Düsseldorf · G-30212

PSI Journal
Internationales Magazin
für Werbeartikel

Oktober 2024
63. Jahrgang

PSI JOURNAL

Nur einmal blättern bis zur PSI 2025 Ausstellerliste!

Anzeige

PSI

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

7 – 9 JAN 2025

VORLÄUFIGES AUSSTELLERVERZEICHNIS DER PSI 2025

Mit großer Freude präsentieren wir Ihnen das vorläufige Ausstellerverzeichnis der PSI 2025! Es ist uns eine Ehre, bereits jetzt eine beeindruckende Auswahl an Ausstellern ankündigen zu dürfen, die die PSI zu einem Highlight des Jahresauftakts 2025 machen wird.

Wir heißen die unter dem QR-Code folgenden Unternehmen herzlich willkommen:

Tipp:

Speichern Sie den Link direkt nach dem Scannen des QR-Codes unter Ihren Browser-Favoriten/Lesezeichen ab, um jederzeit den aktuellen Stand der Ausstellerliste im Blick zu behalten!

scan me

Built by RX
In the business of building businesses

Die europäische Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising

Messegelände Düsseldorf

Düsseldorf · G-30212

PSI Journal
Internationales Magazin für Werbeartikel

Oktober 2024
63. Jahrgang

PSI JOURNAL

Nur einmal blättern bis zur PSI 2025 Ausstellerliste!

Siegel, Label, Zertifikate

Kompetenz zeigen – Mehrwert schaffen

Jenny Mangold
Kalfany Süße Werbung
Inspirieren, motivieren, aufeinander eingehen

Product Guide
Camping, Outdoor, Werkzeug, Schirme, Messer
Mitarbeiter-Incentives, Onboarding-Geschenke

The Supplierdays
Mehr Qualität und internationale Ausrichtung

PSI

Das Who und
How der Branche
Mein PSI. Live.

7 – 9 JAN 2025

PSI
NIGHT
SAVE THE DATE

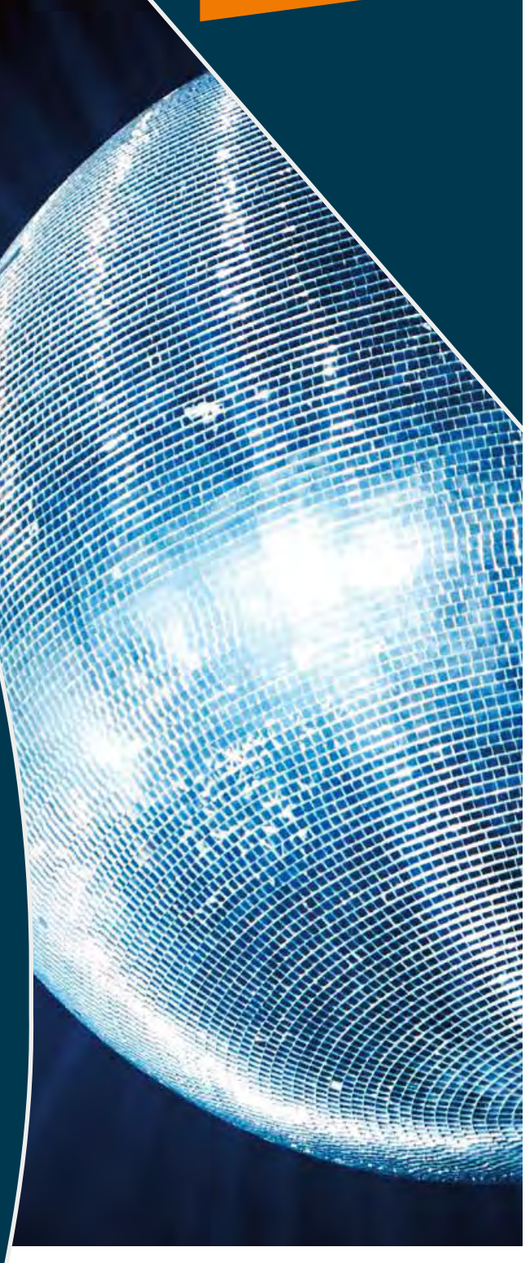
7 JAN 2025

SICHERE DIR
JETZT EIN TICKET!

SCAN ME

Built by
RX
In the business of
building businesses

LOCATION
event residenz
we create good moments
Eventresidenz Düsseldorf
Bahnstraße 13-15
40212 Düsseldorf



Editorial

Freigrenzen ausschöpfen

Als im März dieses Jahres das Wachstumschancengesetz den Bundestag passierte, reagierte die Wirtschaft eher enttäuscht auf das rund drei Milliarden schwere Entlastungspaket. Doch unserer kleinen, kämpferischen Branche bescherte es eine gute Nachricht, die sie kaum noch für möglich gehalten hätte: Die Freigrenze für Geschenke (wie Werbeartikel im Politjargon immer noch heißen) wurde von 35 auf 50 Euro angehoben. Endlich ein erster Schritt in Richtung Anerkennung eines hochwirksamen Werbetools und einer umtriebigen Branche, die in ihren besten Zeiten immerhin Umsätze in der Größenordnung des Entlastungspakets erwirtschaftet hat. Und die nun wieder hoffen kann, dass sich auch in Sachen Aufzeichnungspflicht etwas bewegt. Ist das Thema damit vom politischen Tisch? Vorerst zumindest, doch jetzt gilt es vor allem, den gewonnenen Freiraum gewinnbringend zu nutzen. Er bietet die Chance, mehr Vielfalt und Qualität ins Spiel zu bringen, was nicht nur dem Business, sondern auch dem Image des Werbeartikels guttut.

Im Ringen um Freigrenzen und steuerliche Gleichstellung gerät leicht aus dem Blick, dass nicht nur klassische Werbeartikel, sondern auch Incentives, Onboarding-Präsente, Sachzuwendungen für Arbeitnehmer und Aufmerksamkeiten zu besonderen Anlässen echte Umsatzbringer sein können. Bis zu 50 Euro Sachbezüge im Monat können Arbeitgeber ihren Mitarbeitern als steuerfreies Gehaltsextra zukommen lassen – als Dankeschön, als Wertschätzung oder zur Motivation, ganz ohne offiziellen Anlass. Gutscheine und Geldkarten, die ausschließlich zum Bezug eines begrenzten Sortiments oder zu Dienstleistungen berechtigen, werden immer beliebter. Auch Prämien und hochwertige Produkte können zum Einsatz kommen, zumal aufgrund des hier geltenden steuerlichen Zuflussprinzips auch Ansparen möglich ist. Wer dabei kreativ seine Optionen auslotet, kann ein gutes Geschäft machen.

Eine weitere Freigrenze sollte die Branche im Auge haben: Aufmerksamkeiten des Arbeitgebers zu besonderen Anlässen – etwa Jubiläum, Hochzeit, Geburtstag usw. – gelten bis 60 Euro als steuerfreie Sachbezüge. Sie dürfen sogar mehrmals im Jahr und zusätzlich zu den oben genannten monatlichen Sachzuwendungen gewährt werden, jedoch nur in Form von Produkten oder Gutscheinen, keinesfalls als Bargeld. Präsentsets für Genießer und Hobbyköche, Taschen, Koffer, Lederwaren, Elektronisches und Ausgefallenes – auch hier tun sich unzählige Möglichkeiten auf, wie Sie ab Seite 46 in dieser Ausgabe sehen können. Allerdings sind pfiffige Ideen, Präzision und eine gut gepflegte Datenbasis ein Muss, um Anlässe, Vorlieben und Termine so zu verwalten, dass alle Seiten profitieren. Werbeartikel-Profis können den Weg zur „Aufmerksamkeit" ebnen, die wirklich Freude macht und motiviert.

In diesem Sinne

Ursula Geppert

Ursula Geppert | Leitende Redakteurin PSI Journal
Ihre Meinung dazu: geppert@edit-line.de

– Anzeige –

Looks timeless.
Feels classic.
Is totally new.

New
QS50 Stone.

Prodir is a brand of Pagani Pens SA.

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

Bringen Sie Licht in einzigartige Momente!

NEU!

BIC® EZ REACH™ FEUERZEUG

Besondere Momente beginnen, wenn Sie die Flamme eines BIC® EZ Reach™-Feuerzeugs entzünden.

TRENDS & BRANDS 6

MARKTFORSCHUNG 10

PSI 2025
Top Services als Messe-Plus 12

FOKUS
Siegel, Label, Zertifikate: Kompetenz zeigen, Mehrwert schaffen 14

PRODUCT GUIDE
Camping, Outdoor, Werkzeug, Schirme, Messer 20

BRANCHE
Unternehmen, Ereignisse, Märkte 36
The Supplierdays: Mehr Qualität und internationale Ausrichtung 42
Werbeartikelmesse NRW: Produktpower hoch Drei 44

PRODUCT GUIDE
Mitarbeiter-Incentives, Onboardinggeschenke 46

UNTERNEHMEN
Tie Solution: Modeaccessoires nach Maß 60
Kalfany Süße Werbung: Jenny Mangold im Gespräch 62
Generationswechsel und Nachwuchsförderung bei Troika: Linus Böll im Gespräch 64

PRODUCT GUIDE
Innovative Produkte 68

MYPSI
PSI Product Finder mit neuen Funktionen 74

MEINUNG 78

VORSCHAU – IMPRESSUM 80

MISTER BAGS®

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.

Erfahren Sie mehr über den Herstellungsprozess.

OEKO TEX® STANDARD 100
16.HIN.95321
Hohenstein HTTI
www.oeko-tex.com

PSI 2025: Top Services als Messe-Plus 12

Der Herbst kommt, die PSI füllt sich: 473 Aussteller haben sich schon für Europas Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising registriert und werden vom 7. bis 9. Januar 2025 wieder die ganze Welt der haptischen Werbung live erleben. Sourcing und Networking auf internationaler Ebene und jede Menge Innovationen machen die PSI zu einem einzigartigen Event. Seien Sie in Düsseldorf dabei!

Siegel, Label und Zertifikate für Kompetenz und Mehrwert 14

Viele Werbeartikel-Unternehmen investieren viel auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft. Der Aufwand lohnt sich, vor allem wenn man gezielt vorgeht und seine Leistungen glaubwürdig dokumentiert. Aussagekräftige Siegel, Label und Zertifikate sind bedeutende Meilensteine im Prozess der nachhaltigen Transformation. Ein Guide durch den Label-Dschungel.

Modische Accessoires nach Maß 60

Die Tie Solution GmbH hat eine bemerkenswerte Geschichte, die von der Vision ihres Gründers, Antonio G. Sanchez, im Jahr 1989 in Wetzlar bis zur heutigen Anerkennung als einer der führenden Hersteller hochwertiger, maßgeschneiderter Accessoires wie Schals, Halstücher oder Krawatten reicht. Wir stellen den Produzenten ausführlich vor.

So maximieren PSI Mitglieder ihre Geschäftschanche 74

Um den PSI Product Finder immer auf dem neuesten Stand zu halten, wird er kontinuierlich weiterentwickelt. Das Ziel: PSI Mitgliedern jederzeit größtmöglichen Nutzen zu bieten. Wie diese damit ihre Geschäftschancen maximieren können, erläutert PSI E-Business-Managerin Martina Lipp anhand konkreter neuer Funktionen, die der Aktualität der Einträge zugute kommen.

Trends & Brands einmal etwas anders

In dieser Ausgabe des PSI Journals richten wir auf Seite 6 den Blick ganz speziell auf den Aspekt „Trends“. Auf Seite 8 wenden wir uns entsprechend explizit den „Brands“ zu.

Trends: Treiber für nachhaltigen Konsum

An dieser Stelle gehen wir der Frage nach, welche übergeordneten gesellschaftlichen Trends gibt es und was kann die Werbeartikelbranche daraus mitnehmen. Die drei im Folgenden skizzierten Trends hat das Zukunftsinstitut (www.zukunftsinstitut.de) als Subtrends des Megatrends Neo-Ökologie definiert und unter die Überschrift „3 Trends als Treiber für nachhaltigen Konsum“ gestellt.

Trend 1
„Beyond Plastic: Umweltfreundliche Alternativen zu Kunststoff“

Zunehmender Verpackungsmüll zwingt zur Abkehr von Plastik. So ist Einwegplastik in der EU seit Juli 2021 verboten. Firmen forschen nach Materialien, die die Möglichkeiten von Kunststoffen besitzen, jedoch nachhaltig und recyclebar hergestellt werden können. Das Zukunftsinstitut nennt etwa das estländische Unternehmen Woola, das die Reste von Schafswolle nutzt, um eine widerstandsfähige, umweltfreundliche Alternative zur klassischen Luftpolsterfolie herzustellen.

Trend 2
„Minimalismus: Verzicht als neuer Luxus“

Recycling und Upcycling sind wichtige Säulen eines nachhaltigen Konsums. Postmoderner Minimalismus steht für den bewussten Verzicht. Die neu entdeckte Freude an den kleinen Dingen im Leben hat sich in einem neo-ökologischen Mindset festgesetzt.

Trend 3
„Zero Waste: Kampf gegen die Müllflut“

Es bedarf neuer Ideen, um Abfall, der durch Konsum entsteht, durch Wiederverwendung von Produkten, Recycling von Rohstoffen und bewussten Konsum auf Null zu reduzieren. Ein Beispiel des Zukunftsinstituts für eine innovative Form des Abfallmanagements sind Abfallbanken (‚Waste Banks‘) wie etwa in Thailand und Indonesien. Hier bringen Einwohner ihren Abfall in Sammelstellen und erhalten den Wert des Abfalls nach Gewicht ausbezahlt. Zudem können sie Geld von der Abfallbank leihen und ihre Schulden später in Form von Abfall zurückzahlen. Die Abfallbank verkauft den Abfall an lokale Upcycling- und Recyclingstellen.

BRANDS: Wie sie den Unterschied machen

Was zeichnet eine Marke aus? Aus welchen Komponenten setzt sie sich zusammen? Welche Ziele sollte eine Marke verfolgen? Wir haben einige Ideen und (Kern-)Aussagen von Markenexperten zusammengetragen, die auch in der Werbeartikelwirtschaft Anwendung finden können.

Auf Kurs bleiben

„Marken sind nur so stark wie die ihr zugrundeliegenden Leistungen“, sagt Prof. Dr. Karsten Kilian, einer der führenden Markenstrategen Europas, im Gespräch mit dem PROMAGAZIN. Es gilt daher, eine Marke auf KURS zu halten. Damit meint er ***k***onkrete, ***u***rsächliche, ***r***elevante und möglichst ***s***pezifische Markenwerte. Und diese sollten laut dem Leiter des Masterstudiengangs Marken- und Medienmanagement an der Technischen Hochschule in Würzburg „inspirierend, im Unternehmen begründet, für Kunden bedeutsam und im Vergleich zum Wettbewerb für die Marke charakteristisch sein“. Starke Marken blieben sich bei allem Wandel treu und beherrschten das Spannungsverhältnis zwischen Bewahren und Erneuern. Das Mindestziel jeder Marke sollte es sein, erinnert zu werden oder eine bestehende Erinnerung zu verstärken.
pro-magazin.de, „Starke Marken in Zeiten der Digitalisierung“

Die Customer Journey im Blick behalten

Es geht jedoch nicht nur um die bloße Erinnerung an eine Marke, sondern in der Konsequenz auch um Markentreue. Sie ist eine Kombination aus subjektiver Qualität, hohem Wiedererkennungswert und Tradition. Momente, Gefühle und Erfahrungen prägen das Markenbild und damit die Markentreue. Marken bieten so Orientierung und Entscheidungshilfen. Wer vermehrt positive Markenkontakte hat, wird bei einer Marke bleiben – ohne unbedingt jedes ihrer Produkte zu kennen. Nicht nur, aber auch deswegen ist die Customer Journey eminent wichtig.
artundweise.de, „Warum wir Marken lieben“

www.psi-network.de PSI Journal 10/2024

Marktforschung

Dreiviertel Billion US-Dollar: Der globale Werbemarkt wächst

Laut dem neuen dentsu Global Ad Spend Report werden die Werbeinvestitionen im Jahr 2024 weltweit um fünf Prozent auf eine Netto-Investitionssumme von voraussichtlich 754,4 Milliarden US-Dollar bis zum Jahresende steigen. Inbegriffen sind die verbesserten Investitionsaussichten in Großbritannien, Deutschland, den USA, Japan sowie Frankreich. Auch die US-Präsidentschaftswahlen, auf die voraussichtlich etwa ein Drittel (11 Milliarden US-Dollar) der zusätzlichen Werbeausgaben im Jahr 2024 entfallen dürften, verleihen der Entwicklung bei den weltweiten Werbeausgaben laut dentsu einen zusätzlichen Schub. Regionale Betrachtungen der Werbeentwicklung des globalen Marktes zeigen, dass der amerikanische Kontinent mit einem Wachstum von 5,9 Prozent der am schnellsten wachsende Markt in diesem Jahr ist. Das Wachstum im asiatisch-pazifischen Raum liegt mit durchschnittlich 4,2 Prozent über dem für 2023 prognostizierten Wert von 3,7 Prozent. Der größte Werbemarkt in dieser Region, China, könnte überdurchschnittlich sogar um 4,8 Prozent zulegen. Indien, als einer der dynamischsten Märkte der Region, liegt gar bei 6,8 Prozent. dentsu.com, „dentsu Ad Spend Report 2024 prognostiziert Wachstum bei den Werbeausgaben“

Kaufentscheidend: Ja! Vertrauenswürdig: Na ja

Dem „Social-Media-Atlas 2024“ zufolge halten lediglich 54 Prozent der Nutzer ab 16 Jahren die auf YouTube veröffentlichten Informationen für glaubwürdig. Dies entspricht einem Rückgang von neun Prozentpunkten gegenüber dem Vorjahr und bedeutet im Gesamtranking der vertrauenswürdigsten Medien ein Abrutschen von Rang 6 auf Rang 12. Noch schlechter schneidet nur Facebook ab, das mit 42 Prozent Vertrauen auf dem 21. und damit letzten Platz liegt. Auffällig ist laut absatzwirtschaft, dass allerdings auch klassische Medien an Glaubwürdigkeit eingebüßt haben. LinkedIn dagegen konnte als einzige Plattform einen leichten Anstieg in der Vertrauenswürdigkeit verbuchen. Diese Entwicklung unterstreiche die Bedeutung einer gezielten Kanalwahl für Unternehmen, insbesondere bei sensiblen Themen, so absatzwirtschaft. Interessant jedoch ist, dass YouTube nach wie vor – trotz des Vertrauensverlustes – der bedeutendste Kanal ist, wenn es um die Beeinflussung von Kaufentscheidungen gehe. So informierte sich mehr als jeder dritte Internetnutzer (35 Prozent) in den letzten zwölf Monaten vor einem Kauf über die Videoplattform. Damit liegt YouTube deutlich vor anderen Medien, etwa dem Fernsehen (32 Prozent) sowie Instagram und WhatsApp (je 29 Prozent).
absatzwirtschaft, „Vertrauen in Unternehmensinhalte sinkt“

Von 87,0 auf 86,6 Punkte: Die Stimmung …

… der Unternehmen in Deutschland ist im Sinkflug. Der ifo Geschäftsklimaindex fiel im August gegenüber dem Juli. Die Unternehmen beurteilten ihre aktuelle Lage schlechter. Zudem fielen die Erwartungen pessimistischer aus. Die deutsche Wirtschaft gerät zunehmend in die Krise. ifo.de

Aufschwung mit kleinen Schönheitsfehlern

Der Juli 2024 war der bislang wachstumsschwächste Monat des Jahres. Das hat vor allem mit einer etwas schwächeren Nachfrage nach Onlinewerbung zu tun, für die Unternehmen in diesem Sommermonat knapp 314 Millionen Euro ausgegeben haben. Das entspricht einem Minus von fünf Prozent gegenüber dem überdurchschnittlich guten Juli 2023. Über das Gesamtjahr hinweg sieht die Bilanz der Onlinewerbung dagegen deutlich besser aus. Mit Spendings in Höhe von knapp 2,5 Milliarden Euro liegt die Gattung mit 7,3 Prozent im Plus. horizont.net, „Delle bei den Onlinevermarktern bremst Werbeaufschwung im Juli“

Schweizer Werbemarkt stagniert

Die Stiftung Werbestatistik Schweiz hat die Werbeausgaben für den Schweizer Werbemarkt im Jahr 2023 ermittelt. Die Netto-Werbeumsätze belaufen sich auf insgesamt 4,2 Milliarden Schweizer Franken. Der Zuwachs von lediglich einer Million Schweizer Franken bedeutet somit eine Stagnation im Vergleich zum Vorjahr. Als Folge des niedrigen Umsatzwachstums blieb der Schweizer Werbemarkt 6,3 Prozent unter dem Niveau vor der Pandemie im Jahr 2019. Werbeartikel (+ 8,6 Prozent), Direktwerbung und Print gehörten 2023 zu den Mediengattungen, die am meisten Werbeerlöse erzielten. Sie haben trotz leichten Verlusten weiterhin einen der höchsten Marktanteile in diesem Jahr. Die geschätzten Einnahmen aus YouTube, Suchmaschinenwerbung und Social Media, die laut der Stiftung „praktisch ausschließlich ins Ausland abfließen“, betrugen insgesamt 1,83 bis 2,24 Milliarden Schweizer Franken. Damit sicherten sich die ausländischen Werbeplattformen weiterhin „das größte Stück des Schweizer Werbekuchens, das gegenüber dem Vorjahr nochmals um 8 Prozent gewachsen ist“, so die Schätzung der Experten. werbestatistik.ch

RTO als K.-o.-Kriterium bei Top-Performern?

Gemäß aktuellen Zahlen des Indeed-Arbeitsmarkt-Indexes nannten zwischen Januar und Mai 2024 nur noch rund 15 Prozent der analysierten Stellenanzeigen explizit eine Homeoffice-Option. Gleichzeitig belegt eine neue Studie des Marktforschungsunternehmens Gartner, dass bei strikten RTO-Anordnungen die Absicht, weiterhin im selben Unternehmen zu bleiben, ausgerechnet bei Top-Performern um 16 Prozent niedriger sei als ohne solche Vorgaben. Laut Gartner ein Indiz dafür, dass „sehr leistungsstarke Mitarbeitende“ RTO-Pflichten als Signal verstünden, dass das Unternehmen ihnen nicht genug vertraue, um selbst darüber zu entscheiden, wie sie am besten arbeiteten. Dabei kämen laut einer neuen Untersuchung der International Workplace Group auf Vertrauen und smarter Führung basierende Homeoffice-Regelungen bei den meisten Menschen sehr gut an. Dreiviertel der mehr als 1.000 befragten Arbeitnehmenden gaben an, seit der Umstellung auf ein Hybrid-Modell weniger Burnout-Symptome zu verspüren. horizont.net, „Homeoffice-Debatte erzeugt Druck“

PSI 2025

Der Herbst kommt, die PSI füllt sich: 475 Aussteller sind Mitte September schon für Europas Leitmesse für Werbeartikel, Incentives und Merchandising registriert und werden vom 7. bis 9. Januar 2025 die ganze Welt der haptischen Werbung live erleben. Internationales Sourcing und Networking und viele Innovationen machen die PSI zu einem einzigartigen Event.

PSI 2025: Registrierung hat begonnen

Top Services als Messe-Plus

Die PSI ist wieder auf Wachstumskurs – das zeigt sich auch in diesem Jahr ganz deutlich. Ihre gewohnt hohe Qualität des Angebots, viele Highlights und Sonderpräsentationen sowie begleitende Events machen den Charme der internationalen Messeplattform aus. Wer dabei sein möchte, kann sofort mit der Vorbereitung starten: Der Ticketshop ist seit Anfang Oktober online und für bestimmte Services hat die Anmeldung bereits begonnen. Besonderen Glanz verleiht die PSI Night dem Abend des ersten Messetags. Dann trifft man sich auf der glamourösen Party in der Düsseldorfer Event-Residenz zum Networken, Feiern und Genießen.

Kostenfreier Messebesuch für Mitglieder

Über den Online-Ticketshop können Fachbesucher bequem ihr personalisiertes Ticket für die kommende Veranstaltung erwerben. Für Mitglieder ist der Messebesuch kostenfrei, es ist auch keine Legitimation erforderlich. Eindeutige Antworten auf die Frage, wer die PSI besuchen kann, liefert das Besucherkonzept, das klarstellt: Ausschließlich Händler-Mitglieder des PSI haben die Möglichkeit, ihre Kunden über My PSI einzuladen, und das auch nur für den dritten Messetag. Das geht mit nur wenigen Klicks: Unter Ihrem persönlichen My PSI Bereich finden Sie über den Button „Einladung meiner Industriekunden“ Ihre persönliche Informationsseite mit dem Einladungscode, den Sie an Ihre Kunden versenden können. Wichtig ist es, die Einladung über My PSI zu verschicken, denn nur dann werden Gäste auf ihrem Badge als Industriekunden ausgewiesen.

Trendschau: Highlights von Anfang an

Die ersten Produkthighlights erwarten die Messebesucher 2025 schon am Messeeingang: Die Trendschau, neue Sonderfläche am Eingang vor Halle 9, zeigt Produkttrends aus den drei Themenwelten „Fit durchs Jahr“, „Highlights für sonnige Zeiten“ und „Die Genussreise“. Aussteller der PSI können dort exklusiv und kostenfrei Innovationen aus den Bereichen Textil, Elektro und Multimedia, Schul- und Bürobedarf, Taschen, Gepäck und Reise sowie Nahrungs- und Genussmittel präsentieren. Die Bewerbungen nimmt PSI noch bis 15. November 2024 entgegen unter cristina.chilom@rxglobal.com. Die exponierte Lage macht diese Fläche besonders attraktiv. Wer sich schon jetzt einen Platz sichert, kann nur gewinnen.

dMAS App auch auf der PSI nutzen

PSI und der Anbieter digitaler Messeanfrage- und Registrierungstools dMAS sind für die PSI 2025 eine Kooperation eingegangen. Die Software des österreichischen Technologieunternehmens soll Ausstellern der PSI ihre Messeorganisation und Besucherdatenerfassung erleichtern. So kann die bereits bekannte dMAS App auch auf der PSI 2025 genutzt werden. Voraussetzung ist jedoch, das Lead Manager (Emperia)-System von RX Global zu verwenden. Konkret bedeutet das: Aussteller können nicht nur auf ihre Produktdaten zugreifen, sondern auch direkt Angebote erstellen und versenden. Bitte beachten: Interessenten müssen sich bis zum 15. November 2024 angemeldet haben. <

Videoproduktion als effektiver PSI Full-Service

Auf der PSI 2024 konnten Aussteller erstmals von einem neuen Full-Service von RX profitieren: Hoch professionelle Videoproduktionen, die den Messestand, die Produkte und das Eventfeeling optimal in Szene setzen. Dieses unschlagbare Add-on zum Messeauftritt bietet PSI auch den Ausstellern der PSI 2025 an. Mit einem professionell produzierten Eventvideo wird das digitale Marketing des ausstellenden Unternehmens enorm gepusht. Warum das so ist, weiß Anja Späker, Director Media Solutions bei RX: „Digitales Marketing wird erst durch Videos richtig wirksam und zielführend. Social Media und Suchmaschinen lieben einfache Videos.“

Von den RX-Profis profitieren

Die RX-Profis bringen ihre ganze Erfahrung im Eventfilm- und Messebereich sowie ihr Branchen-Know-how ein und liefern alles aus einer Hand – vom Storytelling über die Videoproduktion bis hin zur Verbreitung. Dazu zählt nicht nur, dass das Video individuell auf die Kanäle des jeweiligen Unternehmens zugeschnitten wird. Es wird darüber hinaus im Messe-Newsletter und auf Social Media kommuniziert und somit ins Branchennetzwerk gespielt. Als sogenannter Push Post wird der Beitrag zusätzlich mit einer Social-Media-Paid-Kampagne von RX 14 Tage unterstützt. Detaillierte Informationen zum Eventvideo-Paket bekommt man bei Anja Späker unter anja.spaeker@rxglobal.com.

„Wir sind äußerst zufrieden mit dem Service von PSI Media Solutions, die erstmalig ein Video unseres Messestandes 2024 erstellt haben. Das professionelle Team vor Ort hat hervorragende Arbeit geleistet und die enge Zusammenarbeit bei der Umsetzung des Messe-Videos war vorbildlich. Die positive Resonanz bei der Veröffentlichung des Videos auf diversen Kanälen bestätigt die hohe Qualität und den Erfolg dieses Projekts.“

Marion Quast, Victorinox

Alle Details für das perfekte Eventvideo:

- Detaillierte Absprache und Planung mit dem RX Content Manager vor Drehbeginn
- 2 Stunden Dreh vor Ort am Messestand
- 1 Videograf:in mit Top-Equipment
- Aufnahme von Impressionen (z.B. Messestand, ausgestellte Produkte, Messe-Ambiente) und kurzen Statements von max. 3 Personen
- Videoschnitt inkl. Basic-Farbkorrektur, Standard-Bauchbinde (Einblendung von Namen)
- Musikunterlegung und Logo-Einbindung
- Videolänge max. 90 Sekunden

Jetzt Aussteller der PSI 2025 werden

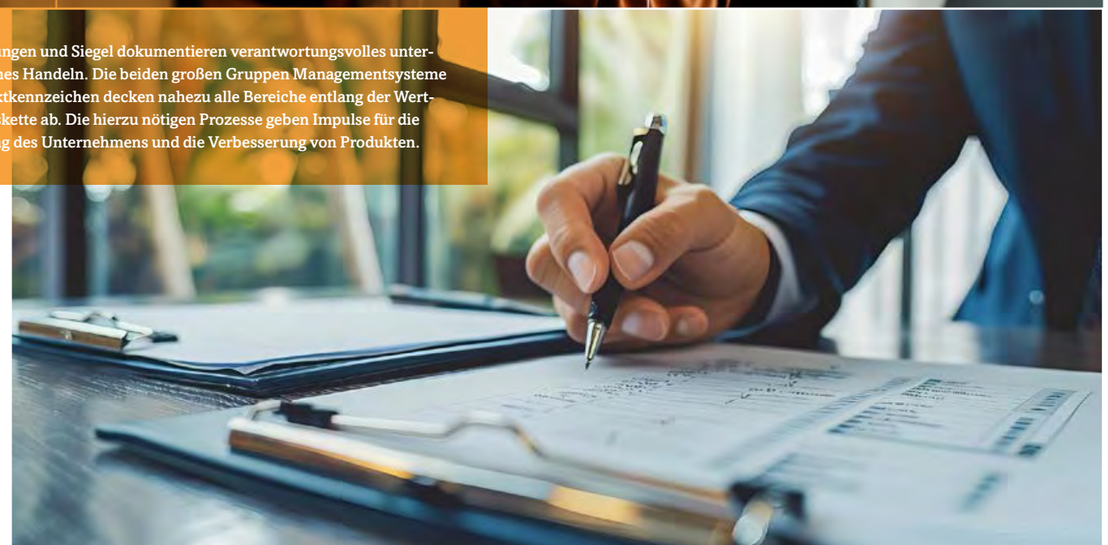
Aussteller, die an der PSI 2025 teilnehmen möchten, können sich direkt das Messeteam wenden – per E-Mail: sales@psi-messe.com oder telefonisch unter +49 211 90191-702

Viele Werbeartikel-Unternehmen investieren viel auf dem Weg in eine nachhaltige Zukunft. Der Aufwand lohnt sich, vor allem wenn man gezielt vorgeht und seine Leistungen glaubwürdig dokumentiert. Aussagekräftige Siegel, Label und Zertifikate sind bedeutende Meilensteine im Prozess der nachhaltigen Transformation. Ein Guide durch den Label-Dschungel.

Siegel, Label, Zertifikate

Kompetenz zeigen – Mehrwert schaffen

Zertifizierungen und Siegel dokumentieren verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln. Die beiden großen Gruppen Managementsysteme und Produktkennzeichen decken nahezu alle Bereiche entlang der Wertschöpfungskette ab. Die hierzu nötigen Prozesse geben Impulse für die Entwicklung des Unternehmens und die Verbesserung von Produkten.



Auch im PSI Journal stehen immer wieder Nachhaltigkeitsthemen im Fokus, wobei wir jedes Mal andere Akzente setzen. Den Nachhaltigkeitsbegriff benutzen wir alle zwar ganz selbstverständlich, doch gibt es hier eine Nuance zu beachten: Aus Sicht der Unternehmen sollten wir eher von Corporate Social Responsibility“ (CSR) sprechen, denn CSR meint die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen im Sinne eines nachhaltigen Wirtschaftens. Dies umfasst soziale, ökologische und ökonomische Aspekte, wie sie etwa in international anerkannten Referenzdokumenten zur Unternehmensverantwortung ausgeführt sind, insbesondere in der ILO-Grundsatzerklärung über Unternehmen und Sozialpolitik, den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen, den UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte, im UN Global Compact oder in der ISO 26000. Konkret geht es beispielsweise um faire Geschäftspraktiken, mitarbeiterorientierte Personalpolitik, den sparsamen Einsatz von natürlichen Ressourcen, den Schutz von Klima und Umwelt sowie ernst gemeintes Engagement vor Ort und Verantwortung auch in der Lieferkette. Seit einigen Jahren verwenden viele Unternehmen sinnvollerweisen häufig den Begriff Corporate Responsibility (CR), ein Konzept, das die wirtschaftliche Dimension von Nachhaltigkeit und Fragen der Unternehmensführung stärker betont. Zudem wird „social“ in CSR im Deutschen oft als „sozial“ missverstanden, was CSR zu Unrecht auf die soziale Dimension unternehmerischer Nachhaltigkeit oder gar auf eine karitative Spendenmentalität reduziert. Analog bedeutet Nachhaltigkeit weit mehr als „grün“, womit traditionell der ökologische Aspekt gemeint ist. Beide Begriffe werden oft synonym verwendet.

Hinter den unzähligen Labels stehen jeweils genau definierte Standards, die Unternehmen im Rahmen ihrer freiwilligen Verpflichtung einhalten müssen.

CSR als Win-Win-Modell

CSR bzw. Nachhaltigkeit ist ein Muss für alle Unternehmen, insbesondere auch für international agierende, denn sie tragen Verantwortung für Menschen, Produktionsbedingungen und Produkte entlang der gesamten Wertschöpfungskette, die oft in Entwicklungs- oder Schwellenländern beginnt. Die Politik gibt den Rahmen vor, Unternehmen setzen die Standards durch ihr Handeln durch. Indem sie ihr Umfeld oder die Rahmenbedingungen entlang ihrer Lieferkette positiv gestalten, Risiken vermeiden und Chancen für Entwicklung schaffen, stärken sie ihren Unternehmenswert, ihre Glaubwürdigkeit und Wettbewerbsfähigkeit und sammeln damit Pluspunkte für ein Image, das in der Öffentlichkeit und beim Kunden positiv wahrgenommen wird. Ein freiwilliges, über die gesetzlichen Anforderungen hinaus gehendes Engagement im internationalen Kontext ist ein Win-Win-Modell, denn es nützt Gesellschaft, Umwelt und Unternehmen gleichermaßen und dient der langfristigen Existenzsicherung von Unternehmen. CSR ist also kein Luxus, sondern ein Konzept, von

>>

Label

Optischer oder textlicher Zusatzhinweis auf eine bestimmte Qualität eines Produkts oder einer Dienstleistung. Hinter dem Oberbegriff „Label“ verbergen sich verschiedene Informationssysteme und Marketinginstrumente, zum Beispiel Produktlabels, Eigenmarken oder Firmenlabels, Gütezeichen, Prüfzeichen, Test-Labels oder auch Managementlabels. Anstelle von „Label“ werden häufig auch die Begriffe Siegel oder Gütesiegel verwendet. Produktlabel weisen auf bestimmte Eigenschaften eines Produktes hin.

Gütezeichen

Der Begriff „Gütezeichen“ ist wettbewerbsrechtlich geschützt und wird seit 1925 von RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung (RAL) verwendet. Gütezeichen kennzeichnen Anforderungen an genau definierte Qualitätskriterien eines Produktes oder einer Dienstleistung. Sie werden durch von RAL anerkannte sogenannte Gütegemeinschaften an Hersteller und Dienstleister für deren Produkte und Leistungen vergeben.

Unabhängige Kontrollen machen Siegel und Zertifikate glaubwürdiger und damit wertiger.

>> dem Unternehmen wirtschaftlich profitieren können. Wichtig ist dafür ein ganzheitlicher Ansatz, der die Werte des Unternehmens im Kerngeschäft herausarbeitet und alle Aktivitäten in eine verständliche Geschichte einbindet.

Freiwillig und nachweislich besser werden

Auf diesem Hintergrund macht es viel Sinn, dass Unternehmen ihr Engagement sichtbar machen. Das funktioniert nachweislich mit Kommunikation und Berichterstattung, wobei Nachhaltigkeitsberichte und ihre gesetzlichen Vorgaben ein eigenes großes Thema sind. Auf diesen Seiten geht es um die nicht weniger interessante Möglichkeit, besondere Leistungen im Bereich der nachhaltigen Unternehmensführung mit Zertifikaten und Siegeln zu belegen. Zertifikate und Siegel zeichnen Unternehmen aus, die auf freiwilliger Basis verbindlich Regelwerke einhalten, die auf bestimmte Maßnahmen und Qualitätsmerkmale in den Bereichen Management, Produktgestaltung oder Umgang mit Interessensgruppen abzielen. Zertifikate und Siegel machen dieses freiwillige Engagement sichtbar und können so die Reputation nach innen und außen verbessern. Gleichzeitig erleichtern es die dahinterliegenden Systeme, unternehmerische Prozesse zu messen und in der Konsequenz Management-Aktivitäten besser zu steuern und zu optimieren. Komplexe Wertschöpfungsketten in globalisierten Märkten werden transparenter und können so verantwortungsvoller gestaltet werden. Insofern sind solche Prozesse auch im Zusammenhang mit dem Europäischen Lieferkettengesetz hilfreich.

Prüfzeichen

Prüfzeichen bestätigen, dass bestimmte Produkte, wie Maschinen, Werkzeuge, Elektrogeräte, Spielzeug oder Möbel, bestimmte gesetzliche Anforderungen an Sicherheit und Gesundheitsschutz erfüllen und gebrauchstauglich sind. Das GS-Zeichen beispielsweise bedeutet, dass eine vom deutschen Staat autorisierte Prüfstelle das Produkt überprüft hat und Änderungen an dem Produkt meldepflichtig sind.

Managementstandards

Managementsysteme dienen Unternehmen oder auch Organisationen dazu, ihre Betriebsabläufe und ihre Unternehmensstrategie zu verbessern und beispielsweise umweltschonender und sozialer auszurichten. Die hinter den Labels liegenden Standards werden von den Unternehmen bzw. Organisationen in Form einer freiwilligen Selbstverpflichtung eingeführt und beruhen nicht auf gesetzlichen Vorschriften. Für Verbraucher werden sie selten sichtbar, sind aber wichtige Indikatoren für Leistungsfähigkeit und CR von Unternehmen. Beispiele: BSCI, EMAS, Ecocert, FSC, ISO 14001

CE-Kennzeichnung und GS-Zeichen im Vergleich

Diese weit verbreiteten Label werden häufig verwechselt und vielen ist unklar, wofür sie stehen. CE wie auch GS signalisieren, dass das Produkt, auf dem es angebracht ist, „sicher“ im Sinne der europäischen Rechtsprechung ist. Unterschiede und Vergabe im Überblick.

CE-Kennzeichnung (Conformité Européenne/Europäische Konformität)

Hersteller sind zur Anbringung einer CE-Kennzeichnung verpflichtet und stellen damit die Konformität ihrer Produkte mit den geltenden EG-Richtlinien sicher. Die Verantwortung für die Anbringung der CE-Kennzeichnung liegt bei den Herstellern oder deren bevollmächtigten Vertretern innerhalb der EU. Falls der Firmensitz des Herstellers (Firmenname auf dem Typenschild) nicht in der EU liegt, ist der erste Inverkehrbringer (Importeur) der Verantwortliche. Die CE-Kennzeichnung hat in der gesamten EU Gültigkeit und erlaubt den freien Verkehr des Produkts innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums. Mit dem CE-Kennzeichen erklärt der Hersteller nur, dass das Produkt den EU-Sicherheits-, Gesundheits- und Umweltschutzvorschriften entspricht und in der EU frei verkäuflich ist, es ist somit kein Qualitäts- oder Gütesiegel, sondern ein Verwaltungszeichen.

GS-Zeichen (Geprüfte Sicherheit)

Das GS-Zeichen ist ein freiwilliges, also nicht gesetzlich vorgeschriebenes Prüfzeichen, das von einer vom Hersteller unabhängigen Stelle vergeben wird. Es zeigt an, dass das Produkt einer Sicherheitsprüfung unterzogen wurde. Verbraucher und Kunden können davon ausgehen, dass bei bestimmungsgemäßer und vorhersehbarer Verwendung sowie bei vorhersehbarer Fehlanwendung ihre Sicherheit und Gesundheit nicht gefährdet wird. Funktionsprüfungen gehören beim GS-Zeichen nur so weit zum Prüfumfang, wie es für die Prüfung der Sicherheit erforderlich ist. Das GS-Zeichen ist somit kein allgemeines Qualitätszeichen. Die Qualitätsmerkmale im Einzelnen, wie etwa die Lebensdauer eines Produktes, werden nicht geprüft. Das GS-Zeichen bedeutet, dass eine vom deutschen Staat autorisierte Prüfstelle das Produkt überprüft hat und Änderungen an dem Produkt meldepflichtig sind.

Anerkannte Standards verbessern Image

Zertifikate und Siegel können in zwei große Gruppen eingeteilt werden: Managementsysteme regeln die Prozesse der Wertschöpfung und verpflichten Unternehmen zu einem kontinuierlichen Verbesserungsprozess. Produktkennzeichen signalisieren dagegen die Eigenschaften eines bestimmten Produkts oder Angebots und wirken bei Kunden als Signal für eine Gütekontrolle. Unternehmen tun gut daran, sich für anerkannte und umfassende Standards zu entscheiden. Denn zusätzlichen Aufwand bedeutet ein Zertifizierungsprozess auf jeden Fall – da sollte das Ergebnis schon überzeugend sein. Bei der Einordnung helfen Vergleichs- und Bewertungsportale von Verbraucherschutzorganisationen, Institutionen und Ministerien. Auszüge bietet unser Glossar auf diesen Seiten.

Unterschiede in Aussagekraft und Glaubwürdigkeit

Zertifikate im Bereich CR werden von unterschiedlichen Organisationen vergeben, etwa öffentlich-rechtlichen Einrichtungen (z.B. der Blaue Engel für Konsumgüter oder das EU-Bio-Label für Nahrungsmittel), Instituten (z.B. ÖkoTex Standard 100 für Textilien), Normierungsstellen (z.B. ISO 14001), Initiativen und Vereinen (z.B. Forest Stewardship Council (FSC) für Holz- und Papierprodukte). Auch Branchenverbände können Siegelgeber sein wie etwa der BDIH (Bundesverband der Industrie- und Handelsunternehmen für Arzneimittel, Reformwaren, Nahrungsergänzungsmittel und kosmetische Mittel e. V.), der für das sehr anspruchsvolle BDIH-Siegel für Naturkosmetik steht. RAL Deutsches Institut für Gütesicherung und Kennzeichnung vergibt auf der Basis eines objektiven, interessensneutralen Systems aktuell rund 150 verschiedene Gütezeichen für hochwertige, sichere und zuverlässige Produkte und Dienstleistungen aus nahezu allen Lebensbereichen. Die Standards hinter diesen und vielen weiteren Zertifikaten und Siegeln unterscheiden sich dabei in ihrer Aussagekraft. Diejeni-

>>

Umweltzeichen

Ökolabels kennzeichnen besondere Umwelteigenschaften von Produkten oder Dienstleistungen. Sie zeigen beispielsweise an, ob Produkte umweltfreundlich hergestellt wurden oder ob sie möglichst umweltschonend genutzt oder entsorgt werden können. Neben Umweltzeichen, die sich auf Einzelaspekte konzentrieren, wie beispielsweise das chlorfreie Bleichen von Papier, finden sich auch Zeichen, die möglichst viele Umweltaspekte einbeziehen oder den gesamten Lebensweg eines Produktes berücksichtigen.

www.psi-network.de PSI Journal 10/2024

Kennzeichen vertrauenswürdiger Labels

- Die Aussage über die zertifizierte Produkteigenschaft (etwa zu 100 Prozent aus Recyclingmaterial) wird klar benannt.
- Die Vergabekriterien lassen sich einfach und schnell prüfen, weil sie zum Beispiel frei zugänglich im Internet nachzulesen sind.
- Es ist erkennbar, wer das Gütesiegel vergibt.
- Das Siegel wird von einer unabhängigen Stelle vergeben.
- Die Gültigkeitsdauer des Siegels oder das Vergabejahr des Labels sind ersichtlich.
- Ausgezeichnete Produkte werden regelmäßig überprüft.

Erhöhung des Unternehmenswerts und der Wettbewerbsfähigkeit, aber auch Existenzsicherung durch konkrete wirtschaftliche Erfolge: Ein Zertifizierungsprozess ist ein Aufwand, der sich für Unternehmen lohnt.

Normen für Umweltsiegel

Die Normenreihe ISO 14000 der Internationalen Organisation für Normung teilt Umweltlabels in verschiedene Typen ein:

- **Typ 1-Umweltlabels** sind freiwillig und werden von unabhängigen Dritten vergeben. Informationen über die Vergabekriterien und ihre Entwicklung sind frei zugänglich. Die Voraussetzungen sind messbar und beziehen sich auf den gesamten Lebenszyklus des Produkts. Ausgezeichnete Produkte oder Dienstleistungen sind vergleichsweise umweltfreundlich. Diese Labels entsprechen der ISO Norm 14024. Beispiele: Der Blaue Engel oder das EU-Ecolabel.
- **Typ 2-Umweltlabels** geben eine Aussage des Herstellers wieder. Er verspricht, bestimmte Regeln eingehalten zu haben. Die Zeichen beziehen sich oft nur auf einen oder wenige Gesichtspunkte. Die Rahmenbedingungen für solche Herstellerversprechen beschreibt die ISO 14021.
- **Typ 3 „Umweltlabels“ nach ISO 14025** geben Umweltinformationen an, sogenannte Umweltprodukterklärungen. Das Zeichen macht jedoch keine bewertende Aussage darüber, ob das Produkt im Vergleich mehr oder weniger umweltfreundlich ist.

>> gen, die von einzelnen Unternehmen oder Branche entwickelt werden, genießen oft weniger Glaubwürdigkeit als solche, deren Anforderungen mehrere Interessengruppen im Dialog abgestimmt haben. Ein wichtiger Vertrauens-Parameter ist die unabhängige Kontrolle: Wenn die Einhaltung der Selbstverpflichtung von unabhängigen Dritten wie Qualitätssicherungsunternehmen, TÜV oder Prüfinstituten kontrolliert wird, kann dies auch die Glaubwürdigkeit eines Standards um einiges verbessern. Freiwillige Audits spielen hier eine wichtige Rolle. Konkrete, messbare Ziele und eine transparente Berichterstattung über die Erfüllung der Pflichten ebenso wie über Sanktionen bei Nichteinhaltung der Regeln machen den Mehrwert der Zertifizierung nach außen verständlich.

Aufwand für Zertifizierung lohnt sich

In Deutschland und Europa wenden viele Unternehmen Standards an, um ihre Auswirkungen auf die Umwelt zu minimieren. Die bekanntesten Umweltmanagementsysteme sind dabei EMAS (Eco Management and Audit Scheme) und die ISO-Norm 14001. Im Hinblick auf Abläufe und Prozesse hat die ISO 9001 für Qualitätsmanagement ebenfalls eine lange Tradition. Seit einigen Jahren lassen sich auch soziale Aspekte systematisch ins Management einbeziehen. Bei der Zertifizierung durch Social Audits wird dafür oft der SA 8000 Standard der NGO Social Accountability International (SAI) angewendet. Er regelt insbesondere die Arbeitsbedingungen bei Zulieferern in Ländern, in denen sich gesetzliche Regelungen nur unzureichend durchsetzen lassen. Das Procedere ist bei den meisten Zertifizierungsprozessen ähnlich: Sobald ein Unternehmen einen bestimmten Standard anstrebt, wird zunächst intern geprüft, inwieweit die Vorgaben bereits erfüllt sind, Ziele und Maßnahmen werden definiert. Im anschließenden Vergabeprozess bestätigt ein unabhängiger Prüfer (Auditor) das Vorgehen. Er besucht den Betriebsstandort, sichtet Dokumente und überzeugt sich so von der Einhaltung der Regeln. Mit einer regelmäßigen Auditierung untermauern Unternehmen ihr freiwilliges CSR-Engagement und verbessern die Kommunikation mit ihren internen und externen Stakeholdern.

Skandale decken Missstände auf

Trotz aller Vorteile stehen Zertifikate und Audits immer wieder in der Kritik. Meist bezieht sich die Kritik darauf, dass ein Audit nicht restlos alle Aspekte von sozialen oder ökologischen Vorgehensweisen in Unternehmen oder Lieferketten überprüfen kann und dass manche Unternehmen ihre Situation im Vorfeld von angekündigten Audits schönen oder Missstände verschleiern. Für Unternehmen, die es mit ihrer Zertifizierung ernst meinen und valide Daten und echte Erkenntnisse erwarten, sind Audits jedoch nützliche Instrumente. An dieser Stelle streifen wir noch kurz die Skandale, die in den letzten Jahren rund um TÜV-Gutachten in der ganzen Welt bekannt geworden sind. Wegen des verheerenden Dammbruchs an der brasilianischen Mine Córrego do Feijao (2019) mit 259 Todesopfern muss sich TÜV Süd vor Gericht verantworten. Der Damm wurde 2018 zweimal begutachtet. Obwohl die Sicherheitsstandards die damals übliche Norm unterschritten, wurden sie von den TÜV-Gutachtern nicht beanstandet. Weitere lukrative Aufträge des Bergbaukonzerns Vale standen in Aussicht. Auch mit seinen Bewertungen bayrischer Atomkraftwerke (2022) steht das Unternehmen im Verdacht der Befangenheit.

Gewinnstreben contra Sicherheit

TÜV-Siegel sollen Produktsicherheit und Prozessqualität belegen und gelten traditionell als glaubwürdig. Skandalnachrichten schaden nicht nur dem Image des TÜV, sondern werfen zu Recht Zweifel an der Vertrauenswürdigkeit des Prüfunternehmens auf. Ist das nur die Spitze des Eisbergs und müssen Unternehmen, die den TÜV (oder auch andere Prüfunternehmen) in ihr Qualitätsmanagement einbinden, nun um die Sicherheit ihrer Produkte bangen? Niemand weiß das. Fest steht aber, dass der TÜV längst kein Technischer Überwachungsverein in seinem ursprünglichen Sinne mehr ist, sondern ein profitorientierter internationaler Großkonzern, der sich längst die wichtigsten Themen der CSR und nachhaltigen Transformation angeeignet hat. Wer die Website von TÜV Süd studiert, findet kaum einen Bereich, zu dem es kein Angebot gibt. Diesen enormen Leistungskatalog hätten wir so nicht erwartet. Andere Zertifizierer, die in ihrem Auftritt noch zeitgemäßer und jünger daherkommen, stehen dem im Übrigen in nichts nach. Kompetenz im Dienste von Gewinnmaximierung einzusetzen, ist Wirtschaft. Aber wenn Transparenz, Ehrlichkeit und vor allem Sicherheit auf der Strecke bleiben, dann ist das Betrug am Menschen, am Kunden und damit verantwortungslos. <

www.evz.de
www.label-online.de
www.siegelklarheit.de
www.csr-in-deutschland.de
www.bmas.de
www.bmz.de
www.technischedokumentation.net
www.tuv.com
www.tuvsud.com

Produktlabel

Labels, die auf eine bestimmte Qualität eines Produkts oder einer Dienstleistung hinweisen. Produktlabel, die auf nachhaltige Eigenschaften eines Artikels hinweisen, werden häufig auch Umweltzeichen, Nachhaltigkeitslabels oder gegebenenfalls auch Regionalzeichen genannt.

Nachhaltigkeitslabels

Sie bezeichnen Produkte, bei deren Herstellung und Verbreitung ökologische, soziale und wirtschaftliche Gesichtspunkte berücksichtigt werden. Zukunftsfähiges Wirtschaften steht im Fokus.

Regionalzeichen

Sie dienen zur Orientierung von Verbrauchern und signalisieren, dass ein Produkt aus einer bestimmten Region kommt. Der Der Produktionsort muss jedoch nicht in jedem Fall in der ausgewiesenen Region liegen.

Die Produkte dieses Themenbereichs bieten eine Kombination aus Funktionalität, **Langlebigkeit und täglichem Nutzen.** Sie schaffen eine positive Assoziation mit der Marke und hinterlassen einen bleibenden Eindruck bei den Kunden.

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

Klappbesteck für unterwegs

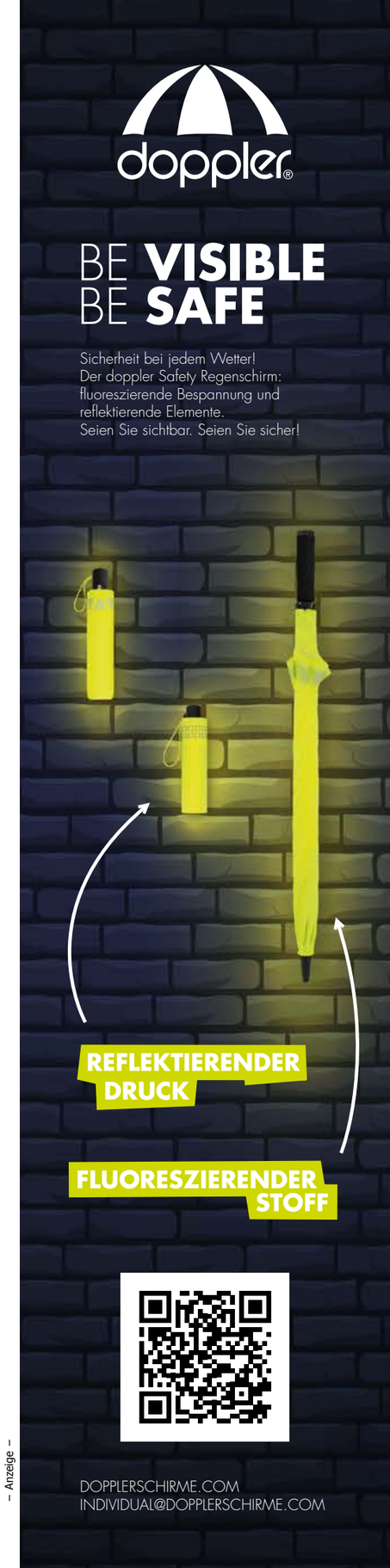
Das Campingbesteck aus dem Produktportfolio von team-d Import-Export leistet nicht nur passionierten Globetrottern und Wanderfreunden gute Dienste. Alle Berufsgruppen, die sich unterwegs mit einer Pausenmahlzeit versorgen, schwören auf ihr Klappbesteck mit Löffel, Gabel, Messer, Dosen- und Flaschenöffner. Das Besteck kann bei ausgeklappter Gabel und Löffel durch gegeneinander Schieben der beiden Hälften entriegelt und dann einfach einzeln benutzt werden. Geliefert wird es in einem robusten Täschchen mit Gürtelschlaufe und einer Geschenkbox.

Perfekt für die Arbeit im Freien

In der Arbeitswelt ist funktionale und verlässliche Kleidung ein Muss. Die Softshellwesten und -jacken für Damen und Herren von Karlowsky sind speziell für den Einsatz in anspruchsvollen Arbeitsumgebungen konzipiert. Gefertigt aus einem hochwertigen 3-Lagen-Funktionsmaterial mit einer integrierten TPU-Membran, bieten sie zuverlässigen Schutz vor Wind und Wasser, selbst bei widrigsten Bedingungen. Die wärmende Innenseite aus Microfleece sorgt auch an kühlen Tagen für angenehme Temperierung. Mit einer Wassersäule von 5.000 mm sind diese Westen (WF4 & WM 4) und Jacken (JF 19 & JM 34) nicht nur winddicht und atmungsaktiv, sondern auch hochgradig wasserabweisend – perfekt für alle, die Outdoor arbeiten. Die praktischen Seitentaschen mit Reißverschluss bieten sicheren Stauraum für alle Arbeitsutensilien. Eine vertikale Brusttasche (nur bei den Herrenmodellen) hält wichtige Gegenstände wie das Handy stets griffbereit. Der elastische Kordelzug am Saum gewährleistet eine optimale Passform und schützt vor Zugluft, während der robuste vorderseitige Reißverschluss das An- und Ausziehen besonders einfach macht.Diese Arbeitsbekleidung ist nicht nur funktional und strapazierfähig, sondern auch ideal geeignet für die Veredelung mit dem DTF-Druckverfahren. Die glatte Oberfläche ermöglicht es, Logos und Schriftzüge präzise und haltbar aufzubringen. Die Softshellwesten und -jacken von Karlowsky Fashion sind damit die perfekte Wahl für den professionellen Einsatz im Freien.

PSI 47464 • Karlowsky Fashion GmbH
Tel +49 39204 9128-0 • info@karlowsky.de
www.karlowsky.de

– Anzeige –



PSI 44546 • Athesia Kalenderverlag GmbH
Tel +49 89 693378251
b2b@athesia-verlag.de
www.athesia-werbekalender.de

Wöchentlich „on the road“

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 das werbende Unternehmen ganz sicher 365 Tage im Jahr im Blickfeld seiner Kund*innen. Mit dem Harenberg Kalender 2025 „Campinglust“ geht es jede Woche „on the road“: Die schönsten Routen für Wohnmobil & Co., bestehend aus 53 Bildern, Routeninfos, QR-Codes mit Links von Zielen aus Deutschland, Europa und der Welt. Reiselust garantiert! Der Wochen-Wandkalender hat das Format 25 × 35,5 cm. Die Werbeanbringung ist ab 50 Stück auf der verlängerten Rückwand möglich. Geliefert wird innerhalb von vier bis sechs Wochen.

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

Marken zum Leuchten bringen

Mit der Raboo Mini-Taschenlampe von ANDA Present bleibt der Kunde stets im Rampenlicht. Raboo ist ein neues Mitglied der GO GREEN-Kollektion von ANDA und bietet eine umweltfreundliche Wahl, da sie aus Bambus und recyceltem ABS-Kunststoff hergestellt wird. Die kompakte Größe und der Schlüsselring aus Metall bieten die perfekte Mischung aus Funktionalität und Tragbarkeit. Raboo ist die perfekte Lösung für die Navigation bei schlechten Lichtverhältnissen, egal ob beim Bergwandern oder einfach nur um etwas unter dem Schrank zu suchen. Ein Wunschlogo kann in das Bambusgehäuse graviert werden. So bringt Raboo jede Marke zum Leuchten.

PSI 49957 • Holz Frank GmbH & Co. KG
Tel +49 9151 83310 • info@holz-frank.com
www.holz-frank.com

Geschliffener Alltagsbegleiter

Das hochwertige Taschenmesser aus FSC®-zertifiziertem Buchenholz aus dem Produktportfolio von Holz Frank vereint Tradition und Nachhaltigkeit in einem praktischen Alltagsbegleiter. Das Messer ist in Varianten für Erwachsene sowie für Kinder mit abgerundeter Spitze erhältlich, was Sicherheit und Vielseitigkeit in den Vordergrund stellt. Jedes Messer kann individuell gestaltet werden: Der Hersteller bietet präzise Lasergravuren oder farbenfrohe Drucke sowohl auf dem Holzgriff als auch auf der Klinge. Ob als persönliches Geschenk, Werbeartikel oder praktisches Accessoire: Die Taschenmesser aus dem Frankenland überzeugen durch Qualität und ein durchdachtes Design, das Funktionalität und Umweltschutz miteinander verbindet.

CD LUX
www.cd-lux.de

Süße Adventskalender mit Augenleuchten Garantie!

Süße Adventskalender in Premium-Qualität!

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

Wanderfreundlich und klimaneutral

Alle, die die Natur lieben und gerne draußen auf Tour sind, werden diese beiden Outdoor-Rucksäcke von Halfar gleich doppelt begeistern. Zum einen sind sie Spezialisten auch für etwas längere Wandertouren. Zum anderen sind sie als rPet-Produkte, die zudem einen finanziellen Klimabeitrag leisten, besonders nachhaltig unterwegs. Für das komfortable und ergonomische Tragen bieten die beiden nur durch ihre unterschiedliche Größe unterscheidbaren Transporthelfer neben vielseitig verstellbaren Gurten ein innovatives Wabensystem am Rücken, das polstert und für gute Belüftung sorgt. Beide bieten zudem die Möglichkeit, ein Trinksystem mit Schlauch zu integrieren. Und sie verfügen über diverse Schlaufen und Fächer zum Verstauen der Ausrüstung. Der Unterschied zwischen den beiden liegt in ihrem Packvolumen und ihrer Ausstattung: Während der Daypack Outdoor der ideale leichte Begleiter für einen Tag ist, bietet der Rucksack Outdoor mehr Volumen und mehr Funktionen für größere und längere Touren, wie etwa eine Regenhülle im Boden. Beide Spezialisten sind in Rot, Schwarz, Anthrazit, Blau und Marine erhältlich und als Prämien und Werbeartikel individuell mit einem Logo zu veredeln.

Schnittfestes Arbeiten

Ein weiteres Spitzenmodell mit Schnittschutz und einer geruchsneutralen Nitrilschaum-Schicht hat Promokick im Sortiment. Neu entwickelte technische Garne von Dyneema ermöglichen diesem Arbeitshandschuh die Kategorie Schnittschutzlevel C. Gepaart mit einem entsprechenden Elastan-Anteil, ist der Arbeitshandschuh hochelastisch und atmungsaktiv. Die LongFitComfort-Eigenschaft ermöglicht eine lange Tragedauer bei bester Passform. Feine Montagearbeiten mit scharfkantigen Werkstoffen sind mit diesem High-Cut Handschuh möglich. Das neu ins Promokick Handschuh Programm integrierte Qualitätsprodukt ist in verschiedenen Farben in kurzer Lieferzeit verfügbar, ab 500 Paar bedruckbar mit 4-C Logo.

PSI 48898 • Promokick Gaugertrade
Tel +49 7062 978910 • office@promokick.de
www.promokick.de

Lichtshow auf Rollen

Mit Mini micro deluxe LED glow plus arctic blue aus dem Portfolio von Micro Mobility Systems D GmbH werden die Ausflüge des Nachwuchses im Freien zu einem unvergesslichen Erlebnis. Dieser außergewöhnliche und exklusive micro Scooter verwandelt abendliche Fahrten in eine bezaubernde Lichtshow. Bei Einbruch der Dämmerung beginnen Trittbrett, Griffe, Bremse und Lenkerlogo des Kickboards an zu leuchten. Dafür ist keine Batterie nötig, denn aufgeladen durch Sonnenlicht oder künstliches UV-Licht, sorgen diese leuchtenden Elemente für ein reizvolles und sicheres Spektakel. Zudem besitzt der Scooter LED-Rollen, die beim Fahren leuchten. Die Magie des Rollers wird durch zwei zusätzliche, in das Deck integrierte LED-Streifen noch verstärkt. Diese Streifen, die durch die Bewegung des Hinterrads angetrieben werden, sorgen für ein strahlendes Licht, das sowohl die Attraktivität als auch die Sicherheit des Kickboards erhöht.

PSI 60521 • Micro Mobility Systems D GmbH
Tel +49 7428 9418-360
info@micro-mobility.de
www.micro-mobility.de

PSI 43420
Euroschirm Eberhard Goebel GmbH & Co.KG
Tel +49 731 140130 • info@euroschirm.com
www.euroschirm.com

Innovative Regenschirme seit über 100 Jahren

Das Familienunternehmen Eberhard Göbel GmbH + Co. KG mit Hauptsitz in Ulm entwickelt und produziert schon seit über 100 Jahren innovative und qualitativ hochwertige Regenschirme. Bekannt ist der Schirmhersteller insbesondere mit seiner Dachmarke EuroSCHIRM. Das umfangreiche Lagersortiment umfasst zahlreiche Modelle, vom exklusiven High-end Schirm mit Echtkarbon-Griff, Sterling-Silber-Schieber und extra leichtem Polyester-Silk mit Lotuseffekt bis hin zum günstigen Give-away-Schirm zu extrem wettbewerbsfähigen Preisen und dennoch überdurchschnittlicher Qualität. Dank des Baukasten-Prinzips bieten sich nahezu unbegrenzte Gestaltungsmöglichkeiten, so dass individuelle Kundenwünsche als Sonderproduktionen realisiert werden können. Produktkataloge können angefordert werden unter: info@euroschirm.com

Edles Designer-Trinkgefäß

Nikko ist der Produktname der neuen stylischen Edelstahl-Isolierflasche aus dem Hause Schwarzwolf outdoor, für den Werbeartikelhandel erhältlich bei Multibrands. Sie hat ein Volumen von 500 Milliliter und ist doppelwandig ausgeführt. Die Thermoskanne verfügt über einen ergonomisch geformten Drehgriff für eine einfache Handhabung und wird in drei modernen Farben angeboten. Sie hält das Getränk etwa 20 Stunden lang warm, gemessen bei Raumtemperatur. Verpackt ist Nikko in einer schicken Schwarzwolf outdoor Geschenkbox.

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

– Anzeige –

PSI 60748 • Nature Cosmetique GmbH
Tel +49 5335 4852222
info@nature-cosmetique.de
www.nc-manufaktur.de

Mobile Kosmetik

Mithilfe des Kosmetik-Travel-Sets mit Handseife, festem Shampoo und Showerbar von Nature Cosmetique präsentieren sich Unternehmen nachhaltig, gewinnen an Aufmerksamkeit und sorgen für echten Mehrwert. Die umweltfreundliche Verpackung in Form einer Schatulle kann individuell gestaltet werden. Kunden können aus einem großen Portfolio von Rezepturen wählen. Bei größeren Kooperationen bietet der Lieferant markeneigene Düfte und die Verarbeitung regionaler Rohstoffe wie zum Beispiel Hopfenextrakt, Bienenwachs oder Kaffeetrester an. Zudem lassen sich die Produkte in Unternehmensfarben einfärben. Nature Cosmetique versendet Angebote und Muster, um das eigene Unternehmen bei Outdoor-Abenteuern unvergesslich zu machen.

Sicherer Regenschutz

Der neue Regenschirm von Lumitoys schützt in doppelter Hinsicht, nicht nur vor Regen, sondern auch vor der Gefahr, im Dunkeln übersehen zu werden. Durch die in den Speichen angebrachten bunten oder einfarbigen LEDs mit verschiedenen Blinkmodi sind der Schirm und sein Träger weithin sichtbar. Ein weiteres zusätzliches Sicherheitsplus ist die transparente Bespannung, die ein Hindurchblicken möglich macht und somit hilft, unerwünschte Zusammenstöße zum Beispiel mit anderen Passanten, Verkehrsteilnehmern oder Laternenpfählen zu verhindern. Das Öffnen und Schließen des Schirms erfolgt manuell, die LEDs werden per Batterie betrieben. Der Austausch funktioniert schnell und unkompliziert. Eine individuelle Bedruckung ist möglich, wahlweise auf dem Griff oder auf der Bespannung.

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

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

Elektrischer Feuerspender

Calbuco heißt das neue, elektrische und wiederaufladbare Feuerzeug der Marke Schwarzwolf outdoor, das mit einer hellen COB-Lampe ergänzt wird und bei Multibrands zu haben ist. Das Lichtbogenfeuerzeug hat den Vorteil, dass auch bei extremen Windverhältnissen ein Anzünden von allen denkbaren Materialien möglich ist. Die starke COB-Leuchte kann in drei unterschiedliche Modi geschaltet werden, unter anderem auch mit einem Flashlight. Die Aufladung erfolgt über das im Lieferumfang enthaltene USB-C-Kabel. Die Kapazität des Lithium-Akkus beträgt 220 mAH, die Ladezeit ein bis zwei Stunden. Je nach Umgebungstemperatur sind bis zu 200 Anwendungen mit einer Ladung realisierbar. Verpackt ist das schicke Kombigerät in einer Schwarzwolf Geschenkbox.

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

Kochen für Abenteurer

Das Kochbuch mit Rezepten der Naturensöhne für ein Abenteuer unter freiem Himmel ist bei EMF-Verlag (Edition Michael Fischer) erhältlich. Die Naturensöhne Gerrit Rösel und Andy Schulze sind aus der deutschen Bushcrafter-Szene nicht mehr wegzudenken. Ob Schichtfleisch im Dutch Oven, Knoblauch-Garnelen mit Aioli, Käse-Lauch-Suppe oder Smoky Tomaten-Bohnen-Auflauf mit Halloum: Hier bleibt niemand hungrig. Auf Wunsch integriert der EMF-Verlag Produkte und Dienstleistungen des Kunden in den Rezepttexten. Zudem kann ein Logo auf dem Cover platziert und das Corporate Design berücksichtigt werden. So entsteht ein individuelles Buch, das perfekt zum Unternehmen und zur Marke des Auftraggebers passt.

Freizeit-Allzweckwaffe

Egal ob auf Ausflügen, Campingplätzen oder auf Reisen: Das Outdoorbesteck von Dosenspezialist ist stets ein treuer Begleiter auf jeder Exkursion. Die Symbiose aus adrettem Bambus, Oliven- oder Buchenholz und robustem Edelstahl gewährleistet eine stabile Konstruktion und lässt den Kunden selbst in brenzlichen Situationen nicht im Stich. Das aus sechs Teilen bestehende All in One-Set verfügt über Gabel, Messer, Löffel, Korkenzieher, Dosenöffner und Locher. Durch diese breitgefächerte Auswahl an Werkzeugen ist der Anwender für jedes Abenteuer gewappnet. Personalisieren lässt sich der Allrounder mit individuellem Design per Gravur. Das praktische Produkt überzeugt außerdem durch ständige Verfügbarkeit und schnellen Versand. Die Allzweckwaffe bereichert den Kunden auf jeder Odyssvee, stets sicher und mit einem Hauch von Luxus.

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

YOUR UMBRELLA
FARE
FARE® Impressions
Außen neutral, innen emotional:
Der AC-Stockschirm FARE® Impressions
sorgt mit sechs neuen, farbigen Innenmotiven
für einen echten Aha-Effekt.
www.fare.de/de/news
NEU Art. 1193
6 neue Motive ...
... passend zu jedem Anlass!
– Anzeige –

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

Bunt im Regen

Dass die Prism PU Jacke R908X von Result aus recyceltem Polyester besteht, ist weder sicht- noch spürbar. Im Mittelpunkt steht der Umweltgedanke: Das Grundmaterial besteht aus recyceltem Kunststoff, Polyester und PET-Flaschen. Das Ergebnis bringt eine hochwertige, funktionelle und vielseitig einsetzbare Regenjacke hervor, die mit herkömmlicher Regenbekleidung vergleichbar ist, aber die Umwelt weniger belastet. Für die Herstellung einer Prism-Regenjacke werden zirka neun Ein-Liter-Plastikflaschen benötigt, Die Regenjacke hat ein zeitloses, klassisches Design und das Material ist weich und dehnbar. Ein besonderes Designelement des neuen Jackenmodells ist der auffällige Reißverschluss in Regenbogenoptik. Sie ist winddicht, atmungsaktiv bis 1000 Gramm und wasserabweisend bis 3000 Millimeter, verfügt über verschweißte Nähte, einen wasserdichten Reißverschluss, gute Belüftung und eine integrierte Kapuze mit Kordelzug. Weitere Details sind seitliche Reißverschlusstaschen, elastische Ärmelbündchen und ein durchgehender, farbiger Reißverschluss, vorne mit Kinnschutz. Für das in Olive Schwarz und in den Größen XS bis 4XL erhältliche Produkt wird eine Veredelung per Transferdruck empfohlen. Für das kommende Jahr plant Result eine Weiterentwicklung dieses Sortiments mit voller Regen- und Sicherheitsausstattung.

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

Messerscharf und überzeugend

Das kompakte Schwarzwolf outdoor Freizeit-Taschenmesser Gediz von Multibrands besticht durch seine leichte stabile Bauweise und ist bei jedem kleinen Abenteuer ein treuer Helfer. Mit diesem schicken Ganzmetallmesser mit ergonomisch geformtem Metallgriff und mit einer Klingenlänge von sieben Zentimetern gehen die üblichen Arbeiten leicht von der Hand. Verpackt ist Gediz in einer Schwarzwolf outdoor Geschenkbox. Durch das CR13 Edelstahlgehäuse ist dieses Qualitätsprodukt quasi unverwüstlich. Gediz gibt es in Schwarz und in Silber.

Praktische Wegbegleiter

Die Outdoor-Saison steht vor der Tür und jeder freut sich auf Aktivitäten im Freien. Beim Wandern, Camping oder bei Veranstaltungen ist die richtige Ausrüstung entscheidend. Adoma hat die passenden Produkte im Sortiment, leicht zu transportieren, einfach zu reinigen und nahezu unzerbrechlich. Darüber hinaus sind sie umweltbewusst und nachhaltig. Ein edles Design und individueller Druck verleihen den Produkten für die Verwendung im Freizeitbereich eine besondere Note. Von praktischen To-go-Bechern über Wein- und Champagnerkelche bis hin zu Weizenbierbechern und Sektkühlern reicht das Sortiment, nachhaltig hergestellt im Avllgäu. Camping muss also nicht rustikal sein.

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

PSI 41836
meterex - Karl Kuntze GmbH & Co.
Tel +49 2173 998869-0
meterex@meterex.com
www.meterex.com

Messen in der Master-Class

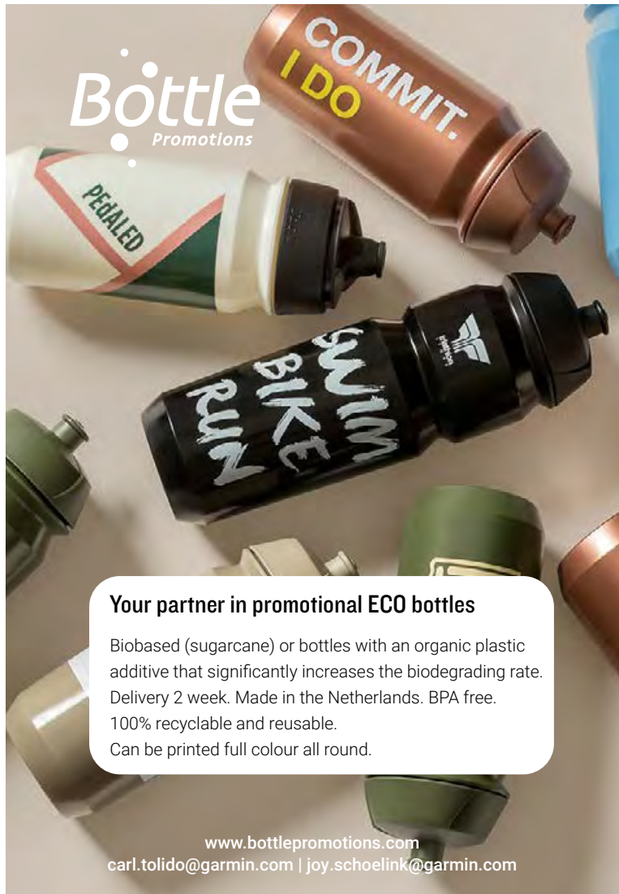
Mit dem Modell „Master“ führt meterex ein Top-Bandmaß in Europa mit einer Länge von 5,5 Meter ein. Die 28 Millimeter breiten, schwarzen Stahlbänder in Spitzenqualität besitzen beidseitig Skalierungen in Weiß und Rot. Die sehr großen Ziffern gewährleisten eine optimale Ablesung auch bei ungünstigen Lichtverhältnissen. Durch die außergewöhnliche Stabilität können die Stahlbänder horizontal bis zu 2,80 Meter und vertikal an Wänden oder Hochregallagern bis zu 3,50 Meter ausgezogen werden, ohne dass das Band abknickt. Dies ist sehr anwenderfreundlich, da auch längere Messungen ohne eine zweite Person ausgeführt werden können. Durch einen großen, beidseitig wirkenden Winkel am Bandanfang kann die stabile Bandrückseite auch gut als Lineal verwendet werden. Leicht lassen sich damit parallele Linien ziehen, etwa auf Brettern. Das Highlight des Spitzenbandmaßes bildet ein Supra-Magnet am Bandanfangswinkel. Dieser besitzt eine Haltekraft von bis zu zwei Kilogramm. Damit können auch schwere Schlüssel oder Metallwerkzeuge aus großer Höhe respektive Tiefe bequem gehoben werden. Mittels eines Domings oder laminierten Aufklebers innerhalb einer chromfarbigen Manschette lassen sich Werbemotive hervorragend zur Geltung bringen. Auf das Qualitätsbandmaß wird eine Garantie von drei Jahren gewährt.

Robustes Campingbesteck

Wer einsam und allein in der Wildnis oder bei anderen Abenteuern, beim Camping oder auch auf einer Wandertour unterwegs ist, wird die robuste und leichte Ausstattung in Form des Campingbestecks Titan Spork von Maximex aus Solingen als Basis für ein gutes Gelingen zu schätzen wissen. Zu Gabel und Löffel vereint, bietet das Werkzeug aus edlem Leichtmetall optimale Voraussetzungen. Es ist extrem langlebig, robust und rostfrei, sanft zu Kochgeschirr und Tellern. Einfach zu reinigen, spülmaschinenfest und BPA frei, lässt sich der praktische Wegbegleiter mit einer Lasergravur veredeln, wahlweise im bedrucktem Papier- oder vollständig aus Polyester gefertigten Mikrofaserzuziehbeutel. Ein ideales Geschenk für Outdoorbegeisterte.

PSI 43332 • Maximex Import-Export GmbH
Tel +49 212 23065-0 • info@maximex.de
www.maximex.de

– Anzeige –



Maximale Schärfe

Die Zeiten, in denen Cutter auseinanderbrechen, sind vorbei: Maxicut und Minicut, die scharfen Cutter von Condedi, sind im Beruf, in der Freizeit, im Haus oder im Garten die idealen Werkzeuge zum Schneiden und Öffnen. Sie sind stabil, rostfrei und kombinieren ein stilvolles, harmonisches Design in Schwarz-Silber mit hoher Funktionalität. Dank der Abbrechklingen sind sie langlebig und bieten eine hervorragende Haptik und Schneidleistung. Der Maxicut ist 16 Zentimeter lang, der Minicut etwa 13 Zentimeter. Beide Modelle haben auf der Rückseite einen praktischen Metallbügel, mit dem sie am Hosenbund getragen oder sicher in der Kleidung verstaut werden können. Die Produkte werden verpackt in einer eleganten schwarzen Geschenkbox geliefert. Die Veredelung erfolgt auf der Rückseite durch Druck oder Gravur. Als weitere attraktive Werbemöglichkeiten bietet der Hersteller Shorty mit Schlüsselring und Safecut mit Befestigungsclip in verschiedenen Farben, individualisierbar per Druck auf der Rückseite. Die Produkte sind auf Lager und ab einer Menge von 50 Stück erhältlich. Auch Sonderproduktionen sind möglich.

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

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

Botschafter für den Bau

Handwerker und Planer brauchen für die Planung ein hochwertiges Schreibwerkzeug. Die Reidinger Zimmermannsbleistifte und Spezialstifte beschriften nahezu jedes Material und garantieren präzise Markierungen auf den verschiedensten Oberflächen. Kein Wunder, dass die nützlichen Schreibgeräte so begehrt sind, zumal sie sich durch Nachhaltigkeit, hohe Qualität und Langlebigkeit sowie eine komfortable Handhabung auszeichnen. Was Werbetreibende neben den zahlreichen Ausführungen zudem überezeugt, ist die großzügig dimensionierte Werbefläche auf dem Holzschaft, die sich individuell bedrucken und veredeln lässt. Zur ersten Ansicht einfach ausprobieren im Online Konfigurator unter www.reidinger.de.

Logomatten für Campingfans

Caravan- und Wohnmobil-Liebhaber sind in freier Natur unterwegs. Naturgemäß wird jede Menge Schmutz, Dreck und Feuchtigkeit in die Fahrzeuge getragen. Genau der richtige Einsatzweck für die mit regenerierten Econyl® Brand Garn ausgestatten und waschbaren Logomatten von emco Bautechnik. Die aufmerksamkeitsstarken Werbeprodukte sind sind vielfältig einsetzbar, so etwa als Kundengeschenk für neue Eigentümer oder Mieter, bei der Übergabe eines Fahrzeugs, als Innenausstattung oder einfach als Eingangsmatte im Handel. Individuell gestaltet, setzen die Matten Akzente: Denn gebrandete Caravan-Matten sind dauerhaft präsent und verbreiten tagtäglich die gewünschten Werbebotschaften. Dank der Produktion in Deutschland können kurze Lieferzeiten realisiert und Sonderanfertigungen problemlos umgesetzt werden. Lieferbar ab nur einem Stück.

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

PSI 43144
Fare – Guenther Fassbender GmbH
Tel +49 2191 60915-223
v.kronenthal@fare.de
www.fare.de

Manche lieben's schattig

Individualisierte Sonnenschirme von Fare bringen Marken an vielen Orten groß raus. Der rechteckige Sonnenschirm im Format 200 mal 122 Zentimeter ist erhältlich in Weiß, Aprikose, Nachtblau, Grasgrün, Natur und Grau und optimal für den Einsatz auf Balkonen oder kleinen Terrassen. Ob als Schattenspender, für den UV-Schutz oder gemütliche Abendstunden mit einer schönen Beleuchtung, die sich am Gestell befestigen lässt: Der Schirm ist mit zwei bis drei einfachen Handgriffen schnell aufgebaut. Dabei sind Schirm und Unterstock zusammenzustecken, in einen passenden Füllständer zu stellen und mit dem Drehfeststeller sicher zu fixieren. Bei Bedarf lässt sich noch die Neigung des Sonnenschirms verändern und schon lassen sich gemütliche Stunden auf dem Balkon verbringen. Dank des Bezugs mit Lichtschutzfaktor UPF 50+ ist der Anwender sicher vor der Sonne geschützt. Sollte der Himmel einmal wolkenverhangen sein und der Sonnenschirm nicht benötigt werden, eignet sich das Tragefutteral perfekt als Schutzhülle. Der zweiteilige, in edlem Titan-Finish gehaltene Stock ist stufenlos höhenverstellbar und verfügt über eine Knickvorrichtung zur Neigung des Schirms. Veredelungsmöglichkeiten bestehen auf den Keilen oder dem Tragefutteral.

Give-aways für Camper

Mit viel Sorgfalt hat happyROSS eine speziell auf Camper zugeschnittene Serie an Give-aways entwickelt. Hier finden sich Schlüsselanhänger, Flaschenöffner, Flaschentaschen aus Filz, Stoffkörbe, Pins, Einkaufswagenlöser und Chiphalter. Ein besonderer Vorteil dieser Produkte ist die Möglichkeit der individuellen Gestaltung, sodass sie genau auf die Bedürfnisse und Wünsche der Zielgruppe angepasst werden können. Weitere Ideen im Internet im Portal von www.happyross.de.

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

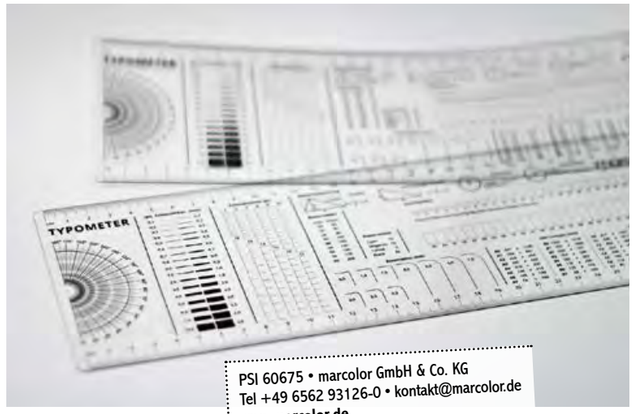
PSI 46887 • Römer Wellness Kundenpflege
Wellness & Care GmbH & Co. KG
Tel +49 6541 812950
info@roemer-wellness.de
www.roemer-wellness.de

Ungestörte Nächte im Freien

Auf der Suche nach einem perfekten Begleiter für lange Sommernächte im Freien sorgen die Anti-Juckreiz-Pflaster von Römer Wellness für ungestörte Abende und ruhigen Schlaf. Die schützenden Produkte werden in einer umweltfreundlichen Kartonverpackung geliefert, die mit Digitaldruck individuell gestaltet werden kann. Das kleine Mäppchen passt in jede Tasche und ist leicht und flach, was es zu einem perfekten Give-Away oder Mailingartikel macht. Die Handhabung ist denkbar einfach: einfach das Pflaster auf den Stich aufkleben und den Sommer ohne nervigen Juckreiz und Kratzen genießen. Bei Bedarf bietet Römer Wellness eine Expressproduktion an.

Werbung nach Maß

Beim individuellen Typometer von Werbeartikelhersteller marcolor handelt es sich um ein Messwerkzeug und Hilfsmittel für die Mediengestaltung. Dieses dient unter anderem zum Messen von Schriftgraden und Linienstärken und gibt eine Übersicht über die gängigen DIN-Formate. Dabei werden die individuellen Typometer in der hauseigenen Druckerei hochwertig im UV-Offsetdruck auf transparente PET-Folie gedruckt. Zum Einsatz kommen diese beispielsweise in Berufsschulen und Ausbildungsstätten, aber auch in vielen Bereichen der Druckindustrie. Durch die Spezialisierung auf die Bedruckung von PET, PP und Hart-PVC fertigt marcolor neben individuellen Typometern auch andere Messwerkzeuge wie beispielsweise Rissbreitenmesser, Schmerzlineale oder Datenschieber. Die Mindestmenge je nach Produkt beträgt 500 Stück.



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

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

Erhellende Momente

LuminaFlex ist das ultimative Outdoor- und Campinglicht von Metmaxx®, das eine ausziehbare acht Meter lange Lichterkette enthält, die verschiedene warmweiße Lichtmodi bietet und so für ein tolles Ambiente sorgt. Die Lichterkette aus dem Sortiment von Werbeartikelspezialist Spranz kann wieder ganz klein eingezogen werden, während das kraftvolle Zentrallicht auch als eigenständige Lichtquelle genutzt werden kann. Dank seiner wiederaufladbaren und kompakten Bauweise ist LuminaFlex ideal für den autarken Einsatz auf der Terrasse, beim Camping oder auf Reisen. Die Lichterkette kann sechs Stunden am Stück betrieben werden, die SMD-Leuchten drei Stunden, beides 2,5 Stunden. Zu den Ausstattungsmerkmalen der Lampe gehören Werte von 2000mAh, 200 Lumen, eine Dauerlicht-, Blink- und Breathing-Light-Funktion sowie Flutlicht. Zum Lieferumfang gehört auch eine Craft Paper Box.

Wirkstark abgeschirmt

Ein großes Problem bei trübem Wetter mit schlechter Sicht ist, im Straßenverkehr wahrgenommen und gesehen zu werden. Bestens auf sich aufmerksam macht die neue doppler Regenschirm-Serie Safety mit ihren knalligen Tagesleuchtfarben, den fluoreszierenden Stoffen und dem Bordürendruck mit reflektierenden Elementen. Diese Modelle in den leuchtenden Neonfarben Gelb, Grün und Pink fallen garantiert auf und lassen die Laune auch an trüben Tagen steigen. Der fluoreszierende Taschenschirm Safety Havanna Cross in Neon pink, Neon yellow und Neon green überzeugt neben seinem geringen Gewicht von nur 163 Gramm mit dekorativen Reflektoren, reflektierender Handschlaufe, einem Gestell aus Aluminium und Fiberglas-Schienen und hochwertigem Kunststoffgriff. Auch die mitgelieferte Schirmhülle verfügt über reflektierende Elemente. Der Taschenschirm Safety Magic Triangle mit Auf-Zu-Automatik und auffälligen Sicherheitselementen, einem Gestell aus Aluminium und Fiberglas-Schienen sowie einem Griff aus hochwertigem Kunststoff in der Leuchtfarbe Neon yellow eignet sich perfekt für Erwachsene. Langschirm und Oversize-Modell Safety Golf XXL Triangle in Neon yellow mit großem Schirmdach und Reflektorelementen, einem Gestell aus Fiberglas und einem rutschfesten Griff aus EVA bietet mit einem Durchmesser von 130 Zentimeter Platz für mehrere Personen. Alle Schirmmodelle lassen sich individuell nach Pantone oder silber reflektierend bedrucken.

PSI 41752
doppler H. Würflingsdoppler GmbH
Tel +49 8571 91224103
individual@dopplerschirme.com
www.dopplerschirme.com

– Anzeige –

GO GREEN

GO ORBIT

Greifen Sie zu den Sternen:
der ORBIT aus PU-Recycelmaterial ist galaktisch praktisch. Mit Anti-Theft Funktion, aufwändigem Tragesystem und großer Werbefläche.

Notebook-Rucksack
ORBIT

HALFAR
Starke Taschen.

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

Hier könnte Ihr Logo stehn

PSI 46912 • Kunststoffwerk AG
Tel +41 81 750 60 30 • sales@kwbswiss.ch
www.kwbswiss.ch

Zeichen für Präzision

Nachhaltig werben Kunden von Kunststoffwerk mit den LongLife® Eco-Zollstöcken aus dem Sortiment der Schweizer. Die LongLife® Eco-Zollstöcke von Schweizermeter® setzen ein Zeichen für Präzision und Umweltbewusstsein. Die neuesten Modelle kombinieren präzises Messen mit nachhaltigem Werben, indem sie aus recyceltem Kunststoff gefertigt werden. Diese umweltfreundliche Variante ermöglicht eine CO_2-Einsparung von bis zu 90 Prozent. Schweizermeter® steht für höchste Qualität und effektive Werbewirkung. Die Zollstöcke werden inhouse im Tampondruckverfahren veredelt. Diese praktischen und umweltfreundlichen Werbegeschenke hinterlassen nicht nur einen bleibenden Eindruck, sondern belegen auch das Engagement für Nachhaltigkeit.

PSI 49384
May Atki Market Etiket Dokuma San. Tic. Ltd.
Tel +90 212 485 1071
istakip@mayatki.com.tr
https://mayatki.com.tr/en

Hochwertige Kapuzenpullis

Im ausgewählten Angebot von May Atka sind viele hochwertige, individuell gestaltete Sweatshirts und Kapuzenpullover für Unternehmen zu entdecken, die das Markenimage stärken. Speziell für Naturliebhaber und Campingfreunde hergestellt, wird jedes Stück auf Bestellung angefertigt und garantiert eine einzigartige und individuelle, auf den Wunsch des Kunden abgestimmte Note. Die Verwendung erstklassiger Materialien garantiert eine außergewöhnliche Langlebigkeit, Gemütlichkeit und Wärme bei jedem Wetter. Die Möglichkeiten zur individuellen Gestaltung bestehen aus einem breiten Farbspektrum und besonderen Designmerkmalen, so dass Unternehmen die ideale Outdoor-Bekleidung für ihre Kunden oder Mitarbeiter entwerfen können. Ob für Firmenveranstaltungen, Gruppenaktivitäten oder Marketinganlässe: Die hochwertigen, individuell gestalteten Sweatshirts und Kapuzenpullis verbinden Mode und Funktionalität.

PSI 46970
reflAktive – Eine Marke der safeReflex GmbH
Tel. +49 4971 923312 • info@reflaktive.de
www.reflaktive.de

Gut sichtbar im Dunkel

Durch den Einsatz der hochwertigen reflektierenden Produkte wie Klack-, Joggerbänder, Anhänger oder Aufkleber, allesamt Made in Germany, sorgt Hersteller ReflAktive für deutlich höhere Sichtbarkeit. Zirka 95 Prozent der Materialen stammen aus europäischer Produktion, Sonderfarben wie Orange, Rot, Grün und Blau machen nur rund 3 Prozent des eingesetzten Folienmaterials aus und kommen von Orafol® aus den USA. Farben, Verpackungen und Einlegezettel werden ebenfalls in Europa hergestellt und entsprechen den einschlägigen Vorschriften. Nicht mehr zertifizierbar sind zum Beispiel Aufkleber, die aber weiterhin nach den Vorgaben der EN 13356 produziert werden und die bewährte Qualität und Rückstrahlwirkung haben. Andere Produkte wie Klackbänder und Anhänger sind, wenn sie die Voraussetzungen der Mindestrückstrahlfläche erfüllen, bei reflAktive bereits nach der EN17353 geprüft und zertifiziert worden. Die alte EN 13356 wird mit dem Ablauf der ausgestellten Zertifikate ungültig und darf nicht mehr benutzt werden.

PSI

Das Who und How der Branche
Mein PSI. Live.
7 – 9 JAN 2025

MEHR ALS „PLAUDERN MIT PETRA“:
DAS PSI BRINGT MENSCHEN ZUSAMMEN

Schon gewusst? Das **PSI** ist das **größte Netzwerk** seiner Art in Europa, spezialisiert auf die Werbeartikelbranche und ihre Marktteilnehmenden. Daher ist das PSI zunehmend **„on Tour“** – sei es auf internationalen Messen oder bei exklusiven Delegationsreisen. Diese persönlichen Treffen ermöglichen nicht nur den **direkten Austausch** zwischen **PSI-Mitgliedern** und ihren **Ansprechpartner:innen**. Sie bieten auch die Möglichkeit, Hersteller:innen aus nächster Nähe kennenzulernen und das Fachwissen in den Bereichen **Nachhaltigkeit** und **Produktionsprozesse** zu erweitern. Zudem eröffnen die internationalen **„PSI ON TOUR“** -Begegnungen Chancen zur Erschließung neuer Märkte und zur **Optimierung** von **Marktstrategien**. Schließlich sind **PSI Director Petra Lassahn** und ihr Team regelmäßig von **Amerika** über die **Niederlande** bis nach **Skandinavien** unterwegs.

Alle News zu „PSI ON TOUR“ finden Sie online:

scan me

Built by
RX
In the business of building businesses

Peter Felski

Neues Head of Sales DACH bei Schäfer Promotion

Schäfer Promotion GmbH

Seit Julibeginn ist Peter Felski als Head of Sales DACH bei der Schäfer Promotion GmbH zuständig für die Werbeartikelhändler in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Wie in einer Mitteilung verlautet, konnte das Unternehmen mit Sitz im Westerwald damit „einen wahren Vertriebsprofi für sich gewinnen“. Peter Felski blickt auf über 20 Jahre Erfahrungen in der Branche zurück. Beginnend 1999 auf Lieferantenseite bei der bei Multimedia in Gü-tersloh, wechselte er 2001 für 16 Jahre auf die Händlerseite. Hier waren seine Stationen zunächst Creativ Werbemittel, Eick Werbeartikel und Ci Artwork. Die vergangenen sieben Jahre war er bei der Richartz in Solingen tätig und verantwortete hier zuletzt als Teamleiter Key Accounts Dach und Benelux die vertrieblichen Geschicke des Unternehmens im Werbe-artikelhandel. „Für die Schäfer Promotion ist Peter ein großer Gewinn und wir schauen mit viel Freude und Zuversicht in die gemeinsame Zukunft“, so die Mitteilung weiter. **www.schaefer-global.com**

Staffelübergabe bei Präsent Service Albrecht

PSA Präsent Service Albrecht

Nach über 60 Jahren im Erwerbsleben, davon 44 Jahre im Werbemittelhandel, hat Peter Albrecht, Gründer, Inhaber und Geschäftsführer des Werbemittelspezialisten PSA – Präsent Service Albrecht –, jetzt mit Sitz im nordrhein-westfälischen Lengerich, den Staffelstab an Johannes Horstmann übergeben. Horstmann, der nun als Inhaber und Geschäftsführer fungiert, sammelte seine Branchen-Erfahrungen auf Händler- sowie Lieferantenseite in der Ausbildung bei Creativ Werbemittel und seinen weiteren Stationen bei den Unternehmen Promostore und team-d, bevor er Anfang dieses Jahres bei PSA seinen Werdegang fortsetzte. Dem neuen Leiter steht die erfahrene Ines Weislau im Bereich Vertrieb und Auftragsentwicklung zur Seite. „Ich bin froh, Johannes Horstmann für die Übernahme von PSA gewonnen zu haben und wünsche Johannes und seiner Mitarbeiterin Ines Weislau, die über neun Jahre bei mir erfolgreich gearbeitet hat, für die Zukunft Erfolg beim Erhalt und Ausbau des Unternehmens“, erklärt Peter Albrecht.
http://psaonline.de

Peter Albrecht (rechts) hat sein Unternehmen an Johannes Horstmann übergeben.

EcoVadis-Medaille in Bronze für WER

WER GmbH

Im Juli 2024 hat die WER GmbH erstmals die EcoVadis Medaille, BRONZE, erhalten und gehört nach eigenen Angaben damit zu den Top 35 Prozent weltweit. Für den Sendener Fullservice-Dienstleister ist diese Auszeichnung „ein Meilenstein und eine großartige Bestätigung, dass wir mit unserem bisher erbrachten Engagement auf dem richtigen Weg sind.“ Mehr noch: „Obwohl der Erhalt der EcoVadis-Bronzemedaille für uns zweifellos ein stolzer Moment ist, geht die wahre Wirkung unserer Nachhaltigkeitsbemühungen weit über diese Auszeichnung hinaus“, heißt es selbstbewusst aus Senden. Dem Unternehmen geht es nach eigenen Worten darum, weitere sinnvolle Veränderungen für eine nachhaltigere Zukunft „unseres Planeten und unserer Gesellschaft“ herbeizuführen. Dementsprechend ehrgeizig ist auch das nächste Sechsmonatsziel ausgerichtet: die EcoVadis GOLD-Medaille.
EcoVadis führt seit 2007 Nachhaltigkeitsbewertungen von Unternehmen durch und hat sich hier mit „mehr als 100.000 bewerteten Unternehmen“ (Quelle EcoVadis) zu einem Zertifizierungsunternehmen mit internationalem Renommee etabliert. Die Basis der Beurteilung stellen die Hauptthemenbereiche Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung dar. Dabei beruht die EcoVadis-Methode auf internationalen Nachhaltigkeitsstandards (GRI, UN Global Compact, ISO 26000) und wird von einem wissenschaftlichen Gremium von CSR- und Lieferkettenexperten überwacht, um zuverlässige CSR-Ratings, aufgeteilt in die 4 Themenbereiche Umwelt, Arbeits- und Menschenrechte, Ethik und nachhaltige Beschaffung, zu erstellen.

German Customer Award 2024 an uma verliehen

uma Schreibgeräte Ullmann

Die uma Schreibgeräte GmbH, international angesehener Hersteller von Schreibgeräten in der Werbemittelbranche, hat erneut ihre Qualitäten unter Beweis gestellt. Mit maßgeschneiderten Lösungen, die Markenbotschaften mit Stil und Wirkung transportieren, unterstützt das Unternehmen seine Kunden auf dem Weg zum perfekten Werbeschreibgerät, von der ersten Idee bis hin zur finalen Umsetzung. Für dieses außergewöhnliche Engagement erhielt das uma-Team nun den renommierten German Customer Award 2024. Dieser Preis wird jährlich an Unternehmen verliehen, die in den Bereichen Qualität, Service und Innovation herausragende Leistungen erbringen. Die Preisträger werden nach strengen Kriterien ausgewählt, die sich auf sieben Hauptbereiche und insgesamt 131 Unterkriterien erstrecken. „Wir messen uns täglich mit einem professionellen Marktumfeld, indem Schreibgeräte auf höchstem Qualitätsstandard angeboten werden. Ein perfektes Werbeschreibgerät profiliert sich nicht nur über die Produktqualität, sondern über dessen zielorientierten Einsatz und einer reibungslosen Umsetzung. Erreichbarkeit, Beratung, Abstimmung, enge Kommunikation und Kooperation mit unseren Handelspartnern, sind elementarer Bestandteil der uma Service-Philosophie, die nicht nur beschrieben, sondern jeden Tag gelebt wird“, beschreibt uma-Geschäftsführer Alexander UIlmann die Voraussetzungen für die Auszeichnung. „Unser Ziel ist es, nicht nur qualitativ hochwertige Produkte anzubieten, sondern auch in allen Phasen des Kundenkontakts einen erstklassigen Service zu gewährleisten. Den Kugelschreiber kann man austauschen, den Service nicht,“ erklärt Alexander Ullmann. „Es freut uns natürlich, dass wir alle Kriterien überdurchschnittlich erfüllen und den Titel ‚Gewinner German Customer Award 2024‘ als Bestätigung unserer uma-Teamarbeit tragen dürfen.“
Mehr über den umaSERVICE unter: **www.uma-pen.com/umaSERVICE**

Botanical PaperWorks

Das Team von Botanical PaperWorks freut sich über die Zertifizierung.

Botanical PaperWorks nach sozialen und nachhaltigen Standards zertifiziert

Botanical PaperWorks, Lieferant und Hersteller von pflanzbarem Saatgutpapier aus Winnipeg/Kanada, hat die B Corp-Zertifizierung erhalten. Mit Blick auf die Zukunft hat sich Botanical PaperWorks als nun „Certified B CorporationTM“ dem Engagement für Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung verpflichtet.
„Wir sind stolz darauf, einem globalen Netzwerk von Unternehmen beizutreten, die von der unabhängigen, gemeinnützigen Organisation B LabTM nach strengen sozialen und ökologischen Standards zertifiziert wurden“, sagt CEO und Mitbegründerin Heidi Reimer-Epp und ergänzt: „Dies ist ein wichtiger Meilenstein auf dem Weg des Unternehmens zur Nachhaltigkeit. Es zeigt unseren Kunden, Mitarbeitenden und Stakeholdern, dass wir uns dafür einsetzen, unsere Werte zu leben, um die Umwelt und die Gemeinschaften, zu denen wir gehören, positiv zu beeinflussen.“
Botanical PaperWorks ist ein Unternehmen für Saatgutpapier, die Kunden dabei hilft, ihre Markenbotschaften mit abfallfreien Produkten zu kommunizieren, die sowohl sozial als auch ökologisch verantwortungsbewusst hergestellt sind. Mehr Informationen unter: **www.botanicalpaperworks.com**

ISO-Zertifizierung unterstreicht Qualitätsanspruch

Mit einem umfassenden internationalen Netzwerk sowie 26 Jahren Erfahrung und Expertise im Beschaffungswesen steht die Know How International GmbH & Co. KG ihren Kunden zur Seite. Ob Kunststoff, Nylon, Polyester, Metall, Glas, Keramik oder Plüsch: Der Importeur für maßgeschneiderte Lösungen im Bereich Verpackungen und Werbemittel bietet eine große Bandbreite an Materialien für die Realisierung individueller Verkaufsverstärker nach europäischen Richtlinien und Normen. Mit der ISO 9001 – der national und international am weitesten verbreiteten Norm für Qualitätsmanagement – unterstreicht das Unternehmen seinen Anspruch, auch künftig die Qualität seiner Produkte und Dienstleistungen weiter voranzutreiben. Die Umsetzung wurde von Prokurist Christian Dettmann und Dominik Weiß, Controlling, initiiert und begleitet.

www.know-how-international.de • www.die-dose.de

Know How International

Christian Dettmann (links) und Dominik Weiß präsentieren stolz das ISO 9001-Zertifikat

FARE ist ISO-9001 zertifiziert

Nach intensiver Vorbereitung hat FARE – Spezialist für hochwertige Regen- und Sonnenschirme im Werbeartikelmarkt aus Remscheid – das erste Zertifizierungsaudit erfolgreich abgeschlossen und ist durch die DQS nach DIN EN ISO 9001:2015 zertifiziert. Ein nachhaltiges Qualitätsmanagement nach DIN EN ISO 9001 sichert eine kontinuierlich hohe Qualität von Produkten oder Dienstleistungen. Dies gilt für Unternehmen und Organisationen unabhängig von der Größe, Branche und Ausrichtung. Mit einer ISO 9001-Zertifizierung wird einem Unternehmen ein wirksames Management seiner Prozesse durch einen unabhängigen Dritten bestätigt. „Auch mit der ISO-Zertifizierung zeigt sich FARE wieder einmal als Innovator und beweist Mut, im Werbemittelmarkt noch wenig betretene Pfade zu gehen“, so die Einschätzung aus dem Unternehmen. „Dieses Projekt hat bei FARE wahrlich einen langen Anlauf hinter sich und der positive Abschluss war daher keine Selbstverständlichkeit: Erste Überlegungen gab es schon 2018, dann kam Corona und personelle Veränderungen. Währenddessen hat sich FARE permanent weiterentwickelt. Sowohl der interne als auch der externe Auditor waren beeindruckt von dem Ergebnis der langen und intensiven Vorbereitung, der Wirksamkeit der Maßnahmen und insbesondere dem guten Miteinander im gesamten Team. Im Rückblick ist die Zertifizierung der Lohn für viel Arbeit, Diskussionen, Gedanken und veränderte Arbeitsweisen und Prozesse“, heißt es weiter. Sebastian Hahn und Tanja Rickert, federführend für das Projekt, präsentierten am 25. Juli dem FARE-Team die Urkunde. Als Dankeschön gab es für die Belegschaft auch eine „coole“ Überraschung: Der Eiswagen stand vor der Tür! **www.fare.de**

FARE

Sebastian Hahn, Leiter Warenwirtschaft und Logistik, und Tanja Rickert, Referentin für Produktsicherheit & Qualitätsmanagement, präsentieren stolz das Zertifikat. Bild: FARE

Global Innovations Germany

Neuer Biowerkstoff – **neue Möglichkeiten**

Der international agierende Entwickler und Importeur Global Innovations Germany, bekannt für individuelle Sonderanfertigungen, eigene Patentprodukte sowie nachhaltige Materialien und Konzepte, hat gemeinsam mit Partnern eine neue Lösung zur Reduktion von Einwegprodukten aus Plastik entwickelt. Bei der jüngsten Innovation von Global Innovations handelt es sich um ein erdabbaubares, mikroplastikfreies Material, das sich hervorragend dazu eignet, Plastik-Produkte zu ersetzen. Die aus dem neuartigen Biowerkstoff namens „GI Green HomeCare“ entstehenden Produkte sind lebensmittelkonform und spülmaschinengeeignet, langlebig und formstabil.

Die aus dem neuartigen Biowerkstoff namens „GI Green HomeCare“ entstehenden Produkte sind lebensmittelkonform und spülmaschinengeeignet, langlebig und formstabil.

Weltweit exklusiv

Wie vom Firmensitz verlautet, kann das Unternehmen „100erte Tonnen pro Monat liefern, aber natürlich auch direkt in Form von Produkten“ und ist derzeit dabei, ein weltweites Lieferantennetz aufzubauen: „Wir liefern Ihnen unser patentiertes und weltweit exklusiv beziehbares Material gerne für externe Produktion oder auch fertige Produkte nach Ihren Wünschen. Wir haben die weltweite Exklusivität für dieses patentierte Material, u.a. im Haushalts-, Werbe- und Geschenkartikelbereich. Wir können somit jeden Produzenten beliefern.“

GI Green HomeCare – die wichtigsten Fakten

Das Material basiert auf dem Biopolyester BioPBS im Verbund mit einem mineralischen Füllstoff. Das BioPBS wird durch eine ganzheitliche Nutzung der Maispflanze gewonnen.

- umweltfreundliche Alternative zu herkömmlichen Kunststoffen
- stabil, langlebig und formstabil analog zu vergleichbaren Kunststoffprodukten
- Spülmaschinengeeignet - 200 Spülmaschinen-Zyklen vom TÜV zertifiziert
- komplett nachhaltig zusammengesetzter Naturwerkstoff
- einfärbbar mit einer Auswahl zertifiziert heimkompostierbarer Farben
- Veredelung mit heimkompostierbaren Farben möglich
- erdabbaubar ohne Rückstände von Mikroplastik – alternativ recyclebar im eigenen Kreislauf
- zertifiziertes Kompostverhalten, OK-Compost-Home Zertifikat von TÜV AUSTRIA für das Basismaterial sowie darauf basierende Produkte.

Zahlreiche Vorteile

Im Gegensatz zur industriellen Kompostierung, bei der bis zu 65 °C zum Abbau benötigt werden, kompostiert das Material im Boden oder im Heimkompost. Die Geschwindigkeit der Kompostierung kann je nach Materialzusammensetzung beschleunigt oder verlangsamt werden, was jedoch Auswirkungen auf die Zertifizierung hat. Es sind verschiedene Materialversionen von flexibel bis hart / robust verfügbar. Die Energieersparnis in der Produktion durch niedrigere Verarbeitungstemperatur Vergleich: GI Green HomeCare 180-190 °C gegenüber PP 230-270°C. Laut Global Innovations „kann nahezu jedes Produkt, das im Spritzgussverfahren hergestellt wird, ohne Änderung der Form mit unserem Material produziert werden. Unser F&E Team unterstützt Sie bei der Materialumstellung und der Beachtung der Verarbeitungshinweise“. Außerdem sind je nach Einsatzbereich weitere unzerschiedliche Materialien Ausführliche Informationen gibt es direkt beim Unternehmen. <

www.globalinnovations.de

Verstärkung im Vertrieb für Benelux

Die Handelsvertretung André van Offeren übernimmt ab sofort den Vertrieb der innovativen POLYCLEAN P-9000® Produkte für den Werbeartikelgroßhandel in den Niederlanden, Belgien und Luxemburg. Mit über 24 Jahren Branchenerfahrung und Stationen bei renommierten Unternehmen wie MidOcean, Xindao, Reflects und Promostore bringt Andre van Offeren umfassende Expertise und ein starkes Netzwerk in die Partnerschaft ein.
„Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit mit André van Offeren“, erklärt Andre Trahe, Vertriebsleiter und Prokurist bei POLYCLEAN. „Wir sind überzeugt, dass seine Erfahrung und sein Engagement uns dabei helfen werden, unsere Marktpräsenz in den Benelux-Ländern weiter auszubauen und zu stärken.“ Durch die Partnerschaft mit André van Offeren soll die Verbreitung der innovativen POLYCLEAN Produkte im Werbeartikelgroßhandel in den Benelux-Ländern weiter vorangetrieben werden. Die POLYCLEAN International GmbH ist seit 2001 auf die Entwicklung und Produktion von Hightech-Reinigungsprodukten aus P-9000® Microfaser spezialisiert. Zu dem umfangreichen Portfolio gehören u.a. Brillentücher, Displaytücher, GripCleaner, PocketCleaner und vieles mehr. Das Unternehmen verbindet nach eigenen Angaben „hochwertige Qualität „Made in Germany“ mit umfassendem Know-how, kurzen Lieferzeiten und einem ausgezeichnetem Preis-Leistungsverhältnis“. POLYCLEAN beschäftigt ca. 65 Mitarbeiter am Standort Ahaus.
www.polyclean.com

POLYCLEAN International

Im Bild von links: Mareike Elvering, André van Offeren, ppa. Andre Trahe und Silke Franke.
Quelle: © POLYCLEAN International GmbH, 2024

Mehr Klarheit. Mehr Verantwortung. Mehr Service.

Als internationaler Online-Textilgroßhändler hat es sich L-SHOP-TEAM zur Aufgabe gemacht, über das Thema Nachhaltigkeit zu informieren, Zertifikate zu erklären und seinen Kundinnen und Kunden wichtiges Know-how zu Lieferketten und Sorgfaltspflichten zur Verfügung zu stellen. All dies bündelt das Unternehmen ab sofort auf einer neuen Landingpage mit dem Titel „Nachhaltigkeit und Verantwortung“. L-SHOP-TEAM präsentiert den Launch seiner neuen Landingpage zum Thema Nachhaltigkeit und Verantwortung. Die Serviceseite wurde entwickelt, um Kundinnen und Kunden einen einfachen Zugang zu Informationen rund um das Thema Nachhaltigkeit zu bieten. „Als führender Textilgroßhändler ist es uns wichtig, verantwortungsvoll gegenüber Mensch und Natur zu handeln und Prozesse transparent darzustellen. Auf der einen Seite steigt die Nachfrage nach nachhaltigeren Produkten und nach Informationen über die Lieferkette, auf der anderen Seite sind Menschen zunehmend vom Thema Nachhaltigkeit ermüdet. Doch es gibt es kein Zurück. Die Wirtschaft muss nachhaltiger werden“, sagt Geschäftsführerin Kristin Rademacher. „Unsere neue Landingpage soll Kundinnen und Kunden helfen, sich besser über unser Handeln zu informieren und sich mit unserem Nachhaltigkeitsengagement sowie Rechten und Pflichten in der Lieferkette vertraut zu machen.“ So bietet die Internetseite vielfältige Themen kompakt und übersichtlich aufbereitet. Wer möchte, erhält stets detailliertere Informationen als Download. So ist für jeden Kunden das gewünschte Maß an Informationen und Wissen abgedeckt. Die Landingpage wird stets aktualisiert und um neue Themen angereichert. Weitere Informationen dazu unter: **https://shop.l-shop-team.de/sustainability/**

L-SHOP-TEAM

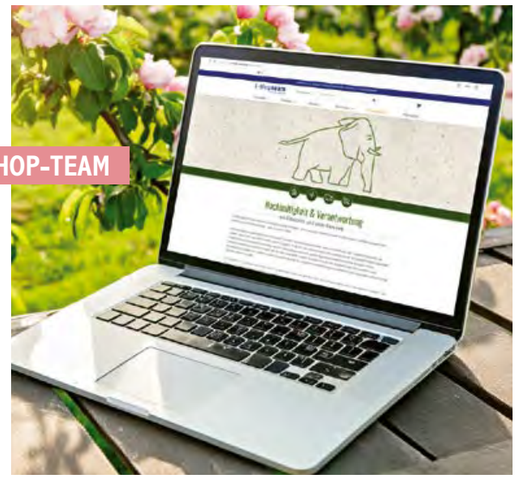


Bild: L-SHOP-TEAM

JUNG since 1828

Neuer Außendienstler am Start

Der Spezialist für Werbesüßigkeiten JUNG since 1828 aus Ludwigsburg hat Frederik Becker als neuen Vertriebsleiter für Norddeutschland und die Niederlande im Außendienst gewonnen. Seit 1. September komplettiert der Branchenexperte Frederik Becker damit das zweiköpfige Außendienst-Team des Werbemittelherstellers. Zum Gespann gehört seit 2005 Bernd Berg als Vertriebsleiter für Süddeutschland, Österreich und die Schweiz. JUNG-Geschäftsführer Dennis Dennig: „Mit Frederik Becker gewinnen wir einen erfahrenen Vertriebsprofi, der in der Welt der Werbemittel seit über 24 Jahren tätig und bereits bei vielen Kunden bekannt ist. Mit seinem Know-how und Gespür für den Markt wird er neue Impulse setzen. Ich freue mich sehr, dass er nun Teil des JUNG-Teams ist und wünsche ihm einen guten Start.“ Nach Stationen bei Newell Rubbermaid, Prodir Swiss Pen und als selbstständiger Werbemittelhändler war Frederik Becker zuletzt Key Account Manager bei der SENATOR GmbH. **www.jung-europe.de**

Ab sofort für JUNG im Außendienst unterwegs: Frederik Becker (Quelle: JUNG)

Bild: GWW e.V.

GWW

Vorstandslücke schnell geschlossen

Wie der Gesamtverband der Werbeartikel-Wirtschaft e.V. (GWW) mitteilt, folgt Beiratsmitglied Gunther Langenberg seinem zum 1. August 2024 in die GWW-Geschäftsstelle gewechselten Vorgänger Ralf Uwe Schneider in den Vorstand nach. Wie verlautet, wird Langenberg dabei die vormals getrennten Bereiche des Sektionssprechers und des für die Lieferanten zuständigen Vorstandsmitglieds in Personalunion vereinen.
„Gunther Langenberg ist dem GWW seit vielen Jahren eng verbunden – nicht nur als engagiertes Beiratsmitglied, sondern auch durch seine frühere Tätigkeit im Vorstand. Mit ihm haben wir einen zuverlässigen und motivierten Nachfolger für Ralf Uwe Schneider an unserer Seite, der die neuen Herausforderungen mit Energie und Fachkompetenz angehen wird“, heißt es vom GWW. **www.gww.de**

Energie für die Zukunft

Der norddeutsche Werbeartikellieferant mbw® hat die Betriebsstätte in Wanderup im April 2024 mit einer modernen Photovoltaikanlage ausgestattet. „Die Anlage mit 234 Solarmodulen und einer Leistung von 100 kWp markiert einen weiteren Meilenstein in der nachhaltigen Unternehmensführung“, so eine Mitteilung aus Wanderup. Bereits in den ersten Monaten erzeugte die Anlage genügend Energie, um den Betrieb zeitweise autark zu versorgen, was das Engagement für erneuerbare Energien und den Umweltschutz des norddeutschen Unternehmens unterstreicht. Das Projekt wurde in Zusammenarbeit mit der Holger Braaf GmbH aus Wanderup realisiert. „Die Investition in die Photovoltaikanlage ist ein wichtiger Schritt, nachhaltiger zu wirtschaften und zum Klimaschutz beizutragen“, so Jan Breuer weiter. „Es zeigt, wie lokale Unternehmen gemeinsam einen positiven ökologischen Fußabdruck hinterlassen können.“ Diese Autarkie sorge für mehr Unabhängigkeit und Stabilität in der Produktionskette und fördere gleichzeitig die regionale Wirtschaft durch nachhaltige Lösungen. **www.mbw.sh**

mbw®

Bild: mbw®

Am 4. und 5. September 2024 öffneten The Supplierdays im niederländischen Houten ihre Pforten. Die nach Angaben der Veranstalter PPP und PromZ „größte Herbstmesse der Werbemittelbranche“ startete erstmals unter dem neuen Namen. Bislang waren die Supplierdays als „De Leveranciersdagen“ fester Bestandteil im haptisch werbenden Messekalender.

Von „De Leveranciersdagen“ zu „The Supplierdays“

Mehr Qualität und internationale Ausrichtung

Der neue Name war für PromZ „ein logischer Schritt“. So hatte Peter van Gestel, Chefredakteur von PromZ Magazine, bereits im Vorfeld betont, dass mit der Messe eine wachsende internationale Gruppe von Ausstellern und Besuchern bedient werden solle. In der Tat konnten in diesem Jahr 253 Aussteller aus 17 Ländern gewonnen werden, ein Plus von 26,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Und die präsentierten den 1.602 Besuchern (+ 12 Prozent gegenüber 2023) erstmals über zwei Hallen hinweg ihre Produkte und Dienstleistungen. Ein Schwerpunkt lag dabei auf dem Thema Textilien, das gut ein Drittel der über 2.000 Quadratmeter erweiterten Ausstellungsfläche einnahm. Dass Textilien zunehmend an werbender Bedeutung gewinnen, bestätigte auch John Swaab, Gründer, Eigentümer und CEO von Het Portaal, zu dem auch PromZ gehört. „Werbung und Workwear wachsen immer mehr zusammen. Die Ausgaben für Workwear steigen.“

Rundum-Sorglospaket

Ebenfalls haptisch stark repräsentiert war das Thema Weihnachten. Gerade mit Blick auf das geschäftige vierte Quartal hatten die Veranstalter eine vielfältige Auswahl an Ausstellern angekündigt. Wer darüber hinaus nicht nur auf der Suche nach den neuesten Trends war, sondern auch ungewöhnliche Produkte auf dem haptischen Wunschzettel hatte, kam auf seine Kosten. Was laut Veranstaltern bei den Besuchern über beide Tage besonders gut ankam, war die kostenlose Verpflegung (Getränke und Lunch) sowie die kostenfreien Parkplätze. Unisono betonten John Swaab und Peter van Gestel: „Was uns ganz wichtig ist, wir sorgen gut für unsere Gäste.“

Ein Hauch von Hollywood

Vom Trubel in den Hallen der Expo Houten ging es am frühen Abend des ersten Messetages nach draußen in die Partyzone unter freiem Himmel. Mit einem PPP Networking Drink und der Gelegenheit zum zwanglosen Networken ging es nahtlos in die legendäre Night of the PromZ über. Im Rahmen dieses feierlichen und ausgelassen feiernden Abends wurden die Awards in den Kategorien „Supplier of the Year 2024, Specialist“ (Gewinner: New Wave Textiles), „Supplier of the Year 2024, Multi Specialist“ (Sieger: Araco International), „Supplier of the Year 2024, Generalist“ (Gewinner: XD Connects), „Lieferant des Jahres 2024 Niederlande, Overall Performance“ (Gewinner: Robitex), „Lieferant des Jahres 2024 Belgien, Overall Performance“ (Sieger: Kick and Rush Group), „Lieferant des Jahres 2024, Meiste Publikumsstimmen Niederlande“ (Gewinner: Robitex), „Lieferant des Jahres 2024, Meiste Publikumsstimmen Belgien“ (Sieger: Pasco Business & Promogifts), „Lieferant des Jahres 2024, Beste Online-Performance“ (Gewinner: IGO-Promo) und „Lieferant des Jahres 2024, Bestes Start-up“ (Sieger: Monday Merch) verliehen.

Auch das PSI war im Rahmen von PSI ON TOUR mit einem Stand vertreten. Unter dem Motto „Pop by for a sparkling surprise“ waren alle Besucher zu einem Glas Prosecco eingeladen und natürlich, um Neues aus dem Netzwerk zu erfahren.

John Swaab, Gründer, Eigentümer und CEO von Het Portaal, war mit den zweitägigen Supplierdays sehr zufrieden.

Lokal und nachhaltig

The Supplierdays wachsen und sollen auch noch größer werden. Dabei betont John Swaab jedoch, dass trotz aller internationaler Ausrichtung der Fokus der Messe auf dem lokalen Markt bleiben werde. Auch wenn man sich natürlich über jeden Besucher freue, zähle vor allem ein Aspekt: „Es geht weniger um die reine Besucherzahl, sondern wie lange jeder einzelne Besucher vor Ort auf der Messe verweilt“, so John Swaab. Besucherqualität statt reiner Besucherquantität. Überhaupt spielt das Thema Qualität eine entscheidende Rolle – auch und gerade mit Blick auf die von den Ausstellern präsentierten Produkte. „Die Qualität hat sich durchweg gebessert“, freut sich John Swaab in einem ersten Fazit. „Nach meinen Erfahrungen der vergangenen Jahre nimmt die Qualität der Produkte stetig zu. Alle sprechen über die Umwelt und darüber, dass alles grün sein sollte, doch wenn die Produkte hochwertiger sind und länger genutzt werden, ist das auch nachhaltiger. Aus meiner Sicht sind die Werbemittel immer besser geworden, so dass die Leute sie haben wollen und auch wirklich nutzen. Das ist für mich die größte Veränderung der vergangenen Jahre.“ So sieht er es auch als eine nachhaltige Aktion, dass es keine vorgefüllten Messetaschen gab. Vielmehr konnten sich die Besucher am Eingang der Messehalle leere Taschen nehmen und sie individuell bestücken.

Ausblick auf kommende Jahre

Obwohl John Swaab alles in allem sehr zufrieden mit den beiden Tagen in Houten ist und auch Aussteller und Besucher The Supplierdays 2024 als ein rundum gelungenes Event wahrgenommen haben, schwebt dem Het Portaal-CEO noch die eine oder andere Veränderung für kommende Veranstaltungen vor – ein bisschen weg von der reinen Messe hin zu einem umfassenden Gesamtpaket. Aussteller und Besucher dürfen also gespannt sein. The Supplierdays 2025 finden am 3. und 4. September 2025 und dann auch wieder in der Expo Houten statt. <

Am 5. September war die im Ruhrgebiet legendäre Grugahalle in Essen zum zweiten Mal Schauplatz der Werbeartikelmesse Nordrhein-Westfalen. Was sich vergangenes Jahr erstmals bewährte, funktionierte auch diesmal reibungslos. Aussteller und Besucher zeigten sich rundweg zufrieden mit der von drei renommierten Werbemittelspezialisten organisierten Produktschau.

Werbeartikelmesse NRW

Produktpower hoch Drei

Zum zweiten Mal Austragungsort der Werbeartikelmesse NRW: Die legendäre Grugahalle in Essen.

Guter Dinge angesichts professioneller Präsentationen (v.l.): Klaus Baumhold (Geschäftsführer Vertriebskick‘), Carsten Lenz und Matthias Janßen (GF S&P Werbeartikel), Stephan Lesniak (GF Blue Chili).

Aussteller aus nahezu allen Produktbereichen der Branche veranschaulichten die werblichen Vorzüge ihrer neusten „Hapticals“.

Zuvor in alleiniger Regie der S&P Werbeartikel GmbH mit Sitz in Meerbusch veranstaltet, sind seit vergangenem Jahr auch die partnerschaftlich verbundenen Werbemittelberater Vertriebskick‘ GmbH aus Oberhausen und Blue Chili GmbH aus Mühlheim an der Ruhr mit ‚im Boot‘ der Gastgeber. Damit bündelt die Werbeartikelmesse NRW die Kräfte dreier Branchenprofis der Region auf dem Weg zu weiteren Erfolgen auf der Bühne innovativer „Hapticals“. Dabei erwarteten die Teams des werbestarken Trios zusammen mit 60 Ausstellern aus nahezu allen Produktbereichen rund 350 über den Tag verteilte Kunden aus Unternehmen verschiedener Branchen, um ihnen die umfassenden Vorzüge gegenständlicher Werbung nahezubringen. Dies bedeutete auch dreifachstarke Erfahrung, wenn es darum geht, passgenaue Produktkonzepte für werbende Firmen zu entwickeln, um ein Optimum an Aufmerksamkeit für die jeweilige Kampagne zu erzeugen. Im Anschluss an die Messe baten wir S&P-Geschäftsführer Carsten Lenz um ein Resümee.

Werbeartikelmesse NRW zusammen mit zwei Partnern zum zweiten Mal in der Grugahalle – Ihr Fazit?
Die Werbeartikelmesse NRW hat sich mittlerweile etabliert und ist ein fester Bestandteil im Messekalender bei Industriekunden und Lieferanten geworden. Durch die Location und seitens der Organisation rundum haben die Besucher ein professionelles Erscheinungsbild der Branche erlebt – ein echter Mehrwert der Platzierung des Werbeartikels im Marketing, gerade in der immer digitaler werden Arbeitswelt. Allen Lieferanten gebührt ein großes Dankeschön für die überragende Unterstützung und das professionelle Auftreten! Wir Veranstalter sind mit der Messe sehr zufrieden. Trotz der gerade konjunkturell schwierigen Zeiten hatten sich 600 Gäste zur Veranstaltung angemeldet, von denen jedoch nur 350 erschienen sind. Dies lag vorwiegend daran, dass einige wegen Corona, andere wegen zu vieler Arbeit im Büro abgesagt haben. Dafür war wiederum die Qualität der besuchenden Firmen deutlich besser als in den Vorjahren, was die geringere Besucheranzahl bei weitem wett gemacht hat. Dies wurde uns auch von den Ausstellern kurz nach Messeschluss so widergespiegelt.

Carsten Lenz, Geschäftsführer S&P Werbeartikel

Gibt es schon Rückmeldungen seitens der Besucher?
Die Besucher haben uns durchweg ein positives Feedback gegeben. Wir merken einfach, dass es wichtig ist, mit Kunden das Thema Werbeartikel am Objekt darzustellen und zu diskutieren.

Sind Produkttrends oder Schwerpunkte auszumachen?
Die Trends gehen immer weiter in Richtung Nachhaltigkeit. Ob Produkte aus recycelten Materialien oder C02 neutral produzierte Werbeartikel bis hin zu Produkten, die cradle to cradle produziert sind.

Wie schätzen Sie die derzeitige Lage des Werbeartikelmarktes ein?
Durch die immer jünger werdenden Entscheider bei unseren Industriekunden, die in einem digitalen Umfeld aufgewachsen sind, tut sich der Werbeartikel sehr schwer. Die Wertigkeit, die komplexen Einsatzmöglichkeiten und die emotionale Wirksamkeit von Werbeartikel und der damit einhergehende Mehrwert im Marketing ist den jüngeren Entscheidern zunehmend nicht mehr bekannt. Was bedeutet das für die Branche? Die Beratung, also der klassische Werbeartikelhandel, hat es zunehmend schwer, seine Dienstleistung zu platzieren. Entscheidungen für Werbeartikel werden zunehmend digital getroffen, wobei Qualität und Know-how zum Thema keine große Rolle mehr spielen. Selbst Preise spielen hier nur noch eine untergeordnete Rolle. Die heutigen Entscheider über den Werbeartikeleinsatz wollen das Thema dann bearbeiten, wenn es ihnen im Moment passt, heißt: Egal zu welcher Zeit und an welchem Ort geht man das Thema mit seinem Laptop oder Handy an. Die Zielgruppe erwartet hier, geprägt durch Amazon, sofortige Antworten. Werden diese nicht geliefert, springt man direkt zur nächsten digitalen Lösung. Wird man fündig, wir meistens sofort bestellt – ohne externe Beratung und Know-how. Auch dort wieder geprägt durch Amazon und Co. sind sich die Käufer von Werbeartikeln sicher, dass man hier gute Produkte erhält. Im Zweifel nimmt der Verkäufer die Ware wieder zurück. Fazit: Jahrelang haben wir es mehr oder minder geschafft, Wirkung und Mehrwert von Werbeartikeln in der Industrie zu platzieren. Dieses Wissen geht aus verschiedensten Gründen seit einiger Zeit wieder verloren. Wir bewegen uns wieder mehr tendenziell in die Richtung eines Artikel-Beschaffungsmarktes. Das bietet natürlich Chancen für Berater/Händler, sich fokussiert zu platzieren, wird aber das Branchenbild nachhaltig verändern!

Hat sich der Standort bewährt?
Der Standort hat sich insoweit bewährt, dass die drei Veranstalter hier mittig einen für alle neutralen Standort haben, der für alle Kunden gut erreichbar ist. Der komplette Service der Grugahalle bietet überdies noch optimale Bedingungen für die Lieferten. Deshalb wir die nächste Werbeartikelmesse NRW 2025 4. September 2025 wieder hier in der Grugahalle stattfinden. <

https://werbeartikelmesse-nrw.de/

Mitarbeiter-Incentives, Onboardinggeschenke

Werbeartikel als Incentives und während des Onboardings generieren wirkstarke Möglichkeiten, **das Engagement und die Zufriedenheit** der Mitarbeiter zu fördern und gleichzeitig die Unternehmenskultur zu stärken.

Süßer Start ins Team

Wer das Onboarding neuer Mitarbeiter besonders kreativ und individuell gestalten möchte, findet in den maßgeschneiderten Geschenkboxen von naschlabor eine gute Basis. Gefüllt mit feinen Fruchtgummis und Marshmallows bieten sie eine leckere und einladende Willkommensgeste. Es kann zwischen vorgefertigten Boxen oder personalisierten Onboarding-Boxen nach Kundenwunsch bereits ab kleinen Stückzahlen gewählt werden. Der exklusive Rundum-Sorglos-Service des Anbieters umfasst Individualisierung ab 25 Stück, DSGVO-konformer Einzelversand und Expresslieferung auf Anfrage.

Erinnerung für Lieblingskolleg*innen

Was wäre der Job ohne die Lieblingskolleginnen und -kollegen? Auf den humorvoll gestalteten Seiten zum Ausfüllen, Ankreuzen und Einkleben aus dem Haus EMF (Edition Michael Fischer) können die schönsten Erlebnisse für immer in Erinnerung behalten werden. Mit den individuellen Steckbriefen und vielen Sonderseiten zum gemeinsamen Gestalten eignet sich dieses Ausfüllbuch perfekt als Geschenk. Inhalt, Design und Ausstattung bestimmt der Kunde. Vom Streuartikel bis zum hochwertigen Hardcover sind zahlreiche Ausstattungsmöglichkeiten denkbar. Auf Wunsch werden zudem das Firmenlogo auf dem Buchcover und/oder Produkte auf den Innenseiten platziert.

PRODUCT FINDER

PRODUKTE FÜR MITARBEITER-INCENTIVES & ONBOARDING-GESCHENKE

WEITERE **INSPIRATIONEN** FÜR PRODUKTE FÜR MITARBEITER-INCENTIVES UND ONBOARDING-GESCHENKE FINDEN SIE IM **PSI PRODUCT FINDER!**

PSIPRODUCTFINDER.DE

Built by RX
In the business of building businesses

– Anzeige –

PSI 43999 • ADOMA GmbH
Tel +49 7522 971647 • info@adoma.de
www.adoma.de

Mahlzeit und Kaffee unterwegs

Die trendigen Kunststoff-Bowls und Design-ISO2go-Becher von ADOMA sind in zwei verschiedenen Größen erhältlich und die perfekten Begleiter für den modernen Lebensstil. Ob für die tägliche Mahlzeit unterwegs oder den morgendlichen Kaffee: mit diesen beiden Produkten sind Kunden bestens ausgestattet. Der Anbieter beschreibt die Bowls als „perfekte Mischung aus Komfort und Design für jeden Tag und überall“.

PSI 11492 • ants & friends GmbH
Tel +49 421 6436990
info@antsandfriends.com
www.antsandfriends.com

Mehrwert-Schlüsselanhänger

Der innovative 2in1 Schlüsselanhänger mit Flaschenöffner wurde von Ants & Friends entwickelt und ist durch Design- und Gebrauchsmuster geschützt. Das Gadget geht weit über die Funktion eines simplen Accessoires hinaus und öffnet jedes Getränk mit Kronkorken mühelos. Der Hersteller verwendet Material aus recycelten PET-Flaschen. Die Einfärbung des Taus ist nahe an Pantone entsprechend dem Corporate Design möglich. Bis zu vier Farben lassen sich einsetzen. Eine Veredelung mittels Lasergravur auf dem Metall-Flaschenöffner sorgt für einen langlebigen Wiedererkennungswert.

Zauberhaftes Spielzeug

Der Zauberwürfel von e!xact ist viel mehr als ein Spielzeug: Er steht für die 80er Jahre, ist unisex and spricht keine Sprache. Besonders gut geeignet ist er durch diese Eigenschaften auch als Inzentive für Mitarbeiter, denn mit einem QR-Code versehen können hier umfangreiche Informationen transportiert werden. Ein Werbeartikel für die ganze Familie, der viel Wertschätzung entgegenbringt. Alle Zauberwürfel lassen sich komplett auf sechs Seiten individuell gestalten oder kommen mit nur einer Seite im Kundendesign und fünf Seiten in den klassischen Farben Rot, Grün, Blau, Gelb und Orange daher.

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

PSI 48917 • Promo-House
Tel +48 12 4114242 • info1@krawaty.info
www.krawaty.info

Zeichen der Zugehörigkeit

Anstecknadeln von Promo-House gelten als hervorragendes Onboarding für neue Mitarbeiter. Sie identifizieren nicht nur den Mitarbeiter mit dem neuen Unternehmen: gleichzeitig wirbt dieser auch für sein Unternehmen, indem er sie an Hemd oder Jacke heftet. Der Hersteller schlägt vor, die Anstecknadeln im Stanzverfahren zu wählen und sie dann mit Emaille zu füllen, wobei je nach Aushärtungstemperatur der Effekt einer weichen oder harten Emaille erreicht wird. Individuelle Herstellung ist ab 30 Stück möglich.

On Board im Kino

Die stilvolle Filmdose aus hochwertigem Weißblech von Dosenspezialist schreit förmlich nach Entertainment. Sie ist perfekt für einen Kinoabend mit dem Kollegium geeignet. Das Produkt ist rund und kommt mit einem futuristischen Design um die Ecke. Die Geschenkverpackung bietet genug Raum für jegliche Art von Karten und lässt sich ohne Probleme individuell per Prägung, Lasergravur oder Digitaldruck designen. Handlich und schnell lieferbar, ist sie ein ideales Onboardinggeschenk. Die Filmdose verkörpert Unterhaltung sowie puren Spaß und kann der Wegbereiter für einen tollen Abend unter Kollegen sein.

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

– Anzeige –

retumbler.
BY REFLECTS

NEU: Thermobecher MEZZO CERAMIC:

Purer Genuss dank Edelstahl & Keramik

320 ml

Art.-Nr. 52667

Perfekter Genuss unterwegs

Der **320 ml** Thermobecher im REFLECTS®-Eigendesign besticht durch seine innovative **keramische Innenbeschichtung**, die für einen geschmacksneutralen Trinkgenuss sorgt – ideal für alle, die den Eigengeschmack von Edelstahl vermeiden möchten. Dank der **doppelwandigen Kupfer-Vakuum-Isolierung** bleiben Getränke bis zu 4 Stunden warm oder 24 Stunden kalt. Der Becher ist spülmaschinenfest, **aus recyceltem Edelstahl** gefertigt und somit perfekt für den nachhaltigen Einsatz unterwegs.

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

Geschirr bleibt im Gedächtnis

Bei Retulp, dem Anbieter von wiederverwendbarem Ess- und Trinkgeschirr, können alle Produkte mit einem Firmenlogo bedruckt oder personalisiert werden. Namen landen so in voller Farbe auf Kaffeebechern, Flaschen und Lunchboxen. Retulp bietet eine Reihe von Standardpaketen an, kann aber auch individuelle Pakete zusammenstellen, die auf spezielle Bedürfnisse des Kunden zugeschnitten sind. Ein besonderer Tipp aus dem Sortiment: Der Retulp TravelCup als personalisierter Kaffeebecher für unterwegs und das Büro.

PSI 60479 • Retulp Custum BV
Tel +31 622586785 • customize@retulp.nl
www.retulp.nl

Für einen perfekten Einstand

Das triplus mobile office von STAEDTLER als Willkommenspräsent für neue Mitarbeiter ist eine elegante Geste, die Wertschätzung und Professionalität ausstrahlt. Mit vier hochwertigen Schreibgeräten, die in einer aufstellbaren Stiftebox präsentiert werden, bietet es nicht nur praktischen Nutzen, sondern auch eine persönliche Note durch die Möglichkeit der Individualisierung mit einer Etikettierung auf der Box und einem Tampondruck auf den Schreibgeräten. Die Box kann individuell mit allen Schreibgeräten aus der Sortimentslinie triplus befüllt werden. Zudem verfügt das triplus mobile office über ein ausziehbares Lineal zum Einheften in Ordner.

PSI 41108 • STAEDTLER SE
Tel +49 911 93650
promotional.products@staedtler.com
www.staedtler-promotional.de

Leuchtender Begleiter

Die Minitaschenlampe NOVA Made in Germany von Richard Cermak bietet sich als perfektes Onboarding Geschenk oder bei Outdoor Aktivitäten an. Der Klassiker verfügt über eine schnelle Moment- oder wahlweise Dauerschaltung, ein hochwertiges ABS-Kunststoffgehäuse und eine weiße Power-LED. Sie ist in vielen verschiedenen Farben lieferbar.

PSI 44668
R. Cermak – Penlights (Made in Germany)
Tel +49 7231 106105
info@richard-cermak.de
www.richard-cermak.de

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

Kreativer Freiraum

Limited Edition ist das neue A4 Notizbuch von Prodir, dem Schweizer Spezialisten für personalisierte Schreibgeräte – gefertigt in Partnerschaft mit mishmash, einem kleinen, im portugiesischen Porto ansässigen Unternehmen für Papierwaren. Limited Edition, das größte Produkt aus der exklusiven ‚mishmash × prodir' Notizbuch-Kollektion, passt bequem auf jeden Schreibtisch und bietet ausreichend Platz für Besprechungsnotizen oder um darin Urlaubspläne, Visionen oder die Unternehmensstrategie für das nächste Jahr festzuhalten. Limited Edition verfügt über 192 linierte Seiten und bietet mit seinen großzügigen Abmessungen viel Platz für Einträge. Wie alle Notizbücher aus der ‚mishmash x prodir' Kollektion besteht der mit praktischen Innenklappen versehene Einband aus umweltfreundlichem Fedrigoni Materica-Papier (250 g/qm) und besticht durch Volumen und Stärke. Die zur Herstellung verwendeten natürlichen und nachhaltigen Fasern verleihen dem Cover eine angenehme, leicht raue Haptik. Das Limited Edition Notizbuch, das sich dank der Kaltleim-Bindung flach aufschlagen lässt, ist in dem satten ‚Pitch' erhältlich. Limited Edition ist ab sofort und schon ab einer Mindestbestellmenge von 15 Stück lieferbar. Limited Edition ergänzt die Formate MM01 Small im Passformat und MM02 Medium in Handtaschengröße. Jedes Format besticht durch seine einzigartige Bindung und einen individuellen Papierstil. Sowohl das Small- als auch das Medium-Format sind personalisierbar und in acht ausgewählten Farben lieferbar. Logos lassen sich in wertiger Farb- oder Farblosprägung anbringen. Alternativ lässt sich der Einband auch mit einem QR-Code bedrucken, der den Markenbotschafter über unsere Cloud-Services digital vernetzt. Die ‚mishmash × prodir' Kollektion eignet sich ideal für Firmenkunden, Kreative, Studierende oder Führungskräfte. Diese Notizbücher sind die perfekten Begleiter für alle, die den Wert dieses Arbeitstools zu schätzen wissen, welches ihnen kreativen Freiraum und vielfältige Möglichkeiten der Entfaltung bietet. Limited Edition ist das Produkt der partnerschaftlichen Zusammenarbeit zwischen Prodir und mishmash. Die beiden Unternehmen verbinden gemeinsame Werte wie erstklassige handwerkliche Arbeit, hochwertige Rohstoffe, lokale Beschaffung, nachhaltige Prozesse sowie die Einhaltung höchster Arbeitsstandards. Mehr zu Limited Edition unter: www.prodir.com

Mögliche Bewerber sind begeistert

Die vielseitigen Produkte von mbw® sind nicht nur ideal für die Mitarbeiterbindung, sondern auch für das Recruiting neuer Mitarbeiter. Mit Unternehmenslogo oder einem einprägsamen Slogan versehen, bleiben sie im Gedächtnis potenzieller Bewerber. Geeignet für Jobmessen oder Recruitingveranstaltungen zeichnen sich die Produkte von mbw® durch ihre Sympathie, Nützlichkeit und Personalisierbarkeit aus. Von charmanten Herr Bert® Figuren über kuschlige Plüschtiere, nützliche Displayreiniger bis hin zu originellen Schnabels® Enten bietet mbw® eine breite Palette von Werbe- und Geschenkideen für jede Branche.

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

PSI 49862 • Handelslöwen GmbH & Co. KG
Tel +49 8282 8900960
info@handelsloewen.de
www.handelsloewen.de

Individualität steht ganz vorn

Die stillvollen Geschenksets aus dem Hause Handelslöwen können je nach Kundenwunsch individuell zusammengestellt werden. Verfügbare Inhalte sind Essig, Dips, Kräuter, Tees, Spirituosen und vieles mehr in verschiedenen Preissegmenten. Für unentschlossene Kunden bietet das Unternehmen fertig vorgepackte Geschenksets an. Bei beiden Varianten können die Außenverpackungen durch Aufkleber oder Bänder für jeden Kunden individuell angepasst werden.

Besonders nachhaltig verpackt

Onboarding-Geschenkboxen sind weit verbreitet, erzeugen aber leider oft unnötigen Müll. Klam bietet hierzu eine nachhaltige Alternative mit hochwertigen Gymbags aus Bio-Baumwolle, die dem Onboarding-Geschenk einen bleibenden Mehrwert verleihen. Die praktischen Taschen, stilvoll veredelt mit Logo oder Statement, begleiten die neuen Mitarbeiter*innen im Alltag und verbreiten Ihre Botschaft auf dem Weg zum Einkaufen oder Sport. Onboarding-Highlights von Klam werden dazu passend mit nachhaltigen PET-Recyclinggarnen veredelt. Als perfekten Inhalt für die Gymbags empfehlen sich Sporthandtücher in Firmenfarbe, die ebenfalls mit einem Logo veredelt werden.

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

Visitenkartenhalter aus edlem Holz

So erhalten Visitenkarten ganz besondere Aufmerksamkeit: Mit den hochwertigen Visitenkartenhaltern von Holz Frank aus edlem Nussbaum- oder Eichenholz mit Bio-Leinöl veredelt überzeugen sie durch ihre natürliche Schönheit und hochwertige Verarbeitung. So erhält der Schreibtisch einen Hauch von Exklusivität. Passend dazu gibt es einen Kugelschreiber, der das Set perfekt ergänzt. Beide Produkte können nach Kundenwunsch personalisiert werden.

PSI 49957 • Holz Frank GmbH & Co. KG
Tel +49 9151 83310 • info@holz-frank.com
www.holz-frank.com

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

„du“ wirst individuell angesprochen

Aufgrund der großen Nachfrage bietet Kalfany Süße Werbung den Duplo-Riegel im Werbeschuber in zwei weiteren Größen und mit neuen Füllvarianten an. Mit der Aussparung des typischen „du“ von Duplo lassen sich ganz individuelle und sehr persönliche Werbebotschaften auf dem Schuber anbringen. Und das Beste: Egal ob auf Deutsch, Englisch, oder Französisch, der Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt. Kunden haben die Wahl, zwischen dem Duplo 1er, 3er oder 4er. Außerdem kann die Füllung zwischen „nur“ Duplo oder als Kombination mit Duplo White und Kinderriegel erfolgen.

– Anzeige –

stilolinea®

THE HIGHEST QUALITY
ENRICO FUMIA'S EXCLUSIVE DESIGN
PRODUCED ENTIRELY IN ITALY
FOR AN EXCELLENT PROMOTION

MYTO® JR

stilolinea®
100% MADE IN ITALY
STILOLINEA.COM

Fotos: © Anja & Marco Tiwisina, Tiwigrafie GbR

RECYCLABLE PACKAGING

PSI 46596 • POLYCLEAN International GmbH
Tel +49 2561 86558300
psi@polyclean.com
www.polyclean.com

ULTRA KOMPAKT · SUPER LEICHT · SCHNELL TROCKNEND · EXTRA SAUGSTARK

Bereit für jede Aktivität

Das ActiveTowel® Sports von Polyclean aus hochwertiger P-9000® Microfaser ist mehr als nur ein einfaches Sporthandtuch. Es ist ein praktisches Must-Have für alle Fitness-Enthusiasten, Outdoor-Abenteurer und alle, die den Sport lieben. Dank des vollflächigen Drucks in Fotoqualität bietet das Handtuch eine großartige Möglichkeit, es ganz nach eigenen Wünschen individuell zu gestalten. Das Sporthandtuch wird in einer umweltfreundlichen Faltschachtel mit individuell gestaltbarem Schuber geliefert. Schon ab einer Bestellmenge von 75 Stück kann die Verpackung nach Kundenwunsch gestaltet werden.

Taschen mit Hygge-Feeling

Gabriele Bühring fertigt mit Ihrem Team maßgeschneiderte Laptoptaschen, die nicht nur Funktionalität, sondern auch individuellen Stil verkörpern. Unternehmen, die auf der Suche nach individuellen Laptoptaschen mit Firmenlogo sind, finden bei Bühring ihre ideale Lösung. Besonders hervorzuheben ist die Filz-Laptoptasche Seppl XL. Diese Tasche besticht durch ihr zeitloses, minimalistisches Design, das sich auf das Wesentliche konzentriert. Der besondere Filz sorgt nicht nur für optimalen Schutz empfindlicher Geräte, sondern bietet auch ein angenehmes Handgefühl. „Hygge to go“ ist das Motto, das Bühring mit diesen Taschen in jeden Arbeitstag bringen möchte.

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

Hilfreich und pfiffig

Der Smartklic Exclusive Einkaufwagenlöser mit Firmen-Logo, Kontaktdaten oder einem Imagefoto wird immer gerne als kleines, jedoch besonders wertschätzendes Geschenk angenommen. Unternehmen verwenden ihn als nachhaltige Visitenkarte oder trendiges Giveaway. Der Einkaufswagenlöser ist optional auch mit NFC-Funktion lieferbar. Durch die besonderen Gadgets der Smartklic® Visitenkarte wird diese schon bei der Überreichung positiv zur Kenntnis genommen und weicht von der Norm ab.

PSI 48593 • Smartklic GmbH
Tel. +43 72290 930800
office@smartklic.com
www.smartklic.com

Mit Tagebuch auf Reisen

Einen Begleiter, mit dem der Urlaub schönsten Zeit des Jahres und gleichzeitig unvergessen wird, stellt der Wilken Verlag vor. Das Reise-Tagebuch umfasst 48 Seiten in DIN A5 und verfügt über eine praktische Spiralbindung. Ob mit dem Flieger oder dem Motorrad, ob Berge, Sonne, Strand und Meer oder fremde Kulturen: ein Urlaub muss gut geplant sein. Das Reise-Tagebuch hilft, sich perfekt vorzubereiten, jeden Moment in vollen Zügen auszukosten und so viel wie möglich zu erleben. Reisende halten in diesem Tagebuch schöne Erinnerungen fest und machen den Urlaub damit unvergesslich.

PSI 49769 • Verlag für Prävention Wilken
Tel +49 5951 9381 • info@wilken-verlag.de
www.wilken-verlag.de

Sternstunde für Rucksack-Freunde

Das Rucksackmodell ORBIT von HALFAR® bietet optisch wie funktionell eine Menge interessanter Details. Neben einer klaren Formgebung ist die Kombination des seidig matten rPET soft PU-Kunstleders mit strukturiertem Polyestergewebe auffällig. Innen umschmeichelt er Laptop und andere Utensilien mit seinen verschiedenen Fächern. Außen verwöhnt er mit einem aufwändig gepolsterten Tragesystem mit integriertem rückseitigem Handgriff. Natürlich lässt sich dieser Laptop-Rucksack als Werbetasche individuell per Druck oder Stick veredeln.

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

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

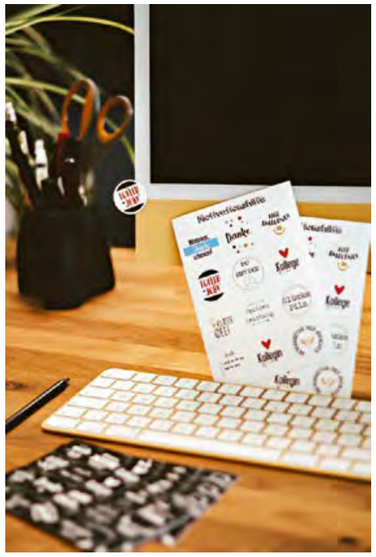
Wenn es mal etwas mehr sein darf

Als Dankeschön für außergewöhnliche Leistungen bietet Römer Präsente einen großen gefüllten Geschenkkorb an, der immer den richtigen Geschmack trifft. Der praktische Einkaufskorb mit Tragegriffen ist prall gefüllt mit 14 leckeren Produkten, darunter beispielsweise eine Flasche Champagner, eine Flasche Grappa und eine Flasche Rotwein Monte Citra sowie ausgewählte herzhafte und süße Snacks. Die Körbe werden von Hand gepackt und auf Wunsch mit einer Karte mit persönlichen Glückwünschen versehen. Das Präsent kann auf Wunsch direkt an den Empfänger verschickt werden.

Für einen perfekten Start

Das Kölner Unternehmen REFLECTS® stellt eine exklusive Onboarding Box vor, die als Willkommensgeschenk für neue Mitarbeitende konzipiert ist. Die Box ist mit selektierten REFLECTS®-Produkten gefüllt, die farblich an das Design des Kunden angepasst werden können. Das Geschenkset ist nicht nur eine perfekte Willkommensgeste für neue Teammitglieder, sondern eignet sich auch als Kundenpräsent, Weihnachtsgeschenk oder Dankeschön. Es ist in vier Varianten und 17 Farben erhältlich und kommt in einer hochwertigen, schwarzen Magnetbox zum Empfänger.

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



PSI 60675 • marcolor GmbH & Co. KG
Tel +49 6562931260 • psi@marcolor.de
www.marcolor.de

Motivation zum Kleben

Diese individuellen Stickersheets von marcolor sind günstig in der Herstellung, zudem zeitlos und dürfen in keiner Willkommensbox fehlen. Durch eine individuelle Produktion und große Materialauswahl werden die Stickerbögen durch die einzelnen Motivationsaufkleber zum sympathischen Hingucker. Die Motivationshilfen werden dabei immer individuell im Hinblick auf Format und Folienauswahl gefertigt. Dies geschieht entweder im UV-Offsetdruck, Siebdruck oder Digitaldruck. Dabei können auch besonders detailreiche Stickerformen und -figuren mittels digitalem plotten umgesetzt werden.

Begeisterung ab dem ersten Tag

Unternehmen heißen neue Team-Mitglieder mit Hilfe von Brand.it herzlich willkommen. In einer Zeit der fortschreitenden Digitalisierung sollten bestimmte Unternehmenswerte und persönliche Beziehungen ihren Charme bewahren. Brand.it® bietet die Möglichkeit, neue Teammitglieder mit hochwertigen, individuell gestaltbaren Handy- und Tablethüllen zu überraschen. Diese Produkte eignen sich nicht nur zur Mitarbeiterbindung, sondern auch zur Gewinnung neuer Talente. Kunden haben die Wahl zwischen verschiedenen Materialien für die bedruckbaren Hüllen, darunter TPU-Silikon, Kunststoff und PU-Leder.

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

Alternativen für jedes Budget

Mit den beiden Thermobechern „Metmaxx „CremaExtensaMaxima“ und der günstigeren Variante „CremaExtensaMaximaBudget“ hat Spranz zwei Alternativen für höchsten Genuss im Sortiment. Der Premium-Thermobecher besticht durch sein doppelwandiges Edelstahl-Design mit Vakuumisolierung und eine edle Pulverbeschichtung in Schwarz und Eierschale. Mit einem Fassungsvermögen von fast 1200 ml bleiben Ihre Getränke bis zu fünf Stunden heiß und acht Stunden kalt. Die kostengünstige Alternative bietet innen Kunststoff und außen pulverbeschichteten Edelstahl mit einer Füllhöhe von etwa 1100 ml. Hier bleiben Getränke bis zu drei Stunden warm und sechs Stunden kalt.

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

PSI 49090 • TDJ Die Stadtgärtner GmbH
Tel +49 5921 8183986
werbemittel@diestadtgaertner.de
www.diestadtgaertner.de

Auf ein blühendes neues Jahr

Auch zur Weihnachtszeit verbreiten die Stadtgärtner mit ihren einzigartigen Werbeartikeln blühende Festtagsstimmung. Mit individualisierten Post- und Grußkarten mit einem Saatpapiermotiv oder Saatstecker wird der Weihnachtsgruß an Mitarbeitende oder Geschäftspartner zu etwas ganz Besonderem. Saatkugeln in Form von roten Rudolphnasen oder weißen Schneemannbäuchen bringen nicht nur Freude, sondern auch Farbe in die kalte Jahreszeit. Die Pusteblumen im Glas werden von Hand auf norddeutschen Wiesen gepflückt und sind eine besondere Geschenkidee.

Backen mit Herz und Verstand

Die Vorweihnachtszeit ist eine Zeit der Vorfreude und der süßen Köstlichkeiten. Mit großer Freude präsentiert die emotion factory das Backset mit Herz, das nicht nur den Duft von frisch gebackenen Plätzchen ins Zuhause bringt, sondern auch festliche Stimmung verbreitet. In einer festlich gestalteten Kartonverpackung, die aus hochwertigem Recyclingmaterial gefertigt ist, befinden sich zwei Herz-Backförmchen in unterschiedlichen Größen. Außerdem sind zwei Gläschen Konfitüre in den Geschmacksrichtungen Erdbeere und Orange und ein kleiner Flyer mit ausgewählten Rezepten enthalten. Die quadratische Box kann individuell gestaltet werden.

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

Wertschätzung bleibt analog

Vieles wird digital, aber Mitarbeiterbindung und Recruiting bleibt persönlich. Daran erinnert mbw® in einer digitalisierten Welt: „Charme und die Bedeutung persönlicher Wertschätzung dürfen niemals verblassen!“ Das Unternehmen bietet eine breite Palette von Smile-Garanten, die nahezu jede Branche ansprechen. Ob zum Geburtstag, Jubiläum, als Willkommenspaket oder besondere Anerkennung – die vielfältigen Produkte bieten unzählige Möglichkeiten, Wertschätzung auszudrücken. Mit witzigen oder coolen Sprüchen versehen, finden sie garantiert schnell einen prominenten Platz beim Beschenkten.

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

PSI 49294 • LAMY B2B Distribution – Exclusive Gifts B2B GmbH
Tel +49 40 228679400
lamy@exclusive-gifts.com
www.exclusive-gifts.com

Schreiben in beiden Welten

Für die digitale Arbeitswelt sind LAMY Schreibgeräte für Apple- und Android-Tablets von Exclusive Gifts eine prima Option. Während der LAMY safari note+ für Apple iPads die richtige Wahl ist, greifen Android-Anwender zum LAMY AL-star EMR. Beide bieten müheloses, präzises Schreiben und ein Feeling wie auf Papier. Der Akku der Apple-Variante hält bis zu zehn Stunden und lädt per USB-C. Dank elektromagnetischer Resonanztechnologie ist kabel- und batterieloses Schreiben so wie Zeichnen mit dem Android-Stift möglich. Die digitalen Schreibgeräten von LAMY können auf 95 Prozent aller im Markt angebotenen Tablets genutzt werden.

Sportgerät als Designobjekt

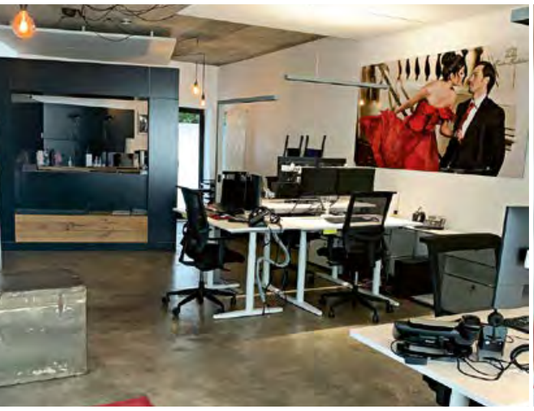
Das Indiana Balance Board von Micro Mobility Systems D aus Esche inkl. Hemisphäre, Standfuß und Trainingsmatte ist ein Sport- und Fitnessgerät, welches für verschiedene Zwecke eingesetzt werden kann. Es ist ideal für Fitnessbegeisterte, Sportler und für abwechslungsreiche Arbeitstage im Office und das einzige Fitnessgerät, welches dank seines edlen Designs zugleich ein Deko-Objekt ist, also auch im Wohnzimmer alle Blicke auf sich zieht. Das Balance Board besteht aus einem Brett, das auf einer Korkrolle oder Hemisphäre balanciert. Es wird in Europa produziert und kann Indoor sowie Outdoor verwendet werden. Es kann zudem mit Namen oder Firmenlogo personalisiert werden.

PSI 60521 • Micro Mobility Systems D GmbH
Tel +49 7428 9418-360
info@micro-mobility.de
www.micro-mobility.de

Die Tie Solution GmbH hat eine bemerkenswerte Geschichte, die von der Vision ihres Gründers, Antonio G. Sanchez, im Jahr 1989 in Wetzlar, Deutschland, bis zur heutigen Anerkennung als einer der führenden Hersteller maßgeschneiderter Accessoires reicht.

Für anspruchsvolle Bedürfnisse

Modische Accessoires **nach Maß**



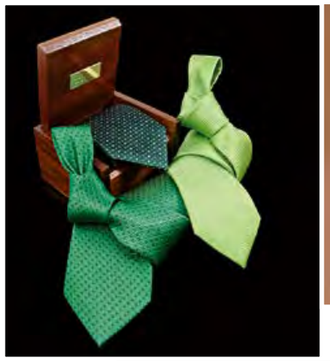
Ursprünglich begann die Geschichte von Tie Solution als Einzelhandelsgeschäft für exklusive Herrenaccessoires, das auf die anspruchsvollen Bedürfnisse einer wachsenden Kundschaft einging. Zwar ist der Gründer Antonio G. Sanchez von Haus aus Betriebswirt, doch hatte er schon von Kind eine enge und unmittelbare Verbindung zu seinem jetzigen Metier, denn seine Mutter arbeitete als Schneiderin. Beruflich agierte er aber zunächst bei einem börsennotierten Unternehmen im Bereich Merge und Akquisition, und machte sich nach der Übernahme des Unternehmens auf die Suche nach einer neuen Herausforderung. „Wie die Zufälle des Lebens manchmal so spielen, lernte ich einen Krawattenhersteller kennen, der einen Nachfolger suchte und habe dessen kleine Firma, die den Einzelhandel als Zielgruppe hatte, übernommen und umstrukturiert."

Perfekte Ausführung für modischen wie repräsentativen Chic: Tie Solution reüssiert mit Qualität und kundenorientierter Individualität.

Oben links: Smart und zeitgemäß, außen wie innen: der Firmensitz von Tie Solution in Wetzlar.

Höchste Qualität aus eigener Produktion

Die steigende Nachfrage nach individuell angefertigten Accessoires von höchster Qualität inspirierte Sanchez dazu, eine eigene Produktionsstätte zu suchen. So begann die Herstellung hochwertiger, maßgeschneiderter Schals, Halstücher, Krawatten und anderer Accessoires in Como, Italien und später in Barcelona Spanien. Mit zunehmendem Erfolg und einer wachsenden internationalen Kundschaft gründete Antonio G. Sanchez schließlich die Tie Solution GmbH als eigenständiges Unternehmen. Die Firma spezialisierte sich auf maßgeschneiderte Accessoires für Damen und Herren und setzte sich zum Ziel, die individuellen Wünsche ihrer Kunden perfekt umzusetzen. Mit der Produktion konzentrierte man sich zunächst auf große Modemarken, dann auch auf die Werbeartikelsektor, über dessen Handelsbereich sein Unternehmen Kontakte und Aufträge für die verschiedensten Branchen fand. Im Laufe der Jahre erweiterte das Unternehmen sein Sortiment und produzierte eine breite Palette von maßgeschneiderten Accessoires, darunter Halstücher, Seidenschals, Winterschals, Twillies, Hosenträger und vieles mehr.



Auch die stilgerechte Verpackung gehört zum Service der Accessoire-Spezialisten.

Neu im Portfolio von Tie Solution: maßgeschneiderte Scrunchies und Haarreifen.

Tie Solution produziert auch Furoshikis: quadratische Tücher, dievor allem in Japan traditionellerweise als Verpackung und als Tragebeutel genutzt werden, beispielsweise für Geschenke oder Kleider, die nun aber auch weltweit in Mode kommen.

Exklusive und modisch aufeinander abgestimmte Sets werden ganz den Kundenbedürfnissen angepasst.

Umfassendes Sortiment

„Seit kurzer Zeit bieten wir unseren Werbemittelhändlern unter anderem auch maßgefertigte Scrunchies und Haarreifen, die auf Basis hochwertiger Stoffe gefertigt sind, an und die auch für Halstücher und Krawatten verwendet werden. Sei es in Twill Seide/Polyester bis hin zu Jaquard Seide/Polyester", so Sanchez. Jedes Produkt wird nach den spezifischen Vorstellungen und Designs der Kunden gefertigt, wodurch sich Tie Solution einen Ruf für Qualität und kundenorientierte Individualität aufbaute.

Ansprüche des Kunden im Mittelpunkt

Der Erfolg von Tie Solution beruht auf der hervorragenden Handwerkskunst, der Fähigkeit, auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden einzugehen, und der Leidenschaft für Qualität und Innovation. Diese Werte bildeten von Anfang an das Herzstück des Unternehmens und führten zu einer breiten internationalen Anerkennung. Mit seinem umfassenden Sortiment deckt Tie Solution alle Preisklassen und Bedürfnisse seines breiten Kundenkreises ab. „Wir gehen auf die Ansprüche und Preisvorstellungen des Kunden ein und unterstützen diesen von der ersten Idee bis zum fertigen Produkt inklusive der termingerechten Auslieferung", so Sanchez, der hinsichtlich der Termintreue betont: „Wir sind der einzige Hersteller auf dem Markt, der in 14 Tagen per Express Produktion jede Stückzahl in der EU umsetzen kann." Und weiter: „Für eine möglichst perfekte Ausführung der Kundenwünsche investieren wir sehr viel in Technik und Materialien. Außerdem lieben wir die Beratung und haben Spaß und Freude beim Ausarbeiten der Projekte, was uns zusätzliche Inspiration verschafft. Außerdem haben unsere Kunden zusätzlich auch die Möglichkeit, in unseren B2B-Shops unter www.tiesolution.at/konfigurator/#/tie und www.tiesolution.nl/configurator/#/neckerchiefs ihre Designs in verschiedenen Sprachen selbst umzusetzen."

Unverwechselbar und exquisit

Heute zählt die Tie Solution namhafte Unternehmen und Institutionen aus verschiedenen Branchen zu ihren Kunden, darunter Europaweite Werbemittelhändler sowie namhafte Unternehmen. Der beeindruckende Kundenstamm spiegelt das Vertrauen wider, das Tie Solution durch seine herausragenden Produkte und seine engagierte Kundenausrichtung gewonnen hat. So hat sich das Unternehmen als angesehener wie gefragter Anbieter von maßgeschneiderten Accessoires auf dem internationalen Markt etabliert. Die Entwicklung dahin ist eine Geschichte von Innovation, Engagement für höchste Qualität und die Fähigkeit, die Ansprüche der Kunden in unverwechselbare und exquisite Accessoires umzusetzen. Mit dem wachsenden Erfolg verbunden ist das Unternehmen bestrebt, die europaweite Expansion sowie das Erschließen weiterer Märkte in Südamerika und Asien weiter voranzutreiben. Aktuell ist Tie Solution unter www.tiesolution.org bereits in 35 Sprachen online. <

https://www.tiesolution.org • https://www.scrunchiescustomized.com

Meetings, Teambesprechungen, Jour fixe: feste Termine für arbeitsbezogenen Austausch gehören zum Unternehmensalltag – theoretisch. Wir sprachen mit Jenny Mangold, Head of Marketing bei Kalfany Süße Werbung, darüber, warum „Workload“ keine Ausrede für Absagen solcher Termine sein darf und warum sie Kommunikation mit und unter den Mitarbeitenden priorisiert.

Jenny Mangold über Kommunikation als Top Skill

Inspirieren, motivieren, **aufeinander eingehen**

„Gerade im Marketing ist es von zentraler Bedeutung, auch mal über den Tellerrand hinauszuschauen. So kommen oft die besten Ideen.“
Jenny Mangold

Sie haben im Juli 2023 die Leitung des Marketings übernommen, Ihre erste Position als Führungskraft. Welche Herausforderungen gab es anfangs? Wie haben Sie sie mit Ihrem Team gemeistert?
„Ich denke das Wichtigste war, mehr Struktur in unsere Arbeit zu bekommen. Mir war und ist es sehr wichtig, dass wir uns als Marketingteam einmal die Woche für eine Stunde zusammensetzen und gegenseitig reihum ein Update über die aktuellen Aufgaben und Projekte geben. In der Vergangenheit wurde das wöchentliche Meeting aufgrund des hohen Workloads gerne mal abgesagt, aber es zeigte sich, dass ein regelmäßiger Austausch ausgesprochen wichtig für das Team ist. So sind alle informiert und es kommen auch viel häufiger Überschneidungen oder Tipps von anderen auf, die sonst vielleicht untergegangen wären. Außerdem lief die Kommunikation zwischen den Abteilungen Marketing und Vertrieb nicht sonderlich gut. Auch hierfür haben wir einen monatlichen Jour fixe ins Leben gerufen, um mehr Transparenz in die Arbeit der beiden Teams, die eigentlich Hand in Hand arbeiten sollten, zu bekommen.“

Was macht für Sie Führungskompetenz aus?
„Führungskompetenz hat für mich viel mit Kommunikation zu tun. Es ist mir wichtig, dass wir offen miteinander kommunizieren und uns dadurch auch gegenseitig unterstützen können. Ich möchte mein Team motivieren und inspirieren. Gerade im Marketing ist es von zentraler Bedeutung, auch mal über den Tellerrand hinauszuschauen, die Gedanken schweifen zu lassen, mal ‚herumzuspinnen‘ und auf jeden Fall auch zu diskutieren und kritische Fragen zu stellen. So kommen oft die besten Ideen! Jeder sollte sich trauen können, seine Ideen oder Vorschläge offen anzusprechen. Ich finde es außerdem sehr wichtig, dass man auf jedes Teammitglied eingeht, denn jede Person ist anders, arbeitet anders und hat auch andere Erwartungen. Aber am Ende funktionieren wir nur gemeinsam. Meine Aufgabe sehe ich darin, stets einen Überblick über die Aufgaben und Projekte der einzelnen Personen, aber auch über das Wohlbefinden jedes einzelnen zu haben. Ehrlichkeit und Transparenz sind ebenfalls für mich wichtige Faktoren.“

Aus Ihrer Sicht: Worauf sollten Frauen bei ihrer Karriereplanung achten, um sich auf eine Spitzenposition vorzubereiten?
„Ich glaube es ist wichtig, sich nicht unterkriegen zu lassen. Noch immer sind viel mehr Männer in Führungspositionen als Frauen. Davon sollte man sich nicht abschrecken lassen.“

Worauf sind Sie besonders stolz, wenn Sie auf Ihre bisherige Karriere blicken?
„Am Anfang war es schwierig, überhaupt erst einmal Fuß zu fassen. Durch diverse Praktika, mein Trainee-Jahr und Jobs in unterschiedlichen Bereichen habe ich erst so richtig herausgefunden, worin meine Stärken liegen und was mich wirklich interessiert. Frisch nach dem Abi wusste ich auch noch nicht ganz genau, in welche Richtung es gehen sollte. Es ist wichtig, sich die Zeit zu nehmen, um Dinge auszuprobieren und sich nicht selbst unter Druck zu setzen, nur weil andere schneller ihren Weg und ihren Traumjob gefunden haben. Ich bin einfach froh, dass alles so gekommen ist, wie es jetzt ist, und ich bei Kalfany Süße Werbung einen tollen Arbeitgeber gefunden habe, der seine Mitarbeiter fördert, offen für Neues ist und einfach ein Ort ist, an dem man gerne zur Arbeit geht.“

Stichwort New Work: Lassen Sie uns über digitales und ortsunabhängiges Arbeiten, Jobsharing, Mentoring und Work-Life-Balance bei Kalfany Süße Werbung sprechen.
„Bei uns im Marketing besteht immer die Option, auch aus dem Homeoffice heraus zu arbeiten. Ein Kollege arbeitet komplett remote, da er in München sitzt und unser Unternehmen in Herbolzheim ist. Dank Microsoft Teams usw. ist ortsunabhängiges Arbeiten in unserem Bereich überhaupt kein Problem mehr.“

Welche Rolle spielen Süßigkeiten für Sie beim Teambuilding?
„Da wir täglich mit Süßwaren zu tun haben, wird bei uns natürlich auch viel genascht. Zum Glück sind wir alle kleine Naschkatzen und freuen uns immer, wenn wir neue Fruchtgummi-Kreationen probieren dürfen.“

Gibt es bei Ihnen Förderprogramme?
„Kalfany Süße Werbung ist stets offen für Weiterbildungen und Schulungen. Das hat auch mir sehr geholfen. Anfang des Jahres durfte ich an einem Pilotprojekt unserer ‚Mutter‘, der Zertus-Gruppe, in Form einer Schulung für junge Führungskräfte teilnehmen.“

Was motiviert Sie jeden Tag aufs Neue?
„Das gesamte Team, aber auch die Arbeit an sich. Jeder Tag ist anders und es entstehen immer wieder spontane und neue Aktionen, die wir über den kleinen Dienstweg schnell realisieren können. Ich mag die Werbemittelbranche und vor allem unsere Produkte – ich bin riesiger Fan unseres eigenen Bären Company Fruchtgummis.“ <

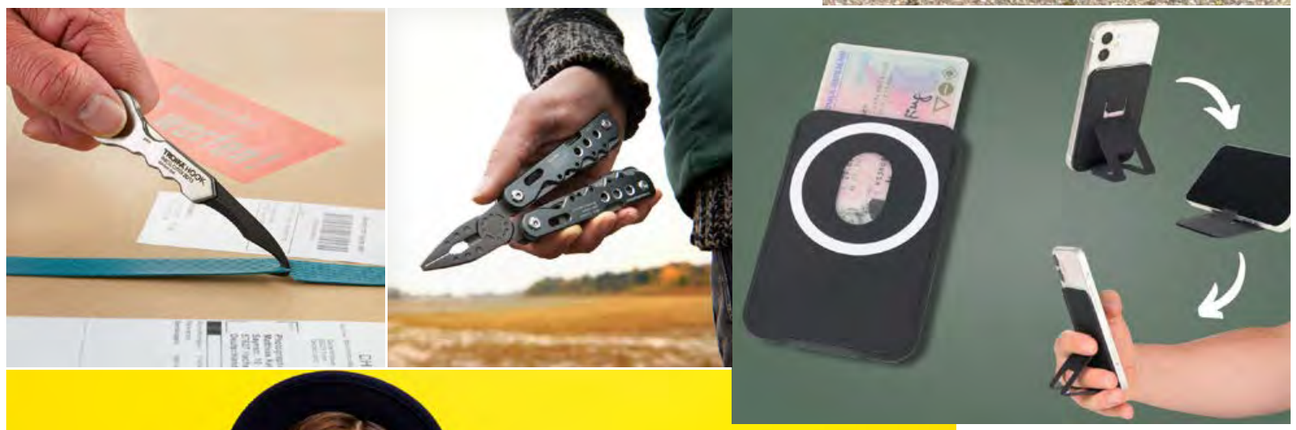
www.suesse-werbung.de

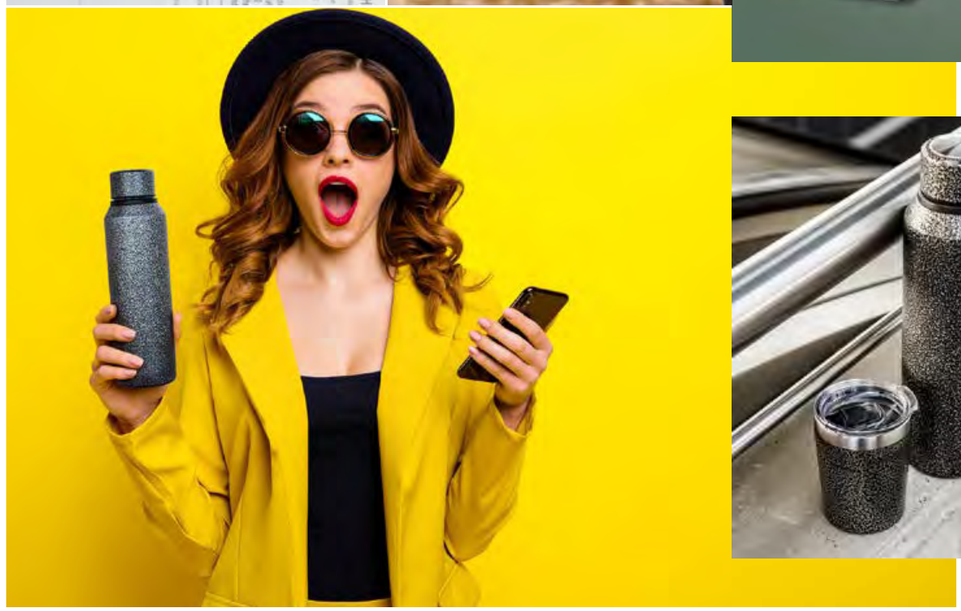
www.psi-network.de PSI Journal 10/2024

Generationswechsel und Nachwuchsförderung bei Troika

Hohe Erwartungen **motivieren mich**

In diesem Sommer feierte Linus Böll seine 10jährige Zugehörigkeit zum Familienunternehmen Troika, das sein Vater Linus Böll schon 1992 erwarb. Seither hat sich die international anerkannte Marke für stylishe, mit zahlreichen Designpreisen ausgezeichnete Produkte immer wieder gewandelt und weiterentwickelt und zählt heute zu den renommiertesten Lieferanten für originelle und funktionale Werbe- und Geschenkartikel für Reise, Outdoor, Office und Organisation. Im August 2014 begann Linus Böll bei Trioka seine Ausbildung zum Kaufmann im Groß- und Außenhandel und hat sich inzwischen in verschiedenen Stationen im Hause vieles angeeignet, was er als designierter Nachfolger seines Vaters wissen muss. Besonders Nachwuchsförderung und Weiterbildung liegen ihm am Herzen – Themen, die er nach und nach mit Inhalten füllt. Wir sprachen mit Linus Böll über den Generationenwechsel und seine Ideen für ein zukunftsfähiges Ausbildungskonzept.





Im Portfolio von Troika finden sich zahlreiche originelle wie funktionale Werbeartikel, die viele Themenbereiche abdecken.

„Die Nachwuchskräfteförderung ist entscheidend für die Zukunft der Branche.“

Im Gespräch mit Linus Böll

Sie haben vor Kurzem ihr 10-jähriges Jubiläum bei Troika gefeiert. Wie fühlt sich es sich an, als Sohn des Chefs im Unternehmen zu arbeiten?
Es ist eine besondere Herausforderung und gleichzeitig ein großes Privileg, im Familienunternehmen tätig zu sein. Als Sohn des Chefs habe ich von Anfang an sowohl eine große Verantwortung als auch die Chance, das Unternehmen aktiv mitzugestalten. Die Erwartungen sind hoch, aber das motiviert mich. Ich habe immer sehr viel Vertrauen von meinem Vater erhalten. Es ist spannend, den Familienbetrieb in die nächste Generation zu führen und gleichzeitig meinen eigenen Weg zu finden.

Wo stehen Sie aktuell mit Troika in puncto Generationenwechsel?
Der Generationswechsel ist ein langfristiger Prozess. Zurzeit bin ich Verkaufsleiter in unserer Werbeartikel-Abteilung. Darauf habe ich seit meiner erfolgreich abgeschlossenen Ausbildung 2017 Schritt für Schritt hingearbeitet. Nach und nach habe ich mehr Verantwortung übernommen und bin seit letztem Jahr Verkaufsleiter B2B Europa. Mein Ziel ist es, in den kommenden Jahren sukzessive

>>

>> mehr Aufgaben der Geschäftsführung zu übernehmen, während mein Vater mir noch beratend zur Seite steht. Der Übergang soll nahtlos verlaufen, um die Kontinuität und den Erfolg von TROIKA sicherzustellen.

Vor welchen Herausforderungen haben Sie in ihrer Laufbahn gestanden, welchen müssen Sie sich heute stellen?
Eine der größten Herausforderungen für mich ist es, die Mitarbeiter individuell entsprechend ihrem Erfahrungslevel zu führen und Aufgaben gezielt zu delegieren. Gleichzeitig möchte ich jeden Einzelnen motivieren, eigene Ziele zu verfolgen. Der Generationswechsel erfordert zudem, den richtigen Weg zu finden, um die Erfahrung der älteren Generation mit den frischen Ideen der jüngeren zu vereinen. Persönlich ist es auch eine Herausforderung, Beruf und Familie in Einklang zu bringen – vor allem jetzt, denn bin im letzten Jahr Vater geworden.

Welchen Tipp haben Sie für Branchen- und Berufseinsteiger?
Seid neugierig und offen für neue Herausforderungen und Aufgaben! Die Branche bietet viele Möglichkeiten, sich weiterzuentwickeln, aber man muss bereit sein, Verantwortung zu übernehmen und immer dazuzulernen. Networking und der Aufbau von starken beruflichen Beziehungen sind ebenso wichtig wie fachliche Fähigkeiten.

Warum werden „Newbies" bei Troika herzlich begrüßt?
Bei TROIKA legen wir großen Wert auf eine offene und familiäre Unternehmenskultur. Neue Mitarbeiter sollen sich von Anfang an wohl und willkommen fühlen, denn ein gutes Arbeitsklima ist die Basis für Erfolg. Wir glauben, dass eine persönliche Begrüßung dazu beiträgt, die Integration ins Team zu erleichtern und den Teamgeist zu stärken.

Was ist das Besondere am Troika Ausbildungskonzept?
Wir fokussieren uns auf eine praxisnahe Ausbildung, die den Auszubildenden ermöglicht, von Anfang an Verantwortung zu übernehmen und in Projekten mitzuwirken. Zum Beispiel fahren Azubis früh mit auf Messen, betreuen schon selbst Kunden, erstellen selbst Marketingkampagnen oder dürfen in der Produktentwicklung eigene Neuheiten mit entwickeln. Jeder Auszubildende schnuppert auch in jede Abteilung von TROIKA für mehrere Monate mal rein, um nachher festzustellen, wo die Stärken sind. Zudem bieten wir eine enge Betreuung durch erfahrene Mitarbeiter und fördern die persönliche Weiterentwicklung jedes Einzelnen. Unser Konzept ist darauf ausgerichtet, junge Talente langfristig zu fördern und ihnen die besten Voraussetzungen für eine erfolgreiche Karriere bei TROIKA zu bieten.

Welche Maßnahmen ergreift Troika, um junge Talente im Unternehmen zu fördern?
Wir bieten unseren jungen Talenten eine langfristige Entwicklung im Unternehmen und eröffnen ihnen zahlreiche Möglichkeiten zur Weiterbildung und zur Übernahme von Verantwortung. Uns ist es wichtig, junge motivierte Mitarbeiter frühzeitig zu fördern und ihnen Perspektiven für eine langfristige Karriere bei TROIKA aufzuzeigen. Das kommt allen Seiten zugute.

Wie sieht Ihr Programm zur beruflichen Weiterentwicklung für Nachwuchskräfte aus?
Da muss ich ehrlich sein, das ist bei uns noch nicht zu 100 Prozent ausgereift und muss noch verbessert werden, aber steht auf der To-do-Liste ganz weit oben. Wir möchten ein strukturiertes Entwicklungsprogramm, das sich an den individuellen Stärken und Zielen unserer Nachwuchskräfte orientiert. Dazu gehören interne und externe Fortbildungen, aber auch regelmäßiges Feedback und die Möglichkeit, in verschiedenen Abteilungen Erfahrungen zu sammeln. Unser Ziel ist es, den Mitarbeitern die besten Chancen für ihre berufliche und persönliche Weiterentwicklung zu bieten.

Welche Initiativen wünschen Sie sich von der Branche?
Ich würde mir wünschen, dass die Branche verstärkt auf die Förderung von Nachwuchskräften und den Austausch von Best Practices setzt. Schön wäre es auch, wenn es Weiterbildungsmaßnahmen rein für unsere Branche gäbe.

Welche Bedeutung hat das Thema Nachwuchsförderung aus Ihrer Sicht für die Branche?
Die Nachwuchskräfteförderung ist entscheidend für die Zukunft der Branche. Ohne junge, motivierte Fachkräfte wird es schwierig, den Herausforderungen des Marktes gerecht zu werden. Wir brauchen innovative Köpfe, die frische Ideen einbringen und die Branche voranbringen. Daher ist es unerlässlich, frühzeitig in die Ausbildung und Förderung junger Talente zu investieren.

Troika stellt auch auf der kommenden PSI aus. Warum haben Sie sich für die PSI 2025 entschieden?
Die PSI ist eine der wichtigsten Plattformen für unsere Branche, und wir sehen sie als eine ideale Gelegenheit, unsere Produkte, Innovationen und unser Unternehmen einem internationalen Publikum zu präsentieren. Sie bietet uns die Möglichkeit, wertvolle neue Kontakte zu knüpfen und den Austausch mit unseren Bestandskunden zu intensivieren.

Welche Erwartungen haben Sie an die Messe, auch in Sachen Next Generation Empowerment?
Ich erwarte von der PSI 2025 spannende Impulse zu aktuellen Trends und Innovationen, die unsere Branche nachhaltig beeinflussen werden. Die Messe bietet eine großartige Plattform, um voneinander zu lernen. Gerade im Kontext des Generationswechsels in Familienunternehmen ist es essenziell, neue Ideen zu entwickeln, die sowohl die nächste Generation im Unternehmen stärken als auch Innovation und Nachhaltigkeit fördern.

Welche Themen und Angebote bringen Sie im Januar mit nach Düsseldorf?
Wir werden auf der PSI 2025 unsere neuesten Produkte präsentieren. Dabei wird die neue Kollektion hochwertiger Design-Globen von TROIKA im Mittelpunkt stehen. <

https://business.troika.de

Vielseitige Gepäckträger

Die Funktionen im Reisegepäck von Victorinox sind so vielseitig wie ihr Gebrauch: Ob für einen Tagesausflug, einen Wochenendtrip oder den Urlaub – geschäftlich oder zur Erholung – mit der Airox Advanced Kollektion von Victorinox ist man für jede Reise gewappnet. Die Kollektion bietet eine **vielseitige Lösung für den Reisealltag**. Die Koffer sind die Leichtgewichte im Hartschalenportfolio des Anbieters und haben ein intelligentes Innenleben. Erhältlich sind sie in den Farben Schwarz, Storm und Stone White.

PSI 44281 • Victorinox AG
Tel +41 41 8181211 • b2b.ch@victorinox.com
www.victorinox.com

Schluss mit der Kartensuche

Schluss mit der Suche nach Karten in allen Taschen! Das Kartenetui EDELCARD von TROIKA schafft Abhilfe im Nu: Mit **Platz für bis zu drei Karten**, einem praktischen Schiebemechanismus und Magnetkraft der Stufe N52 für ein iPhone (MagSafe). Das Etui bietet RFID-Schutz und kommt mit einem zusätzlichen Metallring für andere Smartphones. EDELCARD glänzt mit ihrem edlen Diamantschliff, stets makellos und frei von Fingerabdrücken. Dank ihrer robusten Beschaffenheit ist sie äußerst unempfindlich. Der N52-Magnet auf ihrer Rückseite ist kraftvoll, jedoch absolut unschädlich für Kreditkarten und andere elektronische Geräte.

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

Quietsche-Ente nicht enthalten
Squeaky duck not included

© Studio 100 Animation

© Studio 100 Animation

Gelb-schwarze Sympathieträger

Als offizielles Lizenzprodukt sind „Die Biene Maja“ und ihr Freund Willi jetzt exklusiv bei Schnabels® im Portfolio. Das Original im gelb-schwarzen Design sind generationsübergreifend bekannt und geliebt. Ihre **hohe Wiedererkennbarkeit** macht sie zu idealen Sympathieträgern, die Emotionen wecken und Generationen verbinden. Individuell mit dem Logo des Kunden bedruckt präsentieren sich die beiden als niedliche und effektive Markenbotschafter. Ob als Kundengeschenke oder Mitarbeiterpräsente vermitteln sie Wertschätzung und bleiben nicht nur für Nachhaltigkeitskampagnen in Erinnerung.

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

Kommunikative Präzisionstechnik

Stempelschreiber von Heri sind mehr als nur einfache Schreibgeräte: sie sind Meisterwerke der Präzisionstechnik, die elegantes Design mit hoher Funktionalität vereinen. **Mit innovativer Stempelmechanik** und hochwertigen Materialien bieten sie ein breites Nutzungserlebnis. Die Stempelmechanik sorgt für präzise Stempelabdrücke und ein müheloses Stempeln. Der robuste Innenzylinder und die elegante Metallhülse garantieren Stabilität und ein angenehmes Schreibgefühl. „Wir verwenden nur die besten Materialien und bieten Modelle für jedes Budget“ so Firmenchef Armin Rigoni.

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

– Anzeige –

Werbung, die nie verwelkt

Die Schmoozies® Evergreenies® von mbw® sind perfekte Werbeartikel, die nie verwelken. Die kleinen Bildschirmreiniger mit weicher Mikrofaser-Unterseite sorgen für kristallklare Displays bei Smartphones und Tablets. Sie **bleiben immer frisch und grün** und bringen mit den neuen Charakteren Monstera, Aloe Vera, Bogenhanf, Sukkulente, Tulpe und Kaktus Abwechslung in den Alltag der Kunden und Mitarbeiter. Ideal auch als Giveaway auf Messen. Mit einem Logo oder Spruch auf der Werbefahne werden die Pflanzen zu unvergesslichen Werbeträgern.

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

Aufkleber für jedes Wetter

Wechselnde Temperaturen, starke Sonneneinstrahlung oder Feuchtigkeit durch Regen und Schnee sind nur einige Schwierigkeiten, die einen Aufkleber im Außenbereich vor große Herausforderungen stellen. Bei marcolor nutzt man zur Herstellung von Folienaufklebern ausschließlich **hochwertige Kunststofffolien** mit diversen Klebestärken und bietet eine große Auswahl an Schutzlacken an. Die wetterfesten Aufkleber sind nicht nur besonders lichtecht, sondern auch extrem haltbar. Sie kommen als Container- und Mülltonnenaufkleber, aber auch als Maschinen oder Autoaufkleber sowie Industrieaufkleber für Geräte zum Einsatz.

PSI 60675 • marcolor GmbH & Co. KG
Tel +49 6562931260 • psi@marcolor.de
www.marcolor.de

Isoliert kalt und heiß

Der Kölner Werbeartikel-Allrounder REFLECTS® präsentiert unter der Marke Retumbler – Best of Drinkware – zwei Thermobecher und zwar den Mezzo Click und den Mezzo Ceramic. Beide Eigenentwicklungen zeichnen sich durch modernes Design und **eine geschmeidige Form** aus. Während der Mezzo Click bequem per Knopfdruck geöffnet und geschlossen wird, überzeugt Mezzo Ceramic mit seiner keramischen Innenbeschichtung. Die 280 bzw. 320 ml fassenden Becher sind auslaufsicher und halten Getränke bis zu 4 Stunden warm oder 24 Stunden kalt. Die beiden Artikel können mittels Lasergravur, Tampondruck oder UV-Druck veredelt werden.

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

Dufte Give-away für Herren

Ob Business oder Freizeit – Männer legen Wert auf den gepflegten Auftritt. Das Eau de Parfum-Set von Gammon mit vier Düften in **jeweils 2ml Spray-Flakons** ist ideal geeignet als individualisierbare Aufmerksamkeit in Hotels, Clubs oder Marinas. Wer mehr darüber wissen möchte, schreibt einfach eine E-mail an: marcin@captiva-gmbh.de.

PSI 60902 • CAPTIVA GmbH
Tel +49 2434 8053720 • marcin@captiva-gmbh.de
www.captiva-gmbh.de

Spielspaß garantiert

Nach dem Spiel ist vor dem Spiel: Nach der Fußball-Europameisterschaft starten alle Fußball-Ligen in die neue Saison. Pünktlich dazu präsentiert Karl Knauer seine Surprise-Serie, die nicht nur Fußballfans in Begeisterung versetzen soll. Die Serie kombiniert elegante Verpackungslösungen mit überraschenden Inhalten: Auf den ersten Blick verrät die neue Verpackungsserie „Surprise“ nicht, was in ihr steckt. Je nach Motiv und Format warten **unterschiedliche Mottospiele** darauf, entdeckt zu werden. Besonders spannend für alle Fußballbegeisterten ist der Surprise Fußball-Präsentkarton. Er enthält ein integriertes Geschicklichkeitsspiel in Form eines Fußballstadions, komplett mit vorgestanzten Bällen und Spielern.

PSI 41794 • Karl Knauer KG
Tel +49 7835 7820 • werbemittel@karlknauer.de
www.karlknauer.de

– Anzeige –

Beeindruckende Berge

Die beeindruckende Landschaft des alpinen Raumes in all ihrer natürlichen Pracht zeigt ein Ackermann Kunstkalender, der Monat für Monat eine einzigartige Bergregion abbildet. Dieser Kalender ist für alle gedacht, die sich von der rauen Schönheit der Alpen angezogen fühlen und die die Stille und Weite dieser Landschaft schätzen. Er bietet eine Auswahl an Fotografien, die die Alpen nicht nur als ein beliebtes Reiseziel, sondern auch als einen Ort der Ruhe und Kraft darstellen. Wie alle Ackermann-Kalender wird er ausschließlich **in Deutschland auf Papier gedruckt**, das aus vorbildlich bewirtschafteten, FSC®-zertifizierten Wäldern und anderen kontrollierten Quellen stammt. Werbeeindrucke sind bereits ab 50 Stück möglich.

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

Partyspaß in ungewohnter Form

Mit dem innovativen Verpackungskonzept „Bag in Fässle“ präsentiert Karl Knauer eine neue Variante der beliebten „Bag in Box“. Die nun sechseckige Verpackung besticht durch ihre täuschend echte Holzoptik, die sie sofort zum **Hingucker auf jeder Party** werden lässt. Ein weiteres Highlight des neuen „Bag in Fässle“ ist der doppelte Fußständer, der dem Fass noch mehr Authentizität und Charme verleiht. Sie ist zunächst als 3-Liter-Fass erhältlich. „Mit dem ‚Bag in Fässle‘ bieten wir eine Verpackung, die jede Party zu einem besonderen Erlebnis macht“, so Thomas Schultheiß, Key Account Manager bei Karl Knauer.

PSI 41794 • Karl Knauer KG
Tel +49 7835 7820 • werbemittel@karlknauer.de
www.karlknauer.de

Individuelles Design auf dem Tisch

Die Werbetischdecke von Graffiti print ist ein voll personalisierbares Produkt. Kunden können jede Größe und Grafik wählen und ihre Tischdecke mit beliebigen **Fotos, Zeichnungen oder Designs** je nach Anlass oder Werbeaussage gestalten. Das Material ist von guter Qualität, langlebig und die Farben sind klar. Die Decken eignen sich perfekt für Hotels, Restaurants, Firmenveranstaltungen und als Werbegeschenk.

PSI 49359 • Graffiti Print
Tel +48 618148454 • biuro@graffiti-print.pl
www.graffiti-print.pl

INSERENTENVERZEICHNIS | LIST OF ADVERTISERS

PSI No.	Inserent | Advertiser	Seite | Page
41859	BIC GRAPHIC EUROPE S.A.	002+003, U4/OBC
45452	CD-LUX GmbH	023
41752	doppler H. Würflingsdobler GmbH	021
60236	ecobrands respectful distribution gmbh	071
43420	EuroSCHIRM	025
43144	FARE - Guenther Fassbender GmbH	027
78534	Gunnar Schwehr Werbeagentur	U1/FC
42819	Gustav Daiber GmbH	007
45666	Halfar System GmbH	033
47464	Karlowsky Fashion GmbH	009
43410	Mister Bags GmbH	004+005
42332	Pagani Pens SA - prodir®	001
46925	Pins & mehr GmbH & Co. KG	073
42487	REFLECTS GMBH	049
	RX Deutschland GmbH	U2a+b/IFCa+b, U3/IBC, 035, 047, 076+077, 079
45328	Stilolinea Srl	053
45767	Tacx B.V. a Tacx International Company	029

Beilagen | Inserts (*Teilauflage/ Partial circulation)

53228	MM Brown Deutschland GmbH	*
60236	ecobrands respectful distribution gmbh	*

PSI Product Finder mit neuen Funktionen | So maximieren PSI Mitglieder Geschäftschancen

PSI E-Business-Managerin Martina Lipp

„Mit der neuen Funktion lässt sich die Aktualität der Einträge im PSI Product Finder einfach und schnell bestätigen."

Bereits seit 17 Jahren ist der PSI Product Finder fester Bestandteil im täglichen Business der Lieferanten- und meisten Händlermitglieder im PSI Netzwerk. Mittlerweile ist er in der vierten Version (2018) und führt 139.000 Werbeartikel in 429.000 Varianten. In Sekundenschnelle vergleicht dieses gewinnbringende Tool einen eingegebenen Suchbegriff mit den 568.000 Einträgen in der Datenbank und zeigt die entsprechenden Suchergebnisse an. Um den PSI Product Finder immer auf dem neuesten Stand zu halten, wird er kontinuierlich weiterentwickelt. Das Ziel: PSI Mitgliedern jederzeit größtmöglichen Nutzen zu bieten. Wie diese damit ihre Geschäftschancen maximieren können, erläutert PSI E-Business-Managerin Martina Lipp.

Martina, viele Mitglieder kennen bereits den PSI Product Finder und den PSI Supplier Finder. Lass uns heute über die Produktlisten sprechen. Welchen Mehrwert bietet diese Funktion und wie kann sie genutzt werden?
„Die Produktliste kann zunächst einmal als klassische Merkliste verwendet werden, mit der ein Überblick über relevante Produkte erleichtert wird. Sowohl Händler- als auch Lieferantenmitglieder können ganz einfach im Backend eine Liste anlegen und Produkte, die sie im PSI Product Finder gefunden haben, mit einem Klick auswählen und hinzufügen."

Das klingt nach einer praktischen Erleichterung – vor allem bei der Recherche. Welche Möglichkeiten bietet die Listenfunktion noch?
„Die Listen bieten auch bei der Umsatzgenerierung einen echten Mehrwert. Denn aus den Produktlisten können personalisierte Landingpages erstellt werden. Eine solche Landingpage stellt alle ausgewählten Produkte auf Basis der von den Lieferantenmitgliedern eingepflegten Daten übersichtlich dar. Neben der reinen Produktdarstellung kann die aus der Liste generierte Landingpage zusätzlich mit einem eigenen Keyvisual und Text individuell gestaltet und ‚aufgepeppt' werden."

Wie müssen wir uns die Darstellung der Produktlisten vorstellen? Listen und Produktübersichten sind nicht zwingend visuell attraktiv.
„Gerade Lieferantenmitglieder profitieren von der Möglichkeit, ihre Produktlisten mit einem Klick als Bildergalerie im eigenen PSI Supplier Finder Profil anzeigen zu können. So können sie ihre Produkte optisch ansprechend präsentieren und die Sichtbarkeit bei potenziellen Kunden erhöhen."

Eine ansprechende Präsentation und Sichtbarkeit sind aber nicht alles. Wichtig ist vor allem auch die Produktdatenaktualität. Gibt es in diesem Bereich etwas Neues?
„Ja, die Bestätigung der Produktdatenaktualität ist eine neue Funktion, die wir speziell entwickelt haben. Sie sorgt dafür, dass alle im PSI Product Finder gelisteten Produkte immer auf dem neuesten Stand sein können. Bisher mussten unsere Lieferantenmitglieder ihre Produktdaten regelmäßig manuell aktualisieren, um einen neuen Zeitstempel zu erhalten. Leider wurde das oft nicht gemacht, wenn die Daten nach wie vor aktuell waren. Das führte dazu, dass veraltete Zeitstempel angezeigt wurden. Mit unserer neuen Funktion lässt sich die Aktualität der Einträge nun einfach und schnell bestätigen. Das löst das Problem effektiv."

Welche Auswirkungen hat es, wenn diese Bestätigung nicht regelmäßig erfolgt?
„Wenn die Aktualität der Produktdaten nicht bestätigt wird, kann das erhebliche Folgen haben. Das System zeigt auf der Produktdetailseite das Datum der letzten Aktualisierung an. Ist dieses Datum veraltet, kann der Eindruck entstehen, das Produkt sei nicht mehr aktuell. Die Folge: Anstatt bei den Lieferantenmitgliedern nachzufragen, suchen Händlermitglieder nach Alternativen. Das führt auf beiden Seiten dazu, dass Geschäftsmöglichkeiten verloren gehen. Zudem erscheinen Produkte, die einen älteren Datumsstempel haben, bei einer Sortierung nach Aktualität weiter unten in den Suchergebnissen. Das verringert ihre Sichtbarkeit erheblich."

Wie genau funktioniert die Bestätigungsfunktion?
„Die Funktionsweise ist bewusst einfach gehalten, um den Aufwand für unsere Mitglieder zu minimieren. Sobald ein Produkteintrag älter als sechs Monate ist, erscheint im Backend des PSI Product Finders automatisch die Option zur Bestätigung der Aktualität. Lieferantenmitglieder können dann entweder den gesamten Produktkatalog oder einzelne Einträge überprüfen und mit wenigen Klicks bestätigen, dass die Daten noch korrekt sind und die Produkte verfügbar bleiben. Diese Bestätigung versieht den Eintrag mit einem aktuellen Zeitstempel, der auf der Produktdetailseite im PSI Product Finder angezeigt wird. Dadurch erscheinen die Produkte bei einer Filterung der Suchergebnisse nach Aktualität weiter oben, und das Vertrauen der Händlermitglieder wird gestärkt."

Welche Vorteile siehst du langfristig für PSI Mitglieder?
„Händlermitglieder können sich darauf verlassen, dass die im PSI Product Finder aufgeführten Produkte aktuell und verfügbar sind. Für Lieferantenmitglieder ist die Bestätigungsfunktion ein effektives Mittel, um ihre Produkte optimal zu präsentieren. Das wiederum erhöht die Wahrscheinlichkeit, angefragt zu werden. Das ist für den Geschäftserfolg erheblich."

Worauf sollten Mitglieder bei der Nutzung dieser neuen Funktion besonders achten?
„Es ist wichtig, dass die Bestätigung der Produktdatenaktualität nicht nur pro forma erfolgt. Lieferantenmitglieder sollten ein Interesse daran haben, sicherzustellen, dass die angegebenen Daten korrekt und die Produkte weiterhin verfügbar sind. Nur so kann die Qualität der Informationen hochgehalten und das Vertrauen der Händlermitglieder in die Plattform gestärkt werden. Die regelmäßige Nutzung dieser Funktion wird langfristig dazu beitragen, dass der PSI Product Finder eine verlässliche Quelle für aktuelle Produktinformationen bleibt.

Landingpage als integraler Bestandteil des PSI Product Finders

Lieferantenmitglieder können ihre Landingpage unkompliziert per Link an ihre Händlerkunden weiterleiten, etwa um etwa Neuheiten oder Sonderangebote ansprechend zu bewerben. Zudem können sie die Landingpages mit wenigen einfachen Schritten in ihrem eigenen PSI Supplier Finder Profil hinterlegen, um noch mehr Aufmerksamkeit zu generieren.

Händlermitglieder können ihren Kunden für gezielte Produktvorschläge Landingpages ebenfalls per Link zusenden. Gefällt ein Produkt, haben Kunden die Möglichkeit, direkt über die Landingpage eine Angebotsanfrage bei ihrem Händler zu stellen.

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

Meinung

Erleben statt nur Anschauen

Eine Million Besucher auf der „IAA mobility“, 620.000 auf der „bauma“, nahezu 130.000 Besucher auf der „FIBO“, 335.000 auf der „gamescom“: Zahlen, mit denen die PSI nie konkurrieren konnte und auch nie wollte. Zahlen aber, die belegen, wie wichtig und unersetzbar Messen nach wie vor sind – auch und besonders für junge Leute.

Ja, es gibt sehr viele, sehr gute Argumente für Messen. Die besten Argumente sind Besucherzahlen und Ausstellerzufriedenheit. Andere unbestreitbare Vorteile erleben wir alle während der PSI: die Produkte in den Händen zu halten, die echten Farben zu sehen, das Gewicht und Formen zu spüren, die Materialien zu fühlen, die Verarbeitung aus der Nähe zu begutachten. Wie anders ist diese Erfahrung vor Ort, als nur eine Abbildung im Internet zu betrachten! Bilder können täuschen, tun es sogar oft!

Und – Sie alle kennen dieses schöne Gefühl, bei der internationalen Ausstellerschaft genau *den* Werbeartikel zu finden, den man schon lange sucht – den ein Kunde schon lange braucht. Hinzu kommen die kleinen und großen Überraschungen. Besondere Schätze, von denen man nicht wusste, dass es sie gibt oder dass man sie braucht. Neuheiten, von denen man jüngst erst gehört, sie aber noch nie gesehen hat. Die Momente, in denen man inspiriert wird und die eigenen Erwartungen übertroffen werden, sie sind auch ein Grund, warum ich die PSI als unverzichtbare Messe so schätze.

Erinnern Sie sich noch an Ihren allerersten Messebesuch – vielleicht sogar noch als Kind oder am Beginn Ihrer Karriere? Ich weiß noch genau, wie überrascht ich war und mit großen Augen die Vielfalt der Stände in den Hallen, die Geräuschkulisse, die vielen Menschen erlebt und bestaunt habe. Diese Erfahrung prägt bis heute meinen Blick auf die Bedeutung von Messen wie der PSI – trotz der vielen Möglichkeiten, die das Internet heute bietet und die ohne Zweifel sinnvolle Ergänzungen sind.

Das Erleben vor Ort, die konkrete Vergleichbarkeit und das Aussuchen-Können werden für mich – gepaart mit den persönlichen Gesprächen – immer eine unschlagbare Kombination bleiben. Es gibt nichts Wertvolleres, als miteinander auf Augenhöhe zu sprechen, Fragen zu stellen, Antworten zu bekommen und gegenseitiges Vertrauen aufzubauen. Ich bin überzeugt: Wer sich die Zeit nimmt, Produkte zu fühlen, Qualitäten zu prüfen und das persönliche Gespräch mit den Herstellern zu suchen, trifft am Ende nicht nur sicherere, sondern auch bessere Entscheidungen.

Die PSI ist mehr als nur eine Messe – sie ist ein Erlebnis für alle Sinne, eine Quelle der Inspiration und wichtiger Netzwerk-Platz, auf dem wir unsere Branche gemeinsam weiter nach vorne bringen können.

Ihre

Petra Lassahn
Director PSI

Mobil, sicher und werbestark

Werbeartikel aus den Bereichen Reise, Verkehr und Sicherheit bieten Unternehmen eine hervorragende Möglichkeit, sich auf nützliche und einprägsame Weise zu präsentieren. Reisezubehör wie Kofferanhänger oder Nackenkissen sind nicht nur praktisch, sondern begleiten Kunden auf ihren Reisen und sorgen mobil für große Sichtbarkeit. Im Verkehr, sei es im Auto oder auf dem Fahrrad, garantieren Gadgets wie Handyhalterungen, Eiskratzer oder Warnwesten tägliche Verwendung und steigern die Markenbekanntheit nachhaltig. Sicherheit ist ein weiterer entscheidender Aspekt: Produkte wie Erste-Hilfe-Sets oder Warnleuchten vermitteln ein Gefühl von Fürsorge und Vertrauen. Durch ihre hohe Funktionalität und den dauerhaften Einsatz in verschiedensten Situationen werden sie zu langfristigen Markenbotschaftern, die bei den Nutzern in positiver Erinnerung bleiben. Die Kombination aus praktischer Anwendung und emotionaler Bindung macht sie zu einer idealen Wahl für erfolgreiche Kampagnen. – Unsere zweite Themenrubrik dieser Ausgabe dreht sich um Produkte der Bereiche „Elektronik, Digitales und Smartphone-Accessoires“.

Bitte denken Sie schon jetzt an die Produktvorstellungen der Ausgabe Dezember 2024 des PSI Journals, die sich den Themenkreisen „Marke, Klassiker und Vintage“ sowie „Made in Europe / Made in GSA (Germany, Switzerland, Austria“ widmen und senden Sie Ihre Produktvorschläge (Bild und Text) bis spätestens 21. Oktober 2024 an: Edit Line GmbH, Redaktion PSI Journal, E-Mail: hoechemer@edit-line.de

Mit Engeln werben

Der Vorteil für Umwelt und Gesundheit beim Kauf von Blauen Engel-Schreibgeräten sind deren ressourcenschonende, schadstoffarme Herstellung, umweltfreundliche Verpackung sowie lange Nutzungsdauer. Der Spezialist Schneider Schreibgeräte kann gleich dreifach mit Blauer-Engel-Qualität für den Promotion-Bereich punkten. Wir stellen das Trio in der nächsten Ausgabe vor.

Erster Weihnachtsmarkt 2024

Unter dem Motto „1. Weihnachtsmarkt des Jahres“ lud die WER GmbH Anfang September nach Münster. 30 Aussteller präsentierten den 230 Besuchern die neuesten Highlights, Bestseller sowie kreative Innovationen und neue Ansätze zum Thema Kommunikation. Natürlich durften auch Weihnachtsmarktklassiker wie Glühwein nicht fehlen. Wir werfen einen Blick zurück.

Impressum

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

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

Herausgeber: Petra Lassahn

Geschäftsleitung: Rachel Travers, Michael Köhler, Ivo Sklenitzka

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

Chefredakteur: Manfred Schlösser

Leitende Redakteurin: Ursula Geppert

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

Chef vom Dienst: Martin Höchemer

Objektleitung | Director Media Solutions: Anja Späker

Anzeigenverkaufsleitung: Marlene Ramos

Cross Media Sales

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

Sales Manager: Adrian Papke, adrian.papke@rxglobal.com
Daniel Schellenbeck, daniel.schellenbeck@rxglobal.com

Junior Sales Manager: Celina Kunikowski, celina.kunikowski@rxglobal.com

Regionale Kontakte

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

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

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

Türkei: Istexpo
Sevinc Abdullayeva,
sevinc@istexpo.com

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

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

Layout: Stephan Weiß (verantw.), Judy Frey, Hannah Schreck

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

Übersetzungen: Translanguage, D-40885 Ratingen

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

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

ISSN-Nummer 1436-6193

Die mit Namen gekennzeichneten Beiträge geben nur die Auffassung des Verfassers wieder. Für unverlangt eingesandte Manuskripte, Fotos und andere Unterlagen übernimmt der Verlag keine Haftung. Rücksendung erfolgt nur bei Rückporto (ebenfalls keine Haftung).
Für Mitglieder des PSI ist der Bezugspreis im Mitgliedsbeitrag enthalten.

RELX **produziert gemäß RELX Sustainable Paper Policy**

PSI

Das Who und How der Branche
Mein PSI. Live.
7 – 9 JAN 2025

PSI ACADEMY

NUTZEN SIE DIE CHANCE, IHR WISSEN VOR ORT AUF DER PSI ZU ERWEITERN UND BESUCHEN SIE DIE **PSI ACADEMY** IN **HALLE 11 STAND A80**.

Top Content:
„STUNDE DER WAHRHEIT“
„KI ERFOLGREICH NUTZEN“
„THAT'S NEW! THAT'S HOT!“
... UND MEHR

Built by RX
In the business of building businesses

Your Brand Ambassador

BIC® graphic

Dein Leben, dein Stil

Bringe Farbe in deine Welt!

NEU!

BIC® 4 COLOURS® RAINBOW DECOR

Hergestellt in Europa

Hergestellt und bedruckt in BIC-Fabriken

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

@bicgraphic

BIC GRAPHIC

Think BIC

www.bicgraphic.com