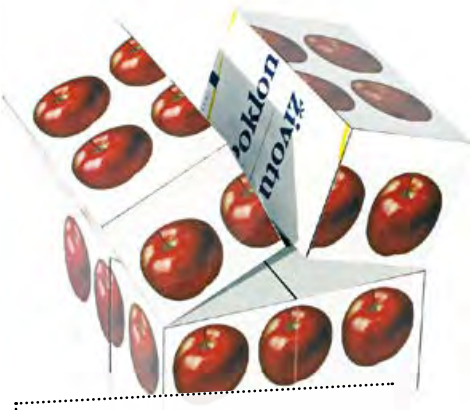
MADE
IN
GERMANY



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

Nachhaltiges Statement

Standy, Made in Germany, ist ein cleverer Begleiter für Haushalt und Büro aus dem Sortiment von tobra. Der smartere Handyhalter aus FSC® zertifiziertem Holz vereint Funktionalität und Nachhaltigkeit. Die abgefrästen Kanten sorgen nicht nur für eine moderne Optik, sondern auch für eine angenehme Haptik, die den Arbeitsalltag verschönert. Standy kommt nicht allein, denn er bringt einen praktischen Schlüsselanhänger mit, dessen Kunststoff aus umweltfreundlichem Weizenstroh hergestellt ist. Eine einseitige Gravur ist bereits im Preis inbegriffen und sorgt für stets präsent Werbung. Mit dem Standy hat der Nutzer sein Handy immer im Blick, sei es beim Kochen in der Küche, beim Arbeiten am Schreibtisch oder beim Videoanruf im Home Office. Bringen Ordnung in Ihren Alltag und erleichtern Sie sich das Leben mit diesem innovativen Handyhalter.



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

Der international renommierte Vertreter der Druckbranche Inkcups 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. Inkcups nahm außerdem an der Sonderpräsentation „Ready for the Museum“, teil.

Livedruck-Präsentationen auf der PSI 2024

Digitaldrucklösungen für die Branche



Stets gut besucht war der Stand von Inkcups Europe in Halle 10.



Zum ersten Mal zeigte Inkcups Europe auf der PSI den XJET Switch Direktdrucker für Taschen. Der XJET Switch ist laut Unternehmen die erste UV-Flachbettdruckmaschine, die für hochwertige, vollständige CMYKWW-Dekoration von wiederverwendbaren Taschen, Beuteln und Hartwaren entwickelt wurde. Diese hochmoderne Ergänzung der XJET-Produktlinie wurde als Reaktion auf die steigende Nachfrage nach nachhaltigen Taschen als Werbeträger entwickelt.

Drucktechnische Präsentationspremierer

Die Standbesucher bei Inkcups Europe in Halle 10 hatten außerdem die Gelegenheit, den kürzlich auf dem Markt eingeführten Helix® ONE Tisch-Zylinderdrucker in Akti-

on zu sehen. Als kompakte Ergänzung der gefeierten Helix®-Reihe liefert der Helix® ONE die Leistung und Qualität des klassischen Helix®-Druckers in einem platzsparenden Industriedesign mit modularen Optionen, dies auch weil Werbedruckereien wachsen und ihr Angebot anpassen. Nach dem weltweiten Debüt im Jahr 2023 konnten die PSI-Besucher diese neuere, einsteigerfreundliche Lösung neben der bekannten Digitalproduktpalette erleben.



Die Präsentationen der drucktechnischen Veredelungsmöglichkeiten stießen bei den Besuchern auf großes Interesse.



Produktive Gespräche

Inkcups nahm außerdem an der Sonderpräsentation namens „Ready for the Museum“ teil, bei der der Herstellungsprozess von Werbeartikeln wie in einer Produktionsstätte für einen Museumsshop anhand einer Reihe von Druck- und Veredelungstechnologien veranschaulicht wurde. Bobby Grauf, Hauptgeschäftsführer von Inkcups Europe: „Wir haben uns gefreut, auch bei der PSI 2024 wieder dabei zu sein. Sie ist immer eine erfolgreiche Veranstaltung für uns und es ist fantastisch, sich mit der Werbeartikelbranche auszutauschen, zu erfahren, was es Neues gibt und produktive Gespräche darüber zu führen, wie unsere Lösungen die Wirkungskraft von Werbeartikeln verstärken können.“

Über Inkcups Europe

Inkcups Europe ist ein führender Anbieter und Hersteller von digitalen Tintenstrahldruckern, Tampondruckmaschinen, Laser-Plattenbelichtern und entsprechendem Zubehör mit Direktvertrieb, technischem Support und einem Lager in Freudenberg, Deutschland. Inkcups stellt hochwertige Industriemaschinen für eine breite Vielfalt von Branchen her, darunter Bekleidungs-, Trinkwaren-, Werbe-, Elektronik-, Medizin-, Sportartikel- und Automobilmärkte. Das Lager von Inkcups Europe hält Tampondruckmaschinen, digitalen Maschinen und eine großen Auswahl an Verbrauchsmaterialien bereit.

Inkcups wurde im Jahr 2001 von Benjamin Adner gegründet. Das Unternehmen begann zunächst mit dem Verkauf des patentierten VersaCup® und des Keramikrings für Tampondrucker, wuchs aber schnell zum Anbieter von Tampondruckern. Bis 2008 erweiterte Inkcups sein Unternehmen und sein Produktangebot um digitale Geräte. Mehr Informationen unter: www.inkcups.com



Zahlreiche anschauliche Druckbeispiele

Ebenfalls auf großes Interesse am Stand von Inkcups Europe stießen auch die drucktechnischen „Flaggschiffe“, der Helix® Zylinder-Tintenstrahldrucker und der X5®-UV-Flachbettdrucker, beides ideale Modelle für europäische Druckereien, die in der Werbedruckbranche arbeiten oder Gelegenheiten in diesem wachsenden Segment erkunden. Die Maschinen am Stand demonstrierten ihre Funktionen anhand einer Reihe von Beispielobjekten: Der Helix® druckte verschiedenste Designs auf Acrylbecher, der Helix® ONE auf weiße Metallflaschen, mit dem XJET Switch Black wurden Polyester Taschen, Baumwollbeutel und transparente Konzerttaschen bedruckt und der X5-Flachbettdrucker druckte auf Flaschenöffner.

Anfang Dezember sprach sich in der Werbeartikelwirtschaft herum, was schon im November über die Bühne gegangen war: cyber-Wear, einer der größten Fullservice Anbieter in Europa, hatte mit der Hamburger Haspa BGM einen der führenden Eigenkapitalinvestoren mit an Bord genommen. Wieso und weshalb, wollten wir wissen.

Nachgefragt bei Steven Baumgaertner, Roman Weiss und Stephan Hannebauer, Investmentdirector Haspa BGM

Großes Potential für eine gemeinsame Zukunft



Gesucht und gefunden: (von links) Steven Baumgaertner, Gründer und CEO cyber-Wear Heidelberg GmbH; Maximilian Schilling, Geschäftsführer Haspa BGM GmbH; Janna Meyer, Investment Manager Haspa BGM GmbH; Stephan Hannebauer, Investment Director Haspa BGM; Roman Weiss, Gründer und CEO cyber-Wear Heidelberg GmbH.

Warum nimmt man sich einen Partner in die Firma, wenn man wie cyber-Wear selbst so gut dasteht?

STEVEN BAUMGAERTNER: Das werden sich viele Freunde und Mitbewerber in der Werbeartikelwirtschaft auch gefragt haben. Und dazu noch eine Bank in Hamburg? Machen wir es der Reihe nach: Geld für Expansion besorgen sich Unternehmen oft über die Börse, über Kredite oder über den Einstieg von Private Equity Gesellschaften. Aber Geld war nicht unser Kernanliegen. Wir wollten mehr.

Und da sucht man sich eine Sparkasse in Hamburg?

STEVEN BAUMGAERTNER: Als Hausbank, nur um das mal klar zu sagen, haben wir nach wie vor unsere Volksbank Kurpfalz eG und das wird auch so bleiben. Unser neuer Partner, die Haspa BGM, ist eine klassische Beteiligungsgesellschaft.

STEPHAN HANNEBAUER: Und wir, die Haspa BGM, sind eine Tochter der HASPA Finanzholding, welche die Alleinaktionärin der Hamburger Sparkasse AG ist – durchaus eine Besonderheit bei Sparkassen. Die Hamburger Sparkassen AG ist mit einer Bilanzsumme von über 50 Milliarden die größte Sparkasse Deutschlands. Um es klar zu sagen: Als Eigenkapitalinvestor und Partner mittelständischer Unternehmen ist die Haspa BGM schon lange deutsch-

landweit aktiv. Unsere Leistungen gehen dabei weit über die Bereitstellung von Kapital hinaus. Wir sind ein unternehmerisch denkender Partner für strategische Fragen und Strukturen. Wir verfügen durch unsere vielfältigen Beteiligungen auch für Personal-Recruiting über ein großes und gut funktionierendes Netzwerk von Spezialisten.

STEVEN BAUMGAERTNER: Neben anderen Faktoren waren dies ja die entscheidenden Kompetenzen, die eine Partnerschaft mit der BGM für uns so interessant machen. Wir hatten uns auf die Suche nach einem solchen Partner begeben und mit bestimmt zehn möglichen Unternehmen am Tisch gesessen. Bei der Haspa BGM und den Menschen, mit denen wir dort zusammenkamen, haben wir gemerkt, dass wir sehr ähnlich ticken und dass man bei der BGM große Lust hatte, mit uns neue Erfolge in einer für sie neuen Branche zu kreieren.

STEPHAN HANNEBAUER: Dazu muss man sagen, dass wir großen Wert darauflegen, dass das operative Geschäft und die unternehmerische Verantwortung in den Händen des Managements, in diesem Fall der Unternehmer und ihrer Mitarbeiter, bleiben. Wie auch die Mehrheitsanteile am Unternehmen in den Händen der beiden Gründer verbleiben. Wir werden jedoch das weitere Wachstum und den consequenten Ausbau des Unternehmens tatkräftig mit unterstützen. Das gilt für Expansion im horizontalen Geschäft, aber auch für Investitionen im vertikalen Bereich.

>>



Fakten und Zahlen zur Cyber-Wear Heidelberg GmbH

- Gegründet 1994 von Steven Baumgaertner und Roman Weiss als „Keller-Start-up“ im elterlichen Haus
- Sitz: Mannheim, ehemals Heidelberg
- Mitarbeiter in Deutschland: 87
- Auslandsvertretungen: 4 (UK, USA, China, Dubai)
- Umsatz 2023: über 48 Millionen Euro
- Geschäftsfelder: Werbeartikel und Merchandising Fullservice für global agierende Unternehmen
- www.mycybergroup.com



Zahlen und Fakten zu Haspa BGM

- Tochtergesellschaft der Haspa Finanzholding
- BGM: Seit über zwei Jahrzehnten einer der führenden Eigenkapitalinvestoren und strategischer Partner mittelständischer Unternehmen
- Hamburger Sparkasse AG, Bilanzsumme über 50 Milliarden Euro, 4.000 Mitarbeiter, größte Sparkasse Deutschlands
- www.haspa-bgm.de

>>

Sie haben sich gesucht und gefunden, so scheint's, wie im richtigen Leben?

STEPHAN HANNEBAUER: Ja, genau so kann man das sagen, denn wir suchen für Partnerschaften Geschäftsmodelle, die gut zu uns passen – vor allen Dingen, dass auch die Strukturen gut zu uns passen. Hier sind zwei Partner, die ihr Geschäft weiter ausbauen wollen. Dies wollen wir jetzt gemeinsam tun – und dies als Eigenkapitalinvestor ohne Laufzeitbeschränkung, was für andere Beteiligungsgesellschaften oft nicht gilt.

STEVEN BAUMGAERTNER: Wichtig war für uns, dass wir eine gemeinsame Vision haben, wohin wir das Unternehmen entwickeln können. Die Strategie für diesen Weg arbeiten wir derzeit gemeinsam aus. Und wir sind froh, dass dies mit der BGM durch ihre Struktur nicht unter Zeitdruck geschehen muss.

Wo soll denn konkret die Reise hingehen?

ROMAN WEISS: Es ist ja kein Geheimnis, dass wir im vergangenen Jahr über 48 Millionen Umsatz generiert haben. Öffentlich einsehbar ist auch, dass wir dabei gutes Geld verdient haben. Für die kommenden Jahre haben wir uns das gemeinsame Ziel von 100 Millionen Umsatz gesetzt. Ob das in drei, sechs oder acht Jahren erreichbar ist, das hängt von vielen Faktoren ab. Mehr Umsatz kann man durch Neugeschäft, durch Aufkäufe und neue Geschäftsfelder generieren. An diesen Plänen arbeiten wir gemeinsam.

STEPHAN HANNEBAUER: Unsere Rolle dabei ist einerseits natürlich die Rolle eines finanzstarken Partners, andererseits aber auch die eines Sparringspartners, der einen bestimmten Außenblick mit in die Entscheidungen bringt. Dies bei einem Unternehmen, das sich aus sich selbst heraus toll entwickelt hat und sich gerade wandelt, weil Wachstum auch intern Bewegung auslösen muss. Wir wollen unser Know-how, was strategische Weiterentwicklung und den Aufbau von personellen Strukturen anbelangt, einbringen. Darin haben wir durch vielfältige Beteiligungen unsere Kompetenzen erworben und gefestigt.

ROMAN WEISS: Und genau das brauchen wir, um auf das Bild von „gesucht und gefunden“ zurückzukommen. Wir haben sicher ein sehr gutes und stabiles Unternehmen aufgebaut, haben uns personell, technisch und digital bestens aufgestellt. Wir sind aber durchaus in der Lage, auch zu erkennen, wo wir noch besser werden können und müssen. Das hat uns immer ausgezeichnet und auch deshalb konnten wir uns so stark vom Wettbewerb differenzieren. Aber heute passen unsere internen Strukturen zu einem Umsatz von 50 Millionen, vielleicht auch nur für 30 oder 40 Millionen – vieles fangen wir durch mehr Eigen- und Mitarbeiterleistung auf –, aber die Strukturen passen wirklich nicht zu einem Player mit einem Umsatz von 100 und mehr Millionen.

Woran fehlt es denn? Darf man das wissen?

ROMAN WEISS: Na klar, das ist ein weites Feld: Es geht von Finanzen und Controlling, über den Aufbau von Führungsebenen, übers Recruiting bis hin zu den täglichen Abläufen im Unternehmen. Ein Beispiel an dieser Stelle: Wir hätten jüngst durch einen potentiellen Neukunden ein hohes achtstelliges Volumen generieren können und wären damit schon nah an unserem erwähnten Umsatzziel gewesen. Wir konnten dieses Engagement aber nicht eingehen – nicht einmal in Erwägung ziehen – weil wir es mit unseren Strukturen nicht hätten bewältigen können. Was man nicht bewältigen kann, kann man auch nicht verantworten. Solche Erkenntnisse haben uns ja bewogen, vor allem einen starken strategischen Partner zu suchen. Man muss wissen, was man kann und was man nicht kann. Wir werden jetzt unser Fundament stärken, um die nächsten Schritte gehen zu können.

STEPHAN HANNEBAUER: Wobei ich ja sagen darf, dass da schon ein starkes Fundament ist. Wir sehen in den Räumlichkeiten, in Technik, in Lagerlogistik, vertriebslichen Strukturen und in den Personen der Gründer ein großes Potential für Wachstum – und wir sind spezialisiert auf Unternehmen, die sich nach vorne bewegen wollen – auf Wachstumsfälle also.

ROMAN WEISS: Dabei sind wir sind uns auch einig, dass wir von gesundem Wachstum reden – wobei wir das immer durchaus sportlich angegangen sind. Jetzt wird uns eine gemeinsame Reise zum gemeinsamen Ziel führen – demnächst haben wir unser erstes Struktur-Meeting. Wir sind also erst am Anfang eines guten, hoffnungsvollen Weges in die Zukunft. Zu erfolgreichem Selbst- und oft Andersmachen gesellt sich jetzt erfahrende Expertise mit Außen-sicht – dann machen wir aus 1+1 ganz einfach mal 3.

STEVEN BAUMGAERTNER: Das brauchen wir auch, denn wir sehen ja, dass in der Industrie, also in unserem klassischen Full-Service-Geschäft, vermehrt Konsolidierung stattfindet und dass dadurch die Volumina deutlich größer werden. Mit unserer Marktposition, mit der BGM-Partnerschaft und mit ausgebauten Strukturen haben wir dann die Chance auf diese Unternehmen zuzugehen, die uns als wertvolle Partner schätzen lernen und langfristig bei uns bleiben – was immer unser Ziel ist. Auch in diesem Punkt haben BGM und wir uns gesucht und gefunden.

Dann wünschen wir viel Glück auf dem gemeinsamen Weg und danken für das Gespräch.

Das Interview führten Manfred Schlösser und Simon Dietzen.

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	43410	Mister Bags GmbH	004+005
45452	CD-LUX GmbH	037	42332	Pagani Pens SA - Prodir	001
43144	FARE - Guenther Fassbender GmbH	041	46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	071
42819	Gustav Daiber GmbH	007		PSI 2025	U3/IBC
42706	Kalfany Süße Werbung GmbH & Co. KG	Titel/Cover		PSI Danke	079
41794	Karl Knauer KG	053		PSI Jubilare 2023	028-031
47464	Karlowsky Fashion GmbH	009		PSI Media Guide	077
40823	Klio-Eterna Schreibgeräte GmbH & Co KG	057		RX Video Packages	074+075
47814	Lupenmaxx GmbH	061	45567	SND PorzellanManufaktur GmbH	033
60700	MAGMA Heintex Erich Hargesheimer e.K.	059	41848	uma Schreibgeräte Ullmann GmbH	U2a/IFCa, U2b/IFCb



Persönlicher Schutz im Vordergrund

Ein Arbeitshandschuh mit Nitrilschaum Schicht ist das neue Spitzenmodell im Sortiment von Promokick. Das **hochelastische Mischgewebe** aus Polyamid mit einem Spantex Anteil verleiht diesem Handschuh einen wirklichen Trage-Komfort. Sehr gut für eine lange Tragedauer geeignet da er auf Grund des neuartigen, geruchsneutralen Nitrilschaums eine gute Passform besitzt und dazu auch atmungsaktiv ist. Die perfekte Griffigkeit ist auch bei feinen Montagearbeiten hilfreich.

PSI 48898 • b & a Vertriebs GmbH
Tel +49 7062 978910 • gauger@promokick.de
www.promokick.de

Farbenfroh, nachhaltig, langlebig

Modische und bequeme, aber auch nachhaltige und hygienische Berufsbekleidung für medizinische und pflegende Berufe ist schwer zu finden. Karlowsky Fashion, bekannt für innovative Berufsbekleidung am Puls der Zeit, hat die Zeichen erkannt. Mit der „Essential-Line“ aus der aktuellen Health & Beauty-Kollektion gelingt ihnen der Spagat zwischen Funktionalität, Stil und nachhaltigem Anspruch. Mit **11 coolen Farben**, von klassischem Weiß und Königsblau bis zu modernem Aubergine, Fuchsia oder Smaragdgrün, sowie cleveren Details, coolen Schnitten und maximaler Waschbarkeit bei 95 °C hat Karlowsky eine Kollektion entwickelt, die ihresgleichen sucht. Eingesetzt werden die Kasacks, das Bandana und die Schlupfhose in Arztpraxen, Krankenhäusern, Pflegeheimen und physiotherapeutischen Einrichtungen, aber auch in der Kosmetik, im Wellnessbereich und in der Reinigung. Alle „Essential“-Produkte bestehen aus einer einheitlichen Materialzusammensetzung und können beliebig miteinander kombiniert werden (Mix & Match). Das verwendete Polyester im Baumwoll-/Polyestergemisch besteht zu 100 % aus recyceltem Kunststoff. Die Produkte sind sowohl mit dem staatlichen Siegel Grüner Knopf als auch mit dem internationalen Produktsiegel GRS (Global Recycled Standard) ausgezeichnet. Dank des hochwertigen und langlebigen Materials eignen sich alle Artikel der Kollektion auch hervorragend für Veredelungen jeder Art.

PSI 47464 • Karlowsky Fashion GmbH
Tel +49 39204 - 91280 • info@karlowsky.de
www.karlowsky.de



Verlässlicher Pannenhelfer

Unter der Marke RE98® - Classics & Ideas präsentiert REFLECTS® ein funktionsstarkes Fahrrad-Tool mit Namen RE98-Smallpair. Das Biketool aus Edelstahl hat verschiedenste Werkzeuge und passt aufgrund seiner kompakten Größe gut in jede Tasche oder jeden Rucksack. Ein **kleiner Helfer für alle Radfahrer**, der die Selbstreparatur enorm erleichtert. Der Sechskantschlüssel mit diversen Aufsätzen erleichtert das Einstellen von Lenker, Sattel, Bremsen, Schaltung und Pedale. Mit einem speziellen Werkzeug lassen sich die Speichen am Fahrrad nachziehen oder austauschen. Das Werkzeug begleitet zusätzlich auch durch alltägliche Eventualitäten mit einem praktischen Flaschenöffner, einem Lineal und einem Winkelmesser. Es kann mit Lasergravur und Tampondruck veredelt werden.

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

60 mal frischer Atem

Diese **coolen Begleiter für jedes Meeting** oder das Treffen im privaten Kreis haben es in sich: Durch die einzigartige und praktische Verpackung der CoolCaps von Papermints wandert pro Drehung des Verschlusses ein frisches Mintkugelnchen in die Kappe. So hygienisch kann Erfrischung sein. In der speziellen Rabattverpackung befinden sich 60 CoolCaps in einem Tube.

PSI 60225 • Papermints S.A.
Tel +32 2 3520701 • info@papermints.be
www.papermints.eu



– Anzeige –



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

Ultraleichter Regenschutz

Ein Taschenschirm in kompakter Größe und ultraleichter Ausführung: Das ist der Mini-Taschenschirm FiligRain Only95 aus dem Hause FARE, der sich als Reisebegleiter empfiehlt. Eine normale Tafel Schokolade bringt 100 Gramm auf die Waage, der **Mini-Taschenschirm** ist mit seinen 95 Gramm sogar noch leichter. Mit seiner kompakten Größe ist er mindestens genauso kompakt. So kommt man selbst bei und strahlendem Sonnenschein in Versuchung, den Schirm in Ihre Tasche zu packen. Schließlich ist er auch als Schattenspender gut zu gebrauchen. Trotz seiner Maße lässt dieses Modell die von FARE gewohnte Qualität nicht vermissen. Das macht den Schirm bei jeder Wetterlage und an jedem Ort zum perfekten Begleiter.

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



Mikrofasertücher für alle Fälle

Die vielseitigen Mikrofasertücher von Römer Wellness sind seit Jahren bekannt. Der Spezialist für pflegende Werbung hat nun sein Sortiment um **drei weitere praktische Mikrofaser-Artikel** erweitert. Das Pflgetuch Supersoft eignet sich für die Reinigung von Glas, Spiegeln, Edelstahl und Chrom. Das Premium Pflgetuch Multiclean ermöglicht durch lange, saugfähige Fasern auf der einen und sanften Mikrofasern auf der anderen Seite eine mühelose Aufnahme von Schmutz, Staub und Feuchtigkeit. Das Mousepad 4 in 1 dient mit Anti-Rutsch Noppen auf der Unterseite als Mousepad und kann als Reinigungstuch, Brillenputzputz oder als Displayschutz dienen. Die Vorderseiten können jeweils komplett im 4c Druck als Werbefläche veredelt werden.

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



Unterwegs auf alles vorbereitet

Das Rucksack Tool von Troika erweist sich als **vielseitiger Begleiter für alle Abenteuer**. Egal, ob ein Tag am Berg verbracht werden soll oder man an einem DIY-Projekt arbeitet: Die 15 Funktionen des Tools sind dabei. Dank des Karabiners ideal auch zum Anhängen an die Gürtelschlaufe oder den Rucksack. Das Multitool besteht aus Edelstahl und Aluminium. Es bringt unter anderem folgende Funktionen mit: Spitzzange, Zange, Seitenschneider, Messer, Säge, Schlitzschraubendreher, Dosenöffner, Feile, Karabiner, Flaschenöffner, und Schraubenschlüssel. Geliefert wird es in einer Nylontasche.

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

Leicht und leistungsstark

Der Kölner Werbeartikel-Multispezialist REFLECTS® präsentiert unter der Marke REEVES® – Smart Electronics eine weitere **konfigurierbare LED-Taschenlampe**: REEVES-myFlash 300. Das neue Eigendesign ist eine kleinere und leichtere Variante der beliebten REEVES-myFlash 700. Gefertigt aus recyceltem Aluminium, ist die Lampe mit verschiedenen Griffmanschetten kombinierbar. Mit einer Leuchtstärke von 300 Lumen und fünf Lichtmodi ist die LED-Lampe eine praktische Begleitung im Alltag, bei Outdoor-Aktivitäten, auf der Arbeit oder auf Reisen. Die IPX4-spritzwassergeschützte Taschenlampe ist über einen verborgenen USB-C-Anschluss wiederaufladbar.

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



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





Merchandise World | Kontinuierliches Wachstum

Am 24. und 25. Januar 2024 ging die gemeinsam von BPMA und Sourcing City veranstaltete Merchandise World im englischen Coventry in ihre nächste Runde. Nach Angaben der Veranstalter war es das von Ausstellern und Händlern mit Spannung erwartete Branchenhilghlight des Jahres im Vereinigten Königreich. Gut 1.500 Besucher aus rund 600 Händlerunternehmen, vorwiegend aus UK und Irland, aber auch aus der EU und den USA, waren dem Ruf der Merchandise World gefolgt. Das entspricht einem Plus von sieben Prozent gegenüber dem Vorjahresevent im Januar 2023. Und: Es kamen lediglich 134 Besucher weniger als im vorpandemischen Rekordjahr, Februar 2020. Allerdings, darauf verweisen die Veranstalter, habe sich die Mitarbeiterzahl in Händlerunternehmen seit der Pandemie auch verringert.



Auch PSI war im Rahmen von „PSI on Tour“ vor Ort in Coventry präsent und eröffnete damit einen ganzen Reigen an Terminen, die in diesem Jahr geplant sind.

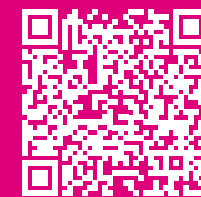
Aussteller setzen auf Nachhaltigkeit

Auch auf Ausstellerseite konnte ein Plus von sieben Prozent gegenüber Januar 2023 verzeichnet werden. Insgesamt fanden 173 Lieferanten den Weg nach Coventry, darunter 40 neue Aussteller. Jedes fünfte ausstellende Unternehmen kam aus dem Ausland. Dabei fiel auf, dass so manche Produkte oder Dienstleistungen für Unternehmen aus UK nicht ohne Weiteres erhältlich sind. Andere wiederum boten Services an, die direkt innerhalb der EU geordert und geliefert werden können. Auffällig war auch, dass viele Aussteller ihren Fokus – gerade bei den neu präsentierten Produkten – auf Umweltfreundlichkeit gerichtet haben. Der Weg hin zu mehr Nachhaltigkeit zeigte sich auch auf der Sonderfläche „ECO World“. Hier konnten Besucher die Topartikel unter den nachhaltigen Produkten in Augenschein nehmen.

Durchweg positives Fazit

In ihrem Fazit betonten die Veranstalter die durchweg positive Stimmung und die Freude unter den Messteilnehmern, neben bekannten auch neue Gesichter in Coventry zu sehen. Ella Long vom Organisationsteam fasste es so zusammen: „Die Aussteller waren sowohl mit der Quantität als auch der Qualität der Besucher mehr als zufrieden, was außergewöhnlich war. Und wir als Veranstalter sind glücklich, dass wir in rundum fröhliche Gesichter blicken durften. Nun gehen wir in die Planung der nächsten Runde. Natürlich hoffen wir, alle wiederzusehen und selbstverständlich sind uns weitere neue Teilnehmer jederzeit willkommen.“ Die nächste Merchandise World findet am 11. September 2024 in Milton Keynes statt. <

www.merchandiseworld.co.uk



SCAN ME
FOR DOWNLOAD



PSI

MEDIA GUIDE 2024

RX In the business of building businesses



Erneut ein guter Schritt

Seit der Eröffnung der PSI konnten Marcus Sperber und Steven Baumgaertner als Unternehmer der Branche in der Diskussionsrunde mit Markus Herbrand (MdB/FDP) sehr deutlich machen, wo die Branche der Schuh drückt. Beim anschließenden Messerundgang unterstrichen weitere namhafte Unternehmen dies noch einmal. Am frühen Nachmittag hatte das PSI dann nochmals zu einer Diskussionsrunde im kleineren Kreis mit Markus Herbrand eingeladen. Mit dabei auch Manfred Todtenhausen (MdB/FDP), der bereits zum zweiten Mal die PSI besuchte und sich zuvor schon bei FARE und Volker Griesel über die Branche und den Stand der Diskussionen informiert hatte.

Im Zentrum der Diskussionen stand die Thematik, dass die Werbeartikelwirtschaft seit Jahrzehnten versucht, den Werbeartikel als hochwertiges Werbe-Tool zu positionieren und ihm den „Makel“ der steuerlichen Einordnung als Geschenk zu nehmen. Ein Schreiben des Bundesfinanzministeriums (BMF) vom August vergangenen Jahres hatte zwar klar gesagt, dass der Werbeartikel als Instrument der Werbung zu sehen ist, ließ aber in einigen Punkten Trennungsschärfe vermissen. Deshalb gingen die Meinungen innerhalb der Branche weit auseinander. Besonders der Gesamtverband GWW sah das Schreiben in keiner Weise als hilfreich an. Beratende Fachleute in Berlin sahen das wiederum anders. Auf jeden Fall herrschte Uneinigkeit in der Bewertung.

In den Gesprächen, aber auch in einem Positionsschreiben von mir an die Abgeordneten im Nachgang zur PSI wurde um Klarstellung gebeten. Markus Herbrand (Steuerberater und Obmann der FDP im Finanzausschuss) und Manfred Todtenhausen (selbstständiger Elektromeister, Mitglied im Ausschuss für Wirtschaft) hatten zugesagt, sich darum zu bemühen und sich dafür einzusetzen.

Ihr Versprechen haben sie gehalten: In einem Schreiben teilten sie mir und den Unternehmern der Branche jetzt mit, dass sie in einem gemeinsamen Schreiben an das Finanzamt mit der Bitte herangetreten seien, die Möglichkeit einer schärferen Trennung zwischen Geschenken und Werbeartikeln auszuloten. Ja, das ist noch kein Erfolg, aber ein erneuter Schritt in die richtige Richtung. Bleibt zu hoffen, dass sich das Finanzamt auch bei denjenigen in Reihen der Abgeordneten informiert, die sachlich und fachlich von den Dingen Ahnung haben. Erst aber einmal vielen Dank an die beiden Abgeordneten Markus Herbrand und Manfred Todtenhausen, die sich nicht nur auf der PSI so viel Zeit für uns und unsere Anliegen genommen haben.

Ihre



Petra Lassahn
Director PSI

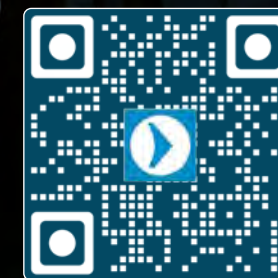


Messegelände Düsseldorf

9-11
JAN
24

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

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



Grün, ökologisch, nachhaltig

In einer Ära, in der Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit zentrale Anliegen sind, gewinnen grüne, ökologische und nachhaltige Produkte als Werbeartikel zunehmend an Bedeutung. Unternehmen erkennen die Notwendigkeit, ihre Markenbotschaften nicht nur effektiv zu kommunizieren, sondern auch im Einklang mit umweltfreundlichen Prinzipien zu gestalten. Dieser Paradigmenwechsel reflektiert eine wachsende Konsumentennachfrage nach Produkten, die nicht nur innovativ und funktional sind, sondern auch einen minimalen ökologischen Fußabdruck hinterlassen. Die von uns vorgestellte Produktauswahl unterstreicht die Bedeutung nachhaltiger Werbeartikel in einem sich wandelnden Marktumfeld und ihre positiven Auswirkungen auf das Image damit werbender Unternehmen. In unserer zweiten Produkterubrik präsentieren wir Neuheiten und Klassiker aus dem Themenfeld „Taschen, Reisegepäck und Lederwaren“.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Mai-Ausgabe 2024 des PSI Journals, die sich den Themenkreisen „Fashion, Workwear, Caps und Accessoires“ sowie „Express- und Last-Minute-Produkte, Streuartikel“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens 18. März 2023 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Jour-

Promotionstextilien on tour



Im Januar und Februar tourte die Cotton Classics Roadshow bereits zum 15. Mal vier Wochen durch internationale Gefilde. An 18 Locations in 7 Ländern brachten die Vertreter von 35 Marken der Fachhändlerschaft aus Werbemittelhandel, Textildruck, Stickerei, Arbeitsbekleidung, Merchandising und Onlinehandel Neuheiten aus dem Bereich veredelbare Textilien nahe. Wir berichten.

Internationale Entwicklung der Branche

Auch die vergangene PSI hat wieder bewiesen: Die Werbeartikelwirtschaft bewegt sich auf internationalem Terrain. Haptische Werbung kennt keine Grenzen. In vielerlei Hinsicht. Das belegen auch zahlreiche Verbandsstudien aus unterschiedlichen Ländern und geografischen Regionen. Wir haben einige angeschaut und stellen Ergebnisse vor.



Impressum



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 Belgium 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

7–9
JAN
25

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

Messegelände Düsseldorf

SAVE
THE
DATE

Das Treffen
der Branche.

Save the
date.

Die europäische Leitmesse
der Werbeartikelwirtschaft

PSI Built by
RX
In the business of
building businesses

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